

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

MUTLULUK EKONOMİSİ

Doktora Tezi

Keziban ALTUN ERDOĞDU

Ankara, 2023

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

MUTLULUK EKONOMİSİ

Doktora Tezi

Keziban ALTUN ERDOĞDU

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Türkmen GÖKSEL

Ankara, 2023

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

MUTLULUK EKONOMİSİ

DOKTORA TEZİ

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Türkmen GÖKSEL

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ

<u>Adı ve Soyadı</u>	<u>İmzası</u>
1) Prof. Dr. Türkmen GÖKSEL	
2) Prof. Dr. Mustafa Kadir DOĞAN	
3) Doç. Dr. Mustafa Aykut ATTAR	
4) Prof. Dr. Fahriye ÖZTÜRK	
5) Prof. Dr. Anıl AKÇAĞLAYAN	

Tez Savunması Tarihi

31 Mayıs 2023

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Prof. Dr. Türkmen GÖKSEL danışmanlığında hazırladığım “Mutluluk Ekonomisi (Ankara.2023)” adlı doktora tezindeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu, başkaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

31/05/2023
Keziban ALTUN ERDOĞDU

İmzası

ÖNSÖZ

Doktoraya başladığım ilk günden itibaren bilgi ve tecrübesinden yararlandığım, tezin her aşamasında değerli görüş ve önerileriyle bana yol gösteren danışmanım Prof. Dr. Türkmen GÖKSEL'e teşekkür ederim. Tez çalışmam boyunca beni motive eden, destekleriyle her zaman yanımda olan ve çalışmayı okuyarak katkıda bulunan dostlarım Arş. Gör. Hatice Gül ERTUĞRUL KANACI, Ali Sertaç KANACI ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAYA'ya en derin teşekkürlerimi sunarım.

Tez sürecinde desteğini esirgemeyen ve sevgisiyle bana güç veren eşim Himmet ERDOĞDU'ya, bugüne gelmemde büyük emekleri olan ve hayatımın her anında koşulsuz sevgileriyle beni destekleyen annem Binnur ALTUN, babam İsmail ALTUN ve ablam Dilek ÖZDEMİR'e sonsuz teşekkürler.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
TABLO LİSTESİ.....	v
ŞEKİL LİSTESİ	vii
KISALTMALAR.....	viii
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	10
1. İLİŞKİSEL MALLAR (RELATIONAL GOODS) KAVRAMI	10
1.1. İLİŞKİSEL MALLAR	10
1.1.1. Carole Uhlaner’e Göre İlişkisel Mallar	10
1.1.2. Benedetto Gui’e Göre İlişkisel Mallar	13
1.1.3. Robert Sugden’e Göre İlişkisel Mallar.....	19
1.1.4. Pierpaulo Donati’e Göre İlişkisel Mallar	22
1.1.5. Martha Nussbaum’a Göre İlişkisel Mallar	28
1.2. İLİŞKİSEL MALLARIN ÖZELLİKLERİ.....	29
1.2.1. Kimlik.....	29
1.2.2. Karşılıklılık.....	30
1.2.3. Eş Zamanlılık	30
1.2.4. Motivasyonlar.....	30
1.2.5. Ortaya Çıkan Gerçek.....	31
1.2.6. Karşılıksızlık	32
1.2.7. Mal	32
1.3. İLİŞKİSEL MALLARIN ÖZEL VE KAMUSAL MALLAR İLE İLİŞKİSİ.....	33
1.4. İLİŞKİSEL MALLAR VE BENZER KAVRAMLAR.....	36
1.4.1. İlişkisel Mallar ile Sosyal Sermaye İlişkisi	36
İKİNCİ BÖLÜM	43
2. EASTERLİN PARADOKSU’NU AÇIKLAMAYA YÖNELİK GELİŞTİRİLEN TEORİLER VE İLİŞKİSEL MALLAR ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR..	43
2.1. EASTERLİN PARADOKSU	43
2.1.1. Sosyal Karşılaştırma.....	47
2.1.2. Adaptasyon Teorisi	53
2.1.3. İstek Düzeyi Teorisi (Aspiration Level Theory)	56
2.1.4. İlişkisel Mutluluk Teorisi	58
2.1.4.1. Koordinasyon Başarısızlığı.....	59

2.1.4.2. Sözde İlişkisel Mallar (So-Called Relational Goods)	61
2.1.4.3. Materyalizm.....	64
2.2. MUTLULUK LİTERATÜRÜNDE İLİŞKİSEL MALLAR ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	68
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	83
3. İLİŞKİSEL MALLARIN GELİR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN MODELLENMESİ.....	83
3.1. BAĞLANMA KURAMI.....	83
3.2. MODEL	92
3.2.1. Modelin Çözümü.....	97
3.3. İLİŞKİSEL MALLARIN DENEYİMLENEN KALİTESİ.....	102
3.4. İLİŞKİLERDE YAŞANAN HAYAL KIRIKLIĞINA KARŞI BİREYLERİN TEPKİSİ.....	103
3.5. GELİR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ	109
3.6. MODELİN SONUÇLARI	111
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	113
4. TÜRKİYE’DE İLİŞKİSEL MALLAR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ	113
4.1. VERİ SETİ VE MODEL.....	113
4.2. ÇALIŞMADA KULLANILAN DEĞİŞKENLERİN TANIMLANMASI 114	
4.3. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER.....	118
4.4. TÜRKİYE GENELİ ANALİZ SONUÇLARI.....	120
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	143
5. DÜNYA GENELİNDE İLİŞKİSEL MALLAR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ	143
5.1. DÜNYA GENELİNDE İLİŞKİSEL MALLARIN MUTLULUĞA ETKİSİ 143	
5.1.1. Veri Seti ve Model	143
5.1.2. Değişkenlerin Açıklamaları.....	145
5.1.3. Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenlerin Analiz Sonuçları	149
5.1.4. Gönüllü Çalışma Değişkenlerin Analiz Sonuçları	173
5.2. İLİŞKİSEL MALLARIN GELİR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İLİŞKİSEL MUTLULUK TEORİSİ AÇIKLAMASI.....	191
5.2.1. Model ve Modelde Kullanılan Değişkenlerin Açıklamaları	191
5.2.2. Araç Değişken Yöntemi	194
5.2.3. Analiz Sonuçları.....	198

5.3. ÇEŞİTLİ ÜLKELERE GÖRE İLİŞKİSEL MALLAR VE GELİR ARASINDAKİ İLİŞKİ	210
SONUÇ	215
KAYNAKÇA.....	226
EKLER	239
ÖZET	247
ABSTRACT	249



TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1: Toplumda Üretilen Mal Türleri.....	25
Tablo 1.2: İlişkisel, Kamusal ve Özel Malların Özellikleri.....	33
Tablo 1.3: Sosyal Sermaye Göstergeleri	42
Tablo 3.1: A ve ry Parametrelerindeki Değişimin Gençlerin Optimal Seçimleri Üzerindeki Etkisi	101
Tablo 3.2: A ve ra Parametrelerindeki Değişimin Yetişkinlerin Optimal Seçimleri Üzerindeki Etkisi	102
Tablo 3.3: Yetişkinlik Döneminde Bireylerin İlişkilerde Yaşadıkları Hayal Kırıklığına Tepkileri	104
Tablo 3.4: Üç Farklı Dönem İçin Sonuçların Özeti.....	106
Tablo 3.5: Pugno (2005)'nın Modelinde Üç Farklı Dönem İçin Sonuçların Özeti	108
Tablo 4.1: Tanımlayıcı İstatistikler (Türkiye Geneli).....	119
Tablo 4.2: Türkiye Geneli Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)	123
Tablo 4.3: Türkiye Geneli Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)	128
Tablo 4.4: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Gönüllü Çalışma Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Katsayılar).....	131
Tablo 4.5: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Gönüllü Çalışma Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları).....	135
Tablo 4.6: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Sosyal Yaşam Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Katsayılar).....	138
Tablo 4.7: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Sosyal Yaşam Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları).....	141
Tablo 5.1: Dünya Geneli Tanımlayıcı İstatistikler (Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman) .	151
Tablo 5.2: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)	152
Tablo 5.3: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)	155
Tablo 5.4: Dünya Geneli İlişkisel Zaman Endeksi İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Katsayılar)	160
Tablo 5.5: Dünya Geneli İlişkisel Zaman Endeksi İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Fark Oranları).....	163
Tablo 5.6: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Katsayılar).....	166
Tablo 5.7: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Fark Oranları).....	170
Tablo 5.8: Dünya Geneli Tanımlayıcı İstatistikler (Gönüllü Çalışma)	174
Tablo 5.9: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Katsayılar).....	178

Tablo 5.10: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları).....	182
Tablo 5.11: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Katsayılar).....	185
Tablo 5.12: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Fark Oranları).....	189
Tablo 5.13: İlişkisel Mallar ve Mutluluk Arasındaki İlişkinin Tahmin Sonuçları	198
Tablo 5.14: İlişkisel Zaman Endeksi için Seçilen Araçların Geçerlilik Testleri	202
Tablo 5.15: İlişkisel Zaman Endeksi İçin Araç Değişken Tahmin Sonuçları	203
Tablo 5.16: İlişkisel Mallar ile Kişisel ve Sosyal İlişkilerden Kaçınma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Tahmin Sonuçları	205
Tablo 5.17: Sosyal ve Kişisel İlişkilerden Kaçınma Eğilimi İçin Seçilen Araçların Geçerlilik Testleri	207
Tablo 5.18: Sosyal ve Kişisel İlişkilerden Kaçınma Eğilimi İçin Araç Değişken Tahmin Sonuçları	208

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1: Karşılaşma Modeli	15
Şekil 3.1: Gelir Artışının Bireylerin Fayda Düzeyleri Üzerindeki Etkisi	109
Şekil 3.2: Pugno (2005)'nın Modelinde Gelir Artışının Bireylerin Fayda Düzeyleri Üzerindeki Etkisi	110
Şekil 5.1: Gelişmiş Ülkelerde İlişkisel Zaman Endeksi ve Kişi Başı Reel Gelir Arasındaki İlişki	210
Şekil 5.2: Gelişmekte Olan Ülkelerde İlişkisel Zaman Endeksi ve Kişi Başı Reel Gelir Arasındaki İlişki	212
Şekil 5.3: Dünya Geneline İlişkisel Zaman Endeksi ve Kişi Başı Reel Gelir Arasındaki İlişki	213



KISALTMALAR

2SLS	Two-Stage Least Squares
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AIPO	American Institute of Public Opinion
DRM	Day Reconstruction Method
ESS	European Social Survey
GMM	Generalized Method of Moments
GOÜ	Gelişmekte Olan Ülkeler
GSOEP	German Socio-Economic Panel
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
GÜ	Gelişmiş Ülkeler
ICSI	The Italian Survey on Social Cooperatives
IV	Instrumental Variable
İZE	İlişkisel Zaman Endeksi
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
OLS	Ordinary Least Squares
SHIW	Bank of Italy Survey on Household Income and Wealth
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
VAR	Vector Autoregressive
WVS	World Values Survey
YMA	Yaşam Memnuniyeti Araştırması
ZKA	Zaman Kullanım Araştırması

GİRİŞ

İnsanlar mutlu olmak için yaşamları boyunca mücadele eder. Çoğu insanın nihai hedefi olan mutluluk son dönemde iktisat biliminin ilgi alanına girmiştir. 1950'lerin sonlarından itibaren iktisatçılar insanları hangi durum ve koşulların mutlu ettiğini, yaşamdan duyulan memnuniyeti ve psikologların öznel iyi oluş olarak tanımladıkları olumlu ya da olumsuz duygu deneyimlerin neler olduğunu araştırmaya başlamıştır. Tarihsel sürece bakıldığında başlangıçta mutlu bir yaşamın ne olduğu daha çok filozof ve psikologların ilgilendiği bir konuydu. Ancak Adam Smith, Thomas Malthus, Jeremy Bentham gibi ilk iktisatçılar çalışmalarında toplumların mutluluk kaynaklarına dair araştırmalar sunmuşlardır. İlerleyen dönemlerde ise iktisatçılar arasında artan kişi başı gelirin eşlik ettiği daha geniş tüketim olanaklarıyla daha iyi durumda olunacağı görüşü yaygınlaşmıştır. Özellikle yirminci yüzyılın ortalarında insanların mutluluğundan çok gelir düzeyleri ve buna bağlı olarak ne kadar tüketim yaptıkları ön plana çıkmıştır. Psikolojik öğeleri içermeyen insan davranışlarına yönelik belirli varsayımlar altında daha fazla tüketerek daha yüksek refaha ve mutluluğa sahip olunduğu ve dolayısıyla mutluluğun sadece alım gücüne ve tüketilen maddi mal miktarına bağlı olduğu kabul edilmiştir.

Yakın dönemde davranışsal iktisadın ortaya çıkışıyla birlikte bu kısıtlayıcı varsayımlar daha gerçekçi psikolojik temellere oturtturularak standart modellerin açıklama gücü arttırılmaya çalışılmıştır. Psikoloji, insan davranışlarını detaylıca incelemiş; iktisat ise insan davranışlarını oluşturulan modellerin geçerliliğini etkilemeyecek şekilde bir varsayım olarak ele almıştır. İktisat yazınlarında insan davranışlarına yer verilmeye başlanmasıyla her türlü ekonomik davranışı daha sağlıklı analiz etmeyi içeren bir teorik çerçeve sunulmuştur (Ruben ve Dumludağ, 2018: 33). Psikolojik gerçeklere odaklanan iktisatçılar teorik ve deneysel çalışmalarına daha önce dışsal olarak kabul edilen güven, sosyal normlar, karşılıklılık, dayanışma gibi sosyal

kavramları eklemişlerdir. Bu sayede standart iktisat teorisinin uzak durduğu mutluluk konusuna yönelik ilgi artmıştır.

Mutluluk konusunu yeniden ele alan ilk modern iktisatçı kalkınma iktisadı alanında ampirik araştırmalar yapan Richard Easterlin'dir. Easterlin'in 1974 yılında yayımladığı çalışmasında, 1946'dan 1970'e kadar II. Dünya Savaşı sonrası dönemde ABD'de kişi başi reel gelirin % 60'tan fazla arttığını, ancak kendini "ok mutlu" olarak bildirenlerin oranının değişmediğini göstermiştir. "Easterlin Paradoksu" olarak bilinen bu bulgu, kişi başi yüksek gelire sahip gelişmiş ülkelerde artan gelirin daha fazla mutluluk getirmediğini ortaya koymuştur. Easterlin'in bu nc çalışması son dönemde popüler bir alan olan mutluluk ekonomisinin temelini oluşturmuştur. Mutluluk ekonomisi alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu mutluluğun belirleyicileri üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak gelir ve mutluluk arasındaki ilişki bu alanda en çok tartışılan konulardan biri olmaya devam etmektedir.

Mutluluk ekonomisi araştırmalarından elde edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir: (i) Gelişmiş ülkelerde zaman içinde kişi başına düşen gelir artmasına rağmen kişilerin mutluluk düzeylerinde ek bir artış olmamıştır; (ii) Mutluluk sadece gelir ve tüketime bağlı değildir; eğitim, sağlık, yaş, istihdam durumu, sosyal ilişkiler, demokrasi, özgürlük, kültür gibi çeşitli faktörler de mutluluk üzerinde önemli etkiye sahiptir ve (iii) Gelişmiş ülkelerde aile içi ve sosyal topluluk içindeki iletişim eksikliğinden kaynaklanan evde bireysel olarak geçirilen zamanın artması ve sosyal hayatın azalması mutluluğu olumsuz yönde etkilemektedir.

Mutluluk literatüründe, belli bir gelişmişlik düzeyi sonrası (genel olarak gelişmiş ülkelerde) gelir artışının neden daha fazla mutluluk getirmediğini açıklamak için çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Gelir dışı etkenlerin de mutluluğu belirleyebileceğini vurgulayan bu teorilere göre mutluluk gelirden çok sosyal karşılaştırma, adaptasyon ve aspirasyon (istek) düzeyine bağlıdır. Sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin tercihlerinin birbirine

bağımlı olması nedeniyle kendini karşılaştırdığı diğerlerinin (referans grubunun) gelirinde bir artış yaşandığında mutluluğu kendi gelirindeki artıştan etkilenmeyeceğini ifade eder. Adaptasyon teorisine göre bireyler yüksek gelire hızla adapte olduklarından mutluluk düzeyleri aynı kalmaktadır. İstek düzeyi teorisi ise gelirdeki artışla birlikte bireysel isteklerin de artacağını, bu nedenle mutlulukta ek bir artışın olamayacağını öne sürer. Gelir ve mutluluk ilişkisinin göreceli olduğunu odaklanan bu teoriler, nispi gelir hipotezi başlığı altında incelenmekte; bu hipotezin tamamlayıcı bir psikolojik açıklaması olarak değerlendirilmektedir. Nispi gelir hipotezine göre mutluluk mutlak gelirden ziyade nispi gelir tarafından belirlenir. Kişiler arası ilişkiler kendi başına mutluluk kaynağı olarak kabul edilmez. Kişiler arası ilişkiler ile bireysel mutluluk arasında doğrudan bir bağlantı olabileceği dikkate alınmamıştır. Özellikle sosyal karşılaştırma teorisinde, sosyal bağların oluşturduğu karşılıklı bağımlılık açıklanırken insanlar arasındaki ilişkilerin gerçek doğası dışsal olarak alınmıştır.

Yakın dönemde mutluluk literatüründeki güncel ampirik çalışmaların sonucunda, kişiler arası ilişkilerin mutluluğun önemli belirleyicileri arasında yer aldığını gösteren ve gelir-mutluluk paradoksuna ek bir açıklama olarak önerilen yeni bir teori geliştirilmiştir. “İlişkisel mutluluk teorisi” olarak adlandırılan bu teori, daha iyi ekonomik koşulların mutluluk üzerindeki olumlu etkisi ilişkisel mallar olarak tanımlanan arkadaşlık, dostluk, sevgi, aidiyet, beğenilme gibi birbirleriyle karşılıklı ilişki içinde olan kişilerin paylaştıkları duygu ve deneyimlerin azalmasıyla dengeleneceğini vurgular. Teorinin temel varsayımı, kişiler arası ilişkilerdeki iletişim eksilmesi ya da kurulan ilişkilerin kalitesinin düşük olması nedeniyle bireysel mutluluğun azalmasıdır. Buna göre mutluluğu sadece gelir ve tüketim belirlemez; iki ya da daha fazla kişi arasında kurulan ilişkiler sonucunda elde edilen değerler de mutluluğun önemli belirleyicileri arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda özellikle yaşam standartlarının yüksek olduğu gelişmiş

lkelerde gelir arttığında insanların daha fazla mutlu olamamasının asıl nedeni, ilişkisel malların üretim/tüketim düzeyinin düşük olmasının mutluluğu olumsuz etkilemesidir.

İnsanların daha fazla mutlu olmasını engellese de düşük düzeylerde ilişkisel malların üretilmesi/tüketilmesi temel olarak koordinasyon başarisızlığı (Baumol’un maliyet hastalığı), sözde ilişkisel mallar ve materyalizmden kaynaklanmaktadır. Koordinasyon başarisızlığı, ilişkisel malların kırılgan (fragility) bir niteliğe sahip olması nedeniyle yeterli düzeyde üretiminin/tüketiminin yapılamadığını ifade eder. İlişkisel mallar en az iki kişinin karşılıklı iletişimi gerektirdiği için etkileşimde bulunan kişilerin üretim/tüketim kararları birbirine bağlıdır. Bu kişilerden sadece biri ilişkisel mal üretmek/tüketmek yerine bireysel boş zaman etkinliklerini ya da çalışmayı seçerse koordinasyon başarisızlığı ortaya çıkmakta ve ilişkisel malların üretim/tüketim miktarı azalmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde teknolojik gelişmeler ilişkisel malların üretimde verimlilik artışına yol açmazken, bu malların fırsat maliyetini gün geçtikçe arttırmıştır. Sahne sanatlarında olduğu gibi ilişkisel malların üretimi için gerekli olan zaman ve özveri neredeyse yüzyıl öncesiyle aynıdır. Sanal iletişim, yüz yüze iletişim yerine geçememesi ve tamamlayıcı bir unsur haline gelmesi sebebiyle ilişkisel malların üretimi/tüketimi yeni teknolojiler tarafından kısmen desteklenmektedir. Bu nedenle çalışmaya ayrılan zamanın verimliliği ile ilişkisel mallara ayrılan zamanın verimliliği arasında “Baumol hastalığı” ortaya çıkmakta ve bu malların fırsat maliyeti yükselerek daha düşük maliyetlerle ulaşılabilecek alternatifleriyle ikame edilmektedir.

İleri teknolojiye sahip gelişmiş ülkelerde insanlar ilişkisel malların ikamelerini, oldukça hızlı erişebilir ve düşük maliyetli olduğundan daha fazla yatırım yapma eğilimindedir. Scitovsky (1976)’ın konfor malları (comfort goods) olarak tanımladığı ilişkisel malların ikameleri, uyarıcı mal (stimulation goods) görünümlü sözde ilişkisel mallardır. Teknolojik gelişmeyle birlikte gelişmiş ülkelerde, zaman ve çaba açısından erişimi oldukça maliyetli olan ilişkisel mallardan çok sanal iletişim giderek

yaygınlaşmıştır. Sanal iletişim insanların iletişim kurmasını kolaylaştırırken, aynı zamanda bir çeşit bağımlılık yaratarak yalnızlaşmasına da yol açmıştır. Sanal iletişim, insanları gerçek dünyadaki ilişkilerden soyutlayan sanal bir dünya oluşturmaktadır. Zamanını planlanandan daha uzun süre bu dünyada geçiren bireyler, farkında olmadan ekran karşısında vakit geçirmeyi bağımlı hale gelmekte ve sosyal yaşamdan uzaklaşarak gerçek hayattaki ilişkilere yabancılaşmaktadır. Bu anlamda Scitovsky'nin yaklaşımına göre sanal iletişim, ilişkisel malların üretimini/tüketimini azaltan sözde ilişkisel mallardır (konfor mallarıdır).

Gelişmiş ülkelerde teknolojik gelişmeler üretilen/tüketilen maddi mal miktarını artırmasıyla birlikte materyalist yaşam tarzına eğilimi de artmıştır. “Ben” bilincinin hâkim olduğu bu ülkelerde yaşayan insanlar genel olarak sahip oldukları materyalleri en önemli tatmin ya da tatminsizlik kaynağı olarak görürler. Bu insanlar için bir materyale sahip olmak ilişkilerden daha değerlidir. Böyle bir yaşam tarzı uzun saatler çalışma isteği, kıskançlık, öfke, güvensizlik gibi olumsuz duygular ile yakından bağlantılı olduğundan bir yandan kurulan sosyal bağların zayıflaması neden olurken, diğer yandan sağlıklı bir bağ kurabilmeyi engellemektedir. Bu açıdan materyalist yaşam tarzını benimseyen insanlar, gelir düzeyleri artsa da ilişkisel mallardan ürettikleri/tükettikleri miktar azaldığı için mutsuzdurlar.

Maurizio Pugno (2009), yüksek gelire sahip gelişmiş ülkelerdeki pek çok insanın yakın ilişkiler kurup bu ilişkileri sürdürmek yerine para kazanmak için zaman ve çaba harcamayı devam etmesini, psikolojinin önemli argümanlarından biri olan bağlanma kuramıyla açıklamıştır. Bu kurama göre yakın ilişkilerdeki duygu, düşünce ve davranış biçimleri, yaşamın ilk yıllarında bağlanma figürüyle (genellikle ebeveynlerle) kurulan ilişkiler sonucunda şekillenmektedir. Bağlanma figürünün bebeğin beklentilerini ya da ihtiyaçlarını duyarlı ve tutarlı olarak karşılık vermesi güvenli bağlanmayla, duyarsız ya da tutarsız bakım davranışları güvensiz (kaçınan ve kaygılı/karasız) bağlanmayla

sonuçlanmaktadır. Güvenli bağlanan bireyler, reddedilme ve terk edilme kaygısı olmadan başkalarıyla yakın ilişkiler kurabilirler ve bu ilişkileri sorunsuz bir şekilde sürdürebilirler. Güvensiz bağlanan bireyler ise reddedilmekten ve kaybetmekten önemli ölçüde endişe duyduklarından yakın ilişki kurmaktan kaçınırlar. Hayal kırıklığı yaşayıp üzülmemek için ilişkilerinde duygusal mesafeyi korurlar ve kendi kendilerine yeterli olduklarını düşündükleri içinde başkalarına ihtiyaç duymazlar. Bu bireyler güvensizlikle başa çıkmak için sahip oldukları materyalist değeri yüksek ürünleri ön plana çıkarırlar. Özellikle Batı kültürü gibi bireyci kültürde yetişen bireylerin materyalist eğilimleri yüksek olduğu için genel olarak çocukları da materyalleri, insan ilişkilerinden daha fazla önem veren güvensiz bağlanmaya sahip bireyler olarak yetişmektedir. Böyle bir kültüre sahip ülkelerde yaşayan güvensiz bireylerin gelir düzeyleri yüksek olsa da sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçındıkları için mutluluk düzeyleri yüksek değildir.

Yukarıda anlatılanlar doğrultusunda hazırlanan tez çalışmanın temel amacı, ilişkisel mutluluk teorisi kapsamında ampirik olarak yüksek gelire sahip gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin neden daha fazla mutlu olamadığını ortaya koymak ve ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisini teorik ve ampirik bir çerçeveye Türkiye özelinde ve dünya genelinde araştırmaktır. Bu bağlamda tez, giriş ve sonuç bölümleri dışında beş ana bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, ortaya çıkışı 1980’li yıllara dayanan ilişkisel mallar kavramının farklı bakış açılarıyla tanımları yapılmış ve çeşitli disiplinlerde kavramı ilk ortaya atan araştırmacıların görüşlerinden yola çıkarak bu malların temel özellikleri belirtilmiştir. 1980’lerden bu yana farklı yöntem ve kuramlar ile açıklanmaya çalışılan kavramın halen üzerine fikir birliği yapılabilecek net bir tanımının olmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda kavramın daha anlaşılır hale gelmesi için özel ve kamusal mallar ile ilişkisi incelenmiş ve insan ilişkilerine odaklı sosyal sermaye gibi benzer kavramlar ile karşılaştırılarak arasındaki farklılıklara değinilmiştir.

İkinci bölümde, mutluluğun anketler aracılığıyla ölçülmeye başlanması ile ortaya çıkan Easterlin Paradoksu ve bu paradoksu açıklamaya yönelik geliştirilen teoriler hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca ilişkisel mutluluk teorisi kapsamında Easterlin Paradoksu'nu açıklamak için mutsuzluğa yol açsa da gelişmiş ülkelerde insanların neden düşük düzeylerde ilişkisel mal üretip tükettiği koordinasyon başarısızlığı, sözde ilişkisel mallar ve materyalizm olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir. Son olarak mutluluk literatüründe, ilişkisel mallar üzerine yapılan çalışmaların özetine yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, Maurizio Pugno (2005)'nin psikolojik temeller üzerine kurulu matematiksel modeli referans alınarak ilişkisel malların gelir ve mutluluk arasındaki ilişki üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Analizi gerçekleştirmek için öncelikle İngiliz psikiyatrist John Bowlby tarafından ortaya atılan ve Amerikalı gelişim psikoloğu Mary Ainsworth tarafından geliştirilen bağlanma kuramı açıklanmış ve daha sonra Pugno'nun modeli üzerinde durulmuştur. Pugno çalışmasında, bireyler zamanlarını sadece çalışmaya ve sosyal ya da kişisel ilişkiler geliştirmeye ayırdığını varsayarak modeli oluşturmuştur. Ancak gerçek hayatta bireyler kitap okumak, müzik dinlemek, spor yapmak gibi bireysel etkinliklere de zaman ayırmaktadır. Bu nedenle Pugno'nun modeline bireylerin sadece kendileri için ayırdıkları boş zaman eklenerek modelin çözümü yapılmış ve bağlanma kuramı kapsamında bu çözümden elde edilen optimal sonuçların nasıl değiştiği incelenmiştir. Bu sayede ilişkisel mutluluk teorisiyle gelir artan bireylerin mutluluk düzeyleri arasındaki farklılıkları araştırılarak literatüre katkı yapılması amaçlanmıştır.

Dördüncü bölümde, ilişkisel malların bireysel mutluluk üzerindeki etkisi TÜİK tarafından gerçekleştirilen Yaşam Memnuniyeti Araştırması'nın 2015 yılı ve Zaman Kullanım Araştırması'nın 2014-2015 yılı anket verileri kullanılarak sıralı lojistik yöntemi ile Türkiye özelinde araştırılmıştır. Türkiye'de mutluluk üzerine yapılan çalışmalarda gelir, eğitim, sağlık, yaş, cinsiyet, kurumsal faktörler gibi mutluluk literatüründe genel kabul görmüş değişkenlerin mutluluğa etkisi araştırılmıştır. Bu bölümde Türkiye üzerine

yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak, kâr amacı gütmeyen herhangi bir kuruluştaki gönüllü çalışma yapmanın ve sosyal ya da kültürel etkinliklere katılımın mutluluğa etkisi değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda bölümde analizlerde kullanılacak veri seti, kontrol değişkenleri ve uygulanacak mikroekonometrik mutluluk modeli hakkında bilgi verilmiştir. İlişkisel mallar yerine vekil değişken olarak kullanılacak gönüllü çalışma ve sosyal yaşam değişkenlerinin analizlere nasıl hazır hale getirildiği de açıklanmıştır. Analiz sonuçları kısımda ise ilk olarak ilişkisel malların net etkisini değerlendirebilmek için oluşturulan dört ayrı ana modelin sonuçları sunulmuştur. Sonrasında gönüllü çalışma ve sosyal yaşam değişkenlerinin mutluluk üzerindeki etkisi cinsiyet, çalışma durumu ve medeni duruma göre analiz edilerek alt grup sonuçları olarak rapor edilmiştir. Hem ana modelin hem de alt grupların tahmin sonuçları literatürdeki teorik ve ampirik çalışmalar kapsamında yorumlanmıştır.

Beşinci bölümün birinci kısmında, ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki Dünya Değerler Araştırması'nın 1995-2020 dönemi verileri kullanılarak sıralı lojistik yöntemi ile dünya genelinde araştırılmıştır. Literatürde ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki genel olarak tek bir ülkede ya da belirli ülkeler arasında karşılaştırma yapılarak araştırılmıştır. Bu bölümde ise söz konusu ilişki birleştirilmiş veri seti ile dünya genelinde analiz edilerek, geniş bir çerçeveden ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Bu amaç için bölümde, analizlerde kullanılacak veri seti, model ve değişkenler tanımlanmış; aynı zamanda değişkenlerin uygulanacak model için nasıl kullanılabilir hale getirildiğinden de bahsedilmiştir. İlişkisel mallar yerine vekil değişken olarak iki farklı gösterge kullanılacağı için analiz sonuçları iki alt başlık altında sunulmuştur. İlk alt başlıkta aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı, spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ve aynı dine inanan kişiler ile bir araya gelip daha sık vakit geçiren bireylerin ne kadar mutlu olduğu dair tahmin sonuçlarına yer verilmiştir. İkinci alt başlıkta ise spor, din, sanat-müzik, işçi sendikası, siyasi parti, çevreci, meslek ve hayır

kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılan bireylerin mutluluk düzeylerine ilişkin tahmin sonuçları rapor edilmiştir. Tüm sonuçlar teorik bir çerçevede değerlendirilmiştir. Bu analizlere ek olarak dünya genelinde ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki kadın, erkek, gelir tatmini düşük, gelir tatmini yüksek, gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler için de test edilerek sonuçlar yorumlanmıştır.

Beşinci bölümün ikinci kısmında, Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası kullanılarak kişi başı gelirin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin neden daha fazla mutlu olamadığı ilişkisel mutluluk teorisinin bir alt başlığı olan bağlanma kuramı ile açıklanmıştır. Literatürde ilişkisel mutluluk teorisi kapsamında Easterlin Paradoksu genel olarak teknolojik gelişmenin ilişkisel malların üretiminde/tüketiminde verimlilik artışına yol açmaması (Baumol'un maliyet hastalığı) ve kitle iletişim araçlarının sözde ilişkisel mal olarak algılanması ile açıklanmıştır. Çalışmanın katkısı, bu konu üzerine yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak ampirik düzeyde gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişki, materyalist eğilimi yüksek olan güvensiz bağlanmaya sahip bireylerin ürettikleri/tükettikleri ilişkisel mal miktarının az olmasıyla açıklanmasıdır. Bu doğrultuda bölümde, uygulanacak model ve modelde kullanılacak değişkenlerin açıklamasına yer verilmiş ve gelir ile mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi açıklamak için oluşturulan modellerden ilki sıralı lojistik yöntemi; ikincisi ise doğrusal regresyon yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Analizlerde içsellik problemini dikkate almak için söz konusu modeller araç değişken yöntemiyle de tahmin edilmiştir. Analizleri gerçekleştirmek için öncelikle araç değişken yöntemi açıklanmış ve içsel açıklayıcı değişkenler yerine seçilen araçların geçerlilik testleri yapılmıştır. Sonrasında araç değişken yöntemiyle tahmin edilen nedensel mekanizmalar değerlendirilmiştir. Son olarak Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası için ilişkisel mallar ve gelir arasındaki ilişki şekil yardımıyla gösterilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. İLİŞKİSEL MALLAR (RELATIONAL GOODS) KAVRAMI

Çalışmanın bu bölümünde, çeşitli disiplinlerde ilişkisel mallar (relational goods) kavramını ilk ortaya atan araştırmacıların kavramı nasıl açıkladıkları ve bu açıklamalara dayalı temel özellikleri belirtilmiştir. Bununla birlikte ilişkisel malların benzer kavramlar ile arasındaki farklılıklara açıklamaya yönelik özel mallar, kamusal mallar ve sosyal sermaye ile ilişkisi incelenmiştir.

1.1. İLİŞKİSEL MALLAR

1980’li yılların sonlarında filozof Martha Nussbaum (1986), sosyolog Pierpaulo Donati (1986), ekonomistler Benedetto Gui (1987) ve Carole Uhlaner (1989) yazınlarında ilk kez ilişkisel mallar kavramından bahsetmiştir. Sonraki yıllarda çeşitli disiplinlerden gelen birçok araştırmacı kavramı farklı yöntem ve kuramlar ile ele alarak geliştirmiştir. İlişkisel mallar kavramının multi disiplinler özelliği, kavram üzerine fikir birliği yapılabilecek net bir tanımın oluşmasını engellemiştir. Bu nedenle kavramın daha anlaşır hale gelmesini sağlamak için öncü isimlerinden Uhlaner, Gui, Robert Sugden, Donati ve Nussbaum’un tanımları ayrı ayrı incelenecektir.

1.1.1. Carole Uhlaner’e Göre İlişkisel Mallar

İlişkisel mallar kavramını tanıtan ve gelişmesini sağlayan ekonomist Carole Uhlaner, literatürdeki birçok araştırmaya ilham kaynağı olmuştur. 1989 yılındaki “"Relational Goods" and Participation: Incorporating Sociability into a Theory of Rational Action” adlı makalesinde siyasi katılımı açıklamak için yeni bir mal kategorisinden bahseden Uhlaner ilişkisel malları aşağıdaki gibi tanımlamıştır:

İlişkisel mallar, izole olmuş bireyler tarafından üretilemez. Başkalarıyla birlikte paylaşılan bir ilişkinin sonucunda ortaya çıkar. Tek başına tüketilebilen özel mallardan ve herhangi bir sayıda kişinin

yararlanabileceği kamusal mallardan farklıdır. İlişkisel mallar iki ya da daha fazla kişiye rakipsiz fayda sağladığından yerel kamusal mallarının özel bir kategorisidir. Özel bir malın veya baraj gibi kamusal malın faydası bireyin tüketim düzeyine bağlıdır. Ancak ilişkisel malın faydası, bireyin kendi tüketimine ve etkileşimde bulunduğu diğer kişilerin tüketimine bağlıdır ve ilişkisel fayda ortak tüketim arttıkça artar. Örneğin, güzel bir gün batımı seyretmek bir kişinin bireysel olarak tüketebileceği bir kamusal maldır. Ancak kişinin arkadaşıyla gün batımı seyretmesinin ek hazzı ilişkisel maldır. Bu nedenle ilişkisel bir mal iletişim sırasında diğer kişilerin ortak eylemleri ile üretilebilir. Diğer kişiler ya belirli bireyler olmalı ya da belirli bir grubun üyesi olmalıdır. Kişiler arası ilişkilerde diğerlerinin kim olduğu önemlidir. İlişkisel mallara sosyal onay, dayanışma, arkadaşlık, başkası tarafından kabul edilme arzusu, bir kimliği sürdürme isteği, bir görevin veya ahlaki normun yerine getirildiğinde beğenilme hissi gibi örnekler verilebilir. İlişkisel mallar karşılıklı iletişim gerektirdiği için diğer kişilerin statüsünden ve tercihlerinden bağımsız olarak üretilemez.

Uhlaner (1989, 256) ilişkisel malları etkileşimde bulunan kişilerin temasına göre doğrudan ve dolaylı, kullanım amaçlarına göre araçsal ve tüketim olmak üzere iki farklı şekilde sınıflandırmıştır.

Doğrudan temaslı ilişkisel mallar (direct-contact relational goods) bireylerin yüz yüze etkileşiminde bulunduğu doğrudan iletişim yoluyla üretilirler. Doğrudan temas durumunda bireyler birbirlerini kişisel olarak tanıdıklarından iletişim esnasında nasıl davranacaklarını önceden tahmin ederler. Arkadaşlık bu mallara örnek olarak verilebilir (Uhlaner,1989: 256).

Dolaylı temaslı ilişkisel mallar (indirect-contact relational goods) uzak çevrede bulunan ilişkiler yoluyla üretilir. Üretim için sosyal kimlik teorisinde olduğu gibi kişinin kendisi bir grubun üyesi olarak görmesi gerekmektedir. Yüz yüze temas olmasa da ilişkisel malın değeri bireyin hem kendisinin hem de grubun diğer üyelerinin iletişimine bağlıdır. Bu tür mallara örnek, toplumdaki belirli bir grubun üyesi olarak aidiyet duygusunu pekiştirme veya grubun diğer üyeleri tarafından kabul edilme arzusudur. Gruptaki kişiler birbirlerini kesin olarak tanımayabilir ya da isimlerini bilmeyebilir. Ancak bu kişiler, aynı dünya görüşünü ve ideolojiyi paylaşanlar ya da aynı ülkede ve mahallede yaşayanlardır. Birey ait olduğu grupla bağlantısını sürdürdüğü ya da gerçekte kim olduklarını bilmesede de belirli bir gruba bağlı hissettiği sürece ilişkisel malları üretmeye devam edecektir (Uhlener, 1989: 256; 2014: 53).

İlişkisel tüketim malları (relational consumption goods), bireyin herhangi bir beklenti içine girmeden diğer kişilerle iletişime geçmesiyle üretilir. İlişkisel tüketim malının kendisini üretip tüketmek bir amaçtır. Örneğin bir arkadaşıyla gün batımı seyreden bir kişi hoş vakit geçirerek bu mallardan tüketebilir. Ayrıca bu mallar, bir gruba ait olma duygusu ve grubun verdiği görevi yerine getirildiğinde beğenilme hissi gibi dolaylı temas durumlarını da kapsamaktadır (Uhlener, 1989: 257; 2015: 176).

Araçsal ilişkisel mallar (relational instrumental goods) belirli bir amaca yönelik kurulan iletişimler aracılığıyla üretilir. Örneğin arkadaşlarıyla balinaların öldürülmesine karşı protestoya katılan kişinin amacı, balina avcılığı için hükümetin daha korunaklı düzenleme yapmasını sağlamaktır. Böylece kişi katıldığı eylemle grup kimliğini güçlendirir. Burada önemli olan arkadaşla geçirilen vakit değil, hayvan hakları için kamuoyunun dikkatini çekebilmektir. Etkileşim dolaylı ve üyeliğin öznel olduğu gruplarda araçsal ilişkisel malların daha fazla üretilmesi beklenmektedir. Örneğin bir kadın, feminist olarak kimliğini güçlendirmek ve Ulusal Kadın Örgütü'nün tanınması

desteklemek için eylemlere katılarak bu mallardan tüketir (Uhlener, 1989: 257; 2015: 176-177).

Uhlener (1989, 2014, 2015) ilişkisel mallar kavramını, siyasi katılım gibi rasyonel bireylerin neden bir topluluğa katılmak istediğini açıklamak için kullanmıştır. Araştırmacıya göre bir bireyin oy kullanması, eyleme katılması, bir kampanyaya para katkısında bulunması katılımların sonucunu değiştirmez. Buna rağmen insanlar bu eylemleri gerçekleştirmeye devam ederler. Uhlener göre bu paradoksun nedeni, sorumluluk duygusu, gerçekleştirilen eylemden haz almak, alışkanlıklar ve sosyal becerileri geliştirmek için insanların bir topluluğa katılmak istemesidir. Bireyler için önemli olan toplu katılımın sonucu değil, bu katılımı gerçekleştirme nedenidir. Örneğin bir kişi, eşi veya çevresindeki diğer kişiler istediği için seçimlerde oy kullanabilir. Böylece siyasi katılım artar.

1.1.2. Benedetto Gui’e Göre İlişkisel Mallar

İlişkisel mallar kavramının gelişmesine katkıda bulunan diğer önemli isimlerden biri de ekonomist Benedetto Gui’dir. Gui (1996) ilişkisel malları, “kişiler arası ilişkiler esnasında ortaya çıkan belirli duygular ve bu duyguların ifade edilmesi sonucunda elde edilen değerler” olarak tanımlamıştır. Gui (1986) ilk olarak, ilişkisel mallar kavramını kiracıların mülk sahipleri ile yapmış olduğu kira sözleşmesini neden feshetmek istemediğini açıklamak için kullanmıştır. Buna göre, kiracılar maddi mülkün yanı sıra komşuları ile arasındaki bağlar sayesinde elde ettikleri maddi olmayan değerler için de sözleşmeyi feshetmek istemezler ve kira ödemeye devam ederler (Gui, 1996: 261).

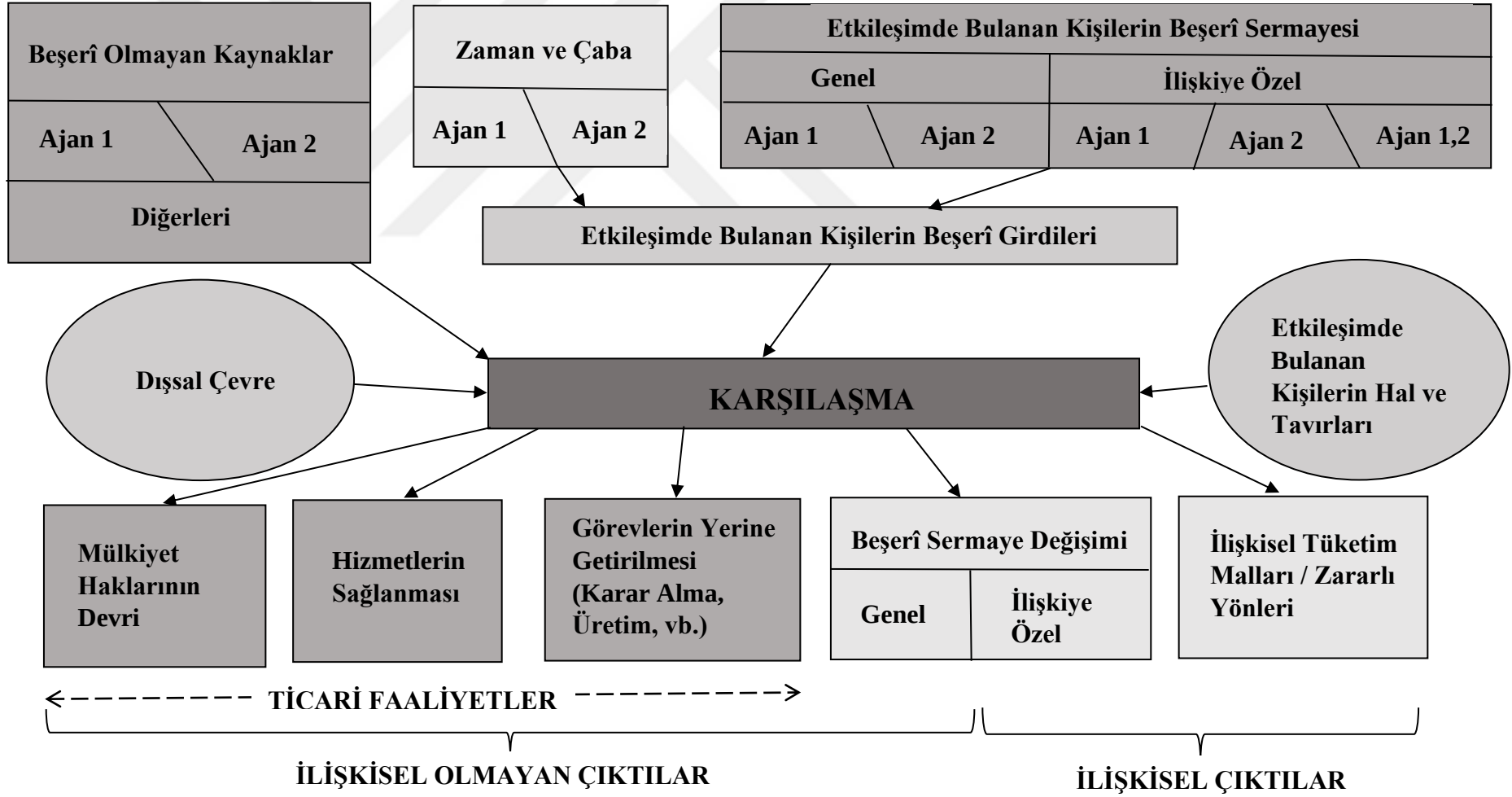
Gui (2005), tüm iletişim biçimlerini “karşılaşma” olarak adlandırdığı belirli bir üretim süreci olarak analiz etmeyi önermiştir. Gui göre ilişkisel mallar genel olarak ekonomik karşılaşmalar sonucunda üretilmektedir. Örneğin satıcı ile alıcı, doktor ile hasta, iki iş arkadaşı ve aynı mağazanın iki müşterisi arasındaki karşılaşmalarda ticari bir

işlem, bir görevi yerine getirme, hizmet sağlama gibi ekonomik çıktıların ötesinde ilişkisel mallar da üretilir. Karşılaşmalar, yüz yüze etkileşimler ya da telefon görüşmeleri, telekonferanslar, e-posta ve mektup yoluyla yapılan iletişimlerdir (Gui, 2005: 31-32).

Gui, ilişkisel malların üretim sürecini Şekil 1.1’de gösterilen “karşılaşma modeli” ile açıklamıştır.



Şekil 1.1: Karşılaşma Modeli



Kaynak: Benedetto Gui (2005). "From Transactions to Encounters: The Joint Generation of Relational Goods and Conventional Values". B. Gui ve R. Sugden (Der.), Economics and Social Interaction: Accounting for Interpersonal Relations (23-51). Cambridge University Press, Cambridge. s.44.

Şekil 1.1’de, ekonomik karşılaşmalar sonucunda üretilen ilişkisel ve ilişkisel olmayan çıktıların üretim süreci gösterilmiştir. Ekonomik karşılaşmalara; emlak ofisinde kira sözleşmesi yapan bir müşteri, hastayı ziyaret eden doktor, bir işçiye yeni bir görev veren işveren, kâr amacı gütmeyen bir kuruluşun yeni projesine destekleyen zengin bir hayırsever, yönetim kurulu toplantısı ve koridorda sohbet eden bir grup sekreter gibi örnekler verebilir. Bu karşılaşmalar sonucunda aşağıdaki gibi ilişkisel olmayan çıktılar elde edilir (Gui, 2005: 32):

- Mülkiyet haklarının devri: Bir evin kiraya verilmesi, hayırseverin projeye bağış yapması.
- Bir hizmetin sağlanması: Doktorun hastayı teşhis koyması.
- Bir görevin yerine getirilmesi: Yönetim kurulunda toplu karar alınması, bir işçinin mal veya hizmet üretimini gerçekleştirmesi.

Şekil 1.1’de, karşılaşmalar sonucunda etkileşimde bulunan kişilerin ilişkiye özgü beşerî sermayelerindeki (relation-specific human capital) değişiklikleri ve etkileşim esnasında paylaşılan değerleri kapsayan ilişkisel çıktıların da elde edildiği görülmektedir. Bu çıktıların üretilmesi için iki farklı girdi kullanılır. İlk girdi, beşerî olmayan kaynaklardır. Bu kaynaklar karşılaşma örneklerindeki toplantı odasının kullanılması, sözleşme maddeleri hakkında yasal tavsiyeler, ulaşım ve haberleşme hizmetleridir. İkinci girdi, beşerî kaynaklardır. Bu kaynaklar ise etkileşimde bulunan kişilerin genel ve ilişkiye özgü beşerî sermayesi ile karşılaşmaya ayrılan zaman ve çabadır. Etkileşimde bulunan kişilerin özellikleri, davranışları, yetenekleri ve bilgisi beşerî girdileri oluşturur. Şekil 1.1’e bakıldığında, ilişkisel ve ilişkisel olmayan çıktıların üretilmesi için kullanılan girdilerin ajan 1 ve ajan 2 (etkileşimde bulunan kişiler) tarafından sağlandığı görülmektedir. Beşerî olmayan kaynaklar ayrıca üçüncü kişiler tarafından da sağlanabilir. İlişkiye özgü beşerî sermaye ise ajan 1 ve ajan 2 tarafından ortak da biriktirilebilir (örneğin kişiye özel aynı bilgiye sahip olmak). Şekil 1.1’i tamamlayan son öğeler

karşılaşma sürecini etkileyen faktörlerdir. Etkileşim anında kişiler, kendi davranışları ile ruh hallerinden ve dışsal çevreden etkilenmektedir (Gui, 2005: 45).

Çeşitli karşılaşmaların sonucunda bireylerin beşerî sermayesi değişmektedir. Kişisel ve sosyal ilişkiler esnasında bir taraf diğerine bilgi aktarır. Bu bilgiler gelecekteki bireysel faaliyetleri veya sosyal ilişkileri etkileyecektir. Örneğin bir ustabaşı yeni bir işçiye görev verdiğinde işçi, ustabaşından kullanılan teknikler hakkında bilgi edinebilir. Bu tür bilgiler etkileşimde bulunanların genel beşerî sermayelerinde değişikliğe neden olmaktadır. Ayrıca bu bilgiler, sadece etkileşimde bulunan kişiler arasındaki karşılaşmalarda iletişim kurma becerilerini geliştirirse “ilişkiye özgü beşerî sermaye (ilişkisel sermaye)” ortaya çıkar. Bir doktorun birkaç defa bir hastayı ziyaret ederek hastaya özgü bilgiler edinmesi ilişkisel sermayeye örnektir. Bu karşılaşmanın ilk çıktısı hastaya konan teşhistir. Doktorun ziyaret süresince kullandığı beşerî sermayesi, teorik bilgisi ve yıllar boyunca edindiği mesleki tecrübesidir. Doktor, ilişkiye özgü beşerî sermayesi ile korkmuş hastayı sakinleştirebilir. Örneğin hastanın taraftar olduğu takım hakkında sohbet başlatarak hastanın gerginliğini azaltabilir (Gui, 2013: 298-299).

İlişkisel sermaye sadece bilgi içermez. Dikkate alınması gereken diğer unsur bir tarafın diğerine karşı duygu durumudur. Karşılıklı duygular bir karşılaşmanın nasıl gerçekleşeceğini etkiler. Örneğin karşılıklı kırgınlıklar organizasyonlarda karar verme sürecini uzun ve tartışmalı hale getirebilir. Kişiler arasındaki karşılıklı duygular önceki etkileşimler tarafından belirlenir. Örneğin iş arkadaşları arasındaki uzun süreli karşılıklı düşmanlık, şiddetli kavgalar sonucunda ortaya çıkar. Bu tür olaylar ilişkiye özgü beşerî sermayenin azalmasına neden olmaktadır (Gui, 2005: 36).

İlişkisel tüketim malları (relational consumption goods), ekonomik karşılaşmalar sırasında elde edilen ilişkisel çıktıların ikinci kategorisidir. Sosyal etkileşimin iletişimsel ve duygusal tarafı hoş değilse bireyler haz elde edemezler. Gui, bu tüketim biçimine ilişkisel tüketimin zararlı yönleri (relational consumption bads) olarak adlandırmıştır.

Ancak Gui bu tanımlamayı kullanmamış, genel olarak ilişkisel çıktıları tüketim malları olarak adlandırmıştır. İlişkisel tüketim mallarına örnek, yaşlı bir bireyin sabahını semt pazarında satıcılarla ve pazarda alışveriş yapan diğer müşterilerle sohbet ederek geçirmesidir. Yaşlı bireyin bu karşılaşma esnasında elde ettiği ekonomik çıktılar, sebze ve meyve satın alması ve yeni ürünler hakkında bilgi edinmesidir. Ayrıca yaşlı birey pazardaki diğer kişilerle sohbet ederek yaşam memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olan ek bir çıktı (ilişkisel tüketim malları) da elde etmiş olur (Gui, 2005: 37).

Ekonomik bir karşılaşmanın ilişkisel tüketim malı üretilip üretilmediğini anlamak için bu karşılaşmayı, kişisel iletişim dışında tüm yönleriyle aynı olan bir süreçle karşılaştırabilir. Bu süreçlere örnekler; futbol maçı hakkında yorum yapabilecek bir garson yerine otomatik kahve makinesi tarafından kahve servisi yapılması, yeni bir işçinin ustabaşı ile değil yazılım paketi ile eğitilmesi, bir insan yerine robot tarafında hastalara bakılmasıdır. Karşılaştırmanın daha iyi anlaşılması için iki sürecin de bireylere aynı bilgiyi sağladığını (örneğin kahve makinesinin yol tarifi vermek üzere programlanması) ve beşerî sermaye birikiminin kişisel iletişim olduğu süreçte ihmal edilebilir düzeyde olduğu varsayımları yapılsın. Bu durumda bireyler iki süreç arasında kayıtsız kalabilir. Ancak çoğu kişi başka bir insanla temas kurmak, dikkate alınmak, dinlenmek ve kişisel sorunlarını anlatmak için genellikle kişisel iletişimin olduğu süreci tercih etmektedir (Gui, 2013: 298).

Gui (2005, 2013) ilişkisel mallara ekonomik karşılaşmalardan örnekler vermiştir. Ancak araştırmacı, ticari faaliyetler içermeyen karşılaşmalarda da ilişkisel malların üretilebileceğini kabul etmiştir. Örneğin Gui (2005) göre aile, akrabalar, arkadaşlar, komşular ve derneklerdeki kişiler ile hoş vakit geçirilerek ilişkisel mallardan faydalanabilir. Gui'nin ekonomik karşılaşmalara odaklanmasının nedeni, sosyal ilişkilerin çalışma programları ve mesleki hareketlilik gibi ekonomik seçimlerden etkilenmesidir.

Gui (2005, 2013) kişiler arasında kurulan ilişkiler sonucunda elde edilen değerleri “dışsallık” yerine “mal” olarak tanımlamıştır. Gui göre bunun nedeni, sosyal ve kişisel ilişkilerin bir mal olarak tanımlanması için gerekli kriterleri karşılamasıdır. Bu ilişkiler Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üçüncü seviyesinde yer alan sevgi, aidiyet, sosyal yaşam gibi sosyal düzeyli ihtiyaçları karşılar ve bu ilişkilerin fırsat maliyeti¹ vardır. Örneğin bir kişi boş vaktini arkadaşıyla geçirmek yerine tek başına televizyon izleyerek geçirebilir. Ancak ilişkisel mallara arz ve talep koşullarının uygulanması mümkün değildir. Etkileşimde bulunan bir kişi diğerlerinin beşerî kaynakları dahil olmak üzere bir karşılaşmaya ayrılan tüm kaynaklar için ödeme yapmaya istekli olsa da yeterli arz sağlanmaz. Çünkü bir etkileşimin temel bileşimi olan olumlu karşılıklı duygular para ile satın alınamaz. Gui (2013) göre, modern toplumlarda zamanın fırsat maliyeti çok yüksek olduğu için bireylerin “ilişkisel yoksulluk tuzağına” yakalanma riski yüksektir.

1.1.3. Robert Sugden’e Göre İlişkisel Mallar

Ekonomist Robert Sugden (2005) “Fellow-Feeling” adlı çalışmasında, kişiler arası ilişkiler esnasında başkalarının duyguları fark ederek, bu duyguların paylaşılması sonucunda elde edilen ek değerleri ilişkisel mal olarak tanımlamıştır. Gui’nin ilişkisel mallar üzerine yaptığı çalışmalardan etkilenen Sugden, kişiler arası ilişkilerin duygusal bileşenini analiz etmek için teorik bir yaklaşım önermiştir. Sugden (2005), bu yaklaşımı Adam Smith’in “Ahlaki Duygular Teorisi” adlı kitabındaki duygudaşlık (fellow-feeling) kavramını temel alarak geliştirmiştir.

İktisat biliminde, sosyal ilişkiler genel olarak rasyonel seçim teorisi çerçevesinde modellenmiştir. İktisatçılar, bireyin sosyal yönelimlerini tercihlerin bir özelliği olarak görmüşler ve bu tercihlerle sosyal ilişkileri açıklamak için rasyonel seçim teorisini

¹ Günümüzde aile, dostluk, arkadaşlık gibi ilişkileri geliştirmek için zaman gereklidir. Alternatif mallardan ve faaliyetlerden vazgeçilerek bu tür ilişkiler sürdürülebilir.

kullanmışlardır. Ancak Sugden (2005) göre mutluluk, sevinç, üzüntü gibi hayattaki farklı olaylara ya da durumlara karşı verilen duygusal tepkiler tercih değildir. Bu duygular, bireylerin yaşamına ilişkin öznel deneyimleridir. Tercihlerin oluşumunda bu deneyimler önemlidir. Ancak bireylerin duyguları, tercihlerin veri olarak kabul edildiği ekonomik modellerde yer almamıştır. Sugden (2005), malların fiziksel özellikleri açıkça tanımlanmışsa ve mallara ilişkin tercihler ekonomik modellerde sabitse tercihlerin arka planında yer alan duygusal durumların araştırılmasının gereksiz olduğunu öne sürmüştür. Ancak Sugden (2005) göre ilişkisel malların fiziksel özellikleri yoktur, sadece arkadaşlık, düşmanlık gibi etkileşimde bulunan kişilerin yansıttıkları duygu durumları vardır. Ayrıca araştırmacıya göre bir kişinin ilişkisel mallara yönelik tercihleri (örneğin belirli bir kişiyle sohbet etme ya da arkadaşlık gibi), iletişime geçtiği kişinin duygularını nasıl algıladığına bağlıdır. Buradan hareketle Sugden (2005), bu tercihleri açıklayabilmek için bireylerin duygusal yönlerini analizlere dahil etmiştir. Böylece Sugden (2005) rasyonel seçim teorisinin ötesinde bir yaklaşım önermiştir.

Smith'in duygudaşlık kavramı, başkasının duygusunu paylaşmayı, kendini duygu ve düşüncede bir başkasının yerine koyabilmeyi ifade eder. Smith'in hipotezine göre haz ya da acı verici olsun tüm duygu durumlarında insanlar birbirlerinin duygularını paylaşırlar. Bireyler birbirlerini ne kadar iyi tanırsa duygudaşlık gücü o kadar yüksek olmaktadır. Örneğin aile arasında paylaşılan duygular, akrabalar ya da arkadaşlar ile paylaşılan duygulara kıyasla daha yoğundur. Sevinç, korku, üzüntü gibi farklı duygu türleri duygudaşlık hissini uyandırmada etkilidir. Birisinin duygusal acı yaşadığını gören bir kişi, bu acıyı kendi yaşıyor gibi tepkide bulunabilir (Sugden, 2005: 56).

Sugden, Smith'in duygudaşlık kavramını kullanarak ilişkisel bir malın üretim teknolojisini açıklamıştır. Bu açıklama için Gui'nin kuaför örneğini ele almıştır. Örnek şu şekilde açıklanabilir: Saçını kestirmek için kuaföre giden bir kişi kuaförün hizmet sunması için belli bir süre beklemesi gerekir. Rasyonel seçim teorisine göre kuaförde

geçirilen bu süre, bireyin hoş görünümü için katlandığı bir maliyettir. Ancak kuaförde samimi bir atmosfer varsa kişi zamanını kuaförle ve diğer müşterilerle sohbet ederek geçirebilir. Bu sayede kuaför ve müşteriler birlikte hoş vakit geçirerek ilişkisel mal üretebilirler. Ancak kişisel iletişime geçilemeyen bir robot tarafından saç kesimi yapılırsa bu tür mallar elde edilemez. Smith'in hipotezine göre kuaför dükkanındaki samimi atmosfer gibi ilişkisel mallar, olumlu duyguların karşılıklı olduğunu fark edilmesiyle ortaya çıkar. İnsanlar ekonomik ilişkiler esnasında duygudaşlığın farkını varırlarsa ilişkisel mallar gibi ek değer elde edebilirler. Dolayısıyla ilişkisel bir malın üretim teknolojisi duyguların karşılıklı olmasına, ifade edilmesine ve uzun dönemde geliştirilmesine bağlıdır. Örneğin birlikte sabah kahvaltısı yapan, sinemaya giden ve yürüyüşe çıkan arkadaşlar hoş vakit geçireceklerinin farkındadırlar. Arkadaşlık ve aile ilişkilerinde duygudaşlık bilinci yüksek olduğu için ev işleri, işyeri görevleri ve öngörülemeyen sorunlarla başa çıkma gibi zorluklar daha kolay aşılır. Bu karşılıklı duygular belirli bir faaliyete ya da belirli bir olaya özgüdür; etkileşimde bulunan kişinin diğerleri için altruist kaygısını içermez. Başka bir ifadeyle, diğerlerinin faydası için ya da onların acısını azaltmak için kişi kendi çıkarına aykırı davranarak ilişkisel mal üretemez (Sugden, 2005: 66-67).

Gui'nin kuaför örneğinde olduğu gibi ekonomik ilişkiler esnasında ilişkisel mallar üretilir. Piyasa ilişkisel malların üretimini engellemez. Örneğin bir hastanın kişisel bakımı aile yerine ücretli bir kişi tarafından yapıldığında ilişkisel mallardan fayda elde edilebilir. Hasta kendisine kişisel hizmet sağlayan kişinin dostane yaklaşımına fark edip, karşılık verirse duygudaşlık hissi ortaya çıkar. Bu bağlamda ödeme mekanizmasının varlığı sosyal ilişkileri dışlamaz. Ancak ekonomik ilişki esnasında dışsal motivasyonla hareket edilirse ilişkisel mallar piyasa aracılığıyla üretilemez. Kişisel bakım hizmeti örneğinde bakım veren kişi hasta ile iletişime geçmez ve bu hizmeti ücret karşılığında sadece görevini yerine getirme olarak görürse hasta ile ortak değerler paylaşamaz. Sugden

göre ilişkisel bir malın temel bileşeni, başkalarının duygularını hissedip bu duyguları paylaşabilmektir. Bir kişi kendini başkasına yakın hissederse etkileşim anında ek değer elde etmektedir. Bu his belli bir nedene dayanmayabilir veya kişiyi iyice tanımadan da oluşabilir (Sugden, 2005: 69).

1.1.4. Pierpaulo Donati’e Göre İlişkisel Mallar

İlişkisel mallar kavramının öncü isimlerinden sosyolog Donati (1989) ilişkisel malları, “iki ya da daha fazla kişi arasında herhangi bir karşılık beklemeden (içsel güdülerle) kurulan ilişkiler yoluyla paylaşılan öznel değerler” olarak tanımlamıştır. Donati göre ilişkisel mallar görülebilir, dokunabilir ve bir yerden diğerine aktarılabilir olmasa da ölçülebilmektedir. Ancak bu ölçüm mutlak terimlerle yapılmaz. Sosyal öznelerden (örneğin aileler, şirketler, kuruluşlar, dernekler, toplumsal hareketler gibi) hangisinin daha fazla veya daha az ilişkisel mal ürettiğini belirlemek için sadece karşılaştırma yapılabilir (Donati, 2019: 250).

Donati (2014: 30-31)’ye göre ilişkisel malların üretilmesi için aşağıdaki unsurlar gereklidir:

- Etkileşimde bulunanların kişisel ve sosyal kimliği: İlişkisel malları üretenler belirli kişiler olmalıdır. Bunun nedeni kişilerin eylemleri, kişisel ve toplumsal bir varlık olarak her birinin kimliğini yansıtmasıdır.
- İçsel motivasyon: Bir kişinin ilişki kurabilmesi için kendi çıkarlarıyla değil içten gelen güdülerle hareket etmesi gerekir. Örneğin bir kişiyle sosyal statüsünü geliştirmek için değil sadece o kişiyle hoş vakit geçirmek için arkadaşlık ilişkisi kurulursa ilişkisel mal üretilir.
- Karşılıklılık: Bir kişi ilişkide karşı tarafın değişen ihtiyaçlarına ya da ona haz verebilecek duygularına göre hareket ederse ilişkisel mallardan faydalanabilir.

- Tam paylaşım: Etkileşimde bulunan kişiler ilişkisel malları birlikte üretebilir ve birlikte tüketebilir. Kişi tek başına bu malı üretemez ya da başkalarından üretmesini isteyemez.
- Kişiler arası ilişkilerde süreklilik: İlişkisel malların üretilmesi için kısa dönemli etkileşim yeterli değildir. Örneğin markette bir ürünü satın alma esnasında kasiyer ile müşteri arasında karşılıklı nezaket veya sempati duyguları oluşsa da ilişkisel mallardan faydalanamaz. Kişiler arasında anlık etkileşim değil, süreklilik gerektiren bir ilişki olması gerekir.
- Kişiler arasında karşılıklı ilişki kurulması: İlişkisel mallar iki ya da daha fazla kişinin birbirleriyle iletişim halinde olmasıyla üretilir. Bu iletişim özerk, kısıtlanmış ve anlık olmamalıdır.

Donati (2014: 31)'ye göre ilişkisel mallar şu temel özellikleri içermektedir:

- Ortaya çıkan bir etkidir: İlişkisel malların üretilmesi için tüm unsurların bir arada olması gerekmektedir. Bu özellik, ilişkisel malın etkileşimde bulunan kişilerin katkılarını aşan ve çoğu durumlarda ilk amaç olarak öngörülmemiş veya düşünülmemiş olan üçüncü tür bir mal olduğu gerçeğini yansıtır.
- Başka bir malla değiştirilemez ya da ikame edilemez: İlişkisel mallar sadece ilişkiler yoluyla üretilir, bir emir veya kanunla üretilmez ve para ile satın alınamaz.
- Bir kişinin veya sosyal grubun temel ihtiyaçlarını karşılar: İlişkisel mallar, insanın kendini gerçekleştirmesini ve mutlu olmasını sağlayan sosyalleşme ihtiyacını karşılar.

Donati'ye göre ilişkiler esnasında sadece ilişkisel mallar üretilmez; bireyler için hoş olmayan çıktılar da elde edilebilir. Donati bu çıktıları, ilişkilerin zararlı yönleri (relational bads) olarak adlandırmış ve bu çıktıların üretiminde gerekli unsurlardan

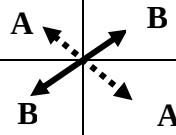
(kimlik, içsel motivasyon, karşılıklılık, paylaşım, süreklilik ve ilişkili olma) bir veya daha fazlasının eksik olduğunu ya da bu unsurlar arasında uyum eksikliği olduğunu belirtmiştir. Düşünürce göre ilişkilerin zararlı yönleri engellenmiş, kopmuş veya aksamış ilişkilere bağlıdır ve sosyal ilişkiler pozitif etkiler yerine negatif etkiler yarattığında ortaya çıkar. Örneğin mafya grupları, çeteler ve suç örgütleri kendi toplulukları içinde ilişkisel mallar üretebilirler; ancak bu topluluklar sosyal çevre için negatif dışsallıklar yaratırlar. Aslında Donati'ye göre ilişkisel mallar sağlıklı ve kalıcı ilişkiler (güvene ve işbirliğine dayalı karşılıklı ilişkiler gibi) aracılığıyla üretilir. Ancak bu mallar, ahlaki açıdan kötü amaçlar doğrultusunda kurulan ilişkiler yoluyla üretilirse bireylere zarar verebilir. Örneğin bir kişi başkalarıyla yasa dışı iş yapmak için arkadaş olursa gelecekte bu ilişkiden zarar görebilir (Donati, 2019: 31).

Donati'ye göre ilişkisel mallar, özel mallar ya da kamusal mallar kategorisinde sınıflandırılmaz. Bireylerin sosyalleşmesinin sonucunda ortaya çıkan bu mallara, ayırım yapılmaksızın herkes tarafından erişebilir. İlişkisel mallar, herhangi bir kişiye ait olmayan veya özel mülkiyeti olmayan bir mal türüdür. Donati (2019: 246) bu mal türünün nasıl sınıflandırılması gerektiğini bir örnekle açıklamıştır. Örnek şu şekildedir: Bir grup ebeveyn, kendi çocuklarına ve bölgedeki diğer çocuklara yönelik eğitim hizmeti sağlamak için bir dernek kurmaya karar verirler. Aileler bu hizmeti gerçekleştirmek için belediyeden ödenek alınır (örneğin kreş, anaokulu veya ilkokul binasının belediyenin arsasında yapılması gibi). Bazılarına göre bu hizmet özel kişiler tarafından sağlanması nedeniyle özel bir maldır. Eğitim hizmeti belediyenin sahip olduğu bir alanda gerçekleştiği için bazı kişiler de bu hizmeti kamusal mal olarak değerlendirir. Bu hizmet sırasında ilişkisel mallar da üretilebilir. Aileler derneğe aktif katılarak ya da ebeveynler ve öğretmenler sürekli görüşerek hoş bir sosyal ilişki kurabilirler. Dolayısıyla Donati (2019)'ye göre ilişkisel mallar, özel mal ya da kamusal mal olarak kategorize edilemeyen "üçüncü tür" bir maldır.

Donati (2014) malları, tüketimde rekabete ve tüketicinin egemenliğine göre dört farklı şekilde sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırma Tablo 1.1’de gösterilmiştir.

Tablo 1.1: Toplumda Üretilen Mal Türleri

	Tüketimde Rekabet Yok	Tüketimde Rekabet Var
Tüketici Egemenliği Yok	Kamusal Mal	İkincil İlişkisel Mal
Tüketici Egemenliği Var	Birincil İlişkisel Mal	Özel Mal



Kaynak: Pierpaolo Donati (2014). Relational Goods and Their Subjects: The Ferment of a New Civil Society and Civil Democracy. *Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi*, 14: 19-46. s.29.

Tablo 1.1’e göre kamusal mallar, tüketiminde rekabeti olmayan ve tüketicinin istekleri doğrultusunda üretimi yapılmayan bir mal türüdür. Özel mallar ise tam tersine, tüketimde rekabeti olan ve tüketici doğrultusunda üretimi ve tüketimi yönlendirilen mallardır. Tablo 1.1’e bakıldığında, Donati’nin ilişkisel malları iki farklı şekilde kategorize ettiği görülmektedir. Birincil ilişkisel mal, tüketicinin özgürce seçim yaptığı ve her tüketicinin aynı oranda tüketebildiği bir mal iken; ikincil ilişkisel mal, faydası sadece bu malı tüketene tahsis edilen ve tüketicinin istekleri dışında üretimi yapılan bir maldır. Tablo 1.1’deki A oku özel malların kamusal mallara, kamusal malların da özel mallara dönüştürebileceğini göstermektedir. Örneğin elektrik, ulaşım, sağlık ve eğitim hizmetleri gibi mal ve hizmet üreten özel sektör kamusallaştırılırsa özel mallar kamusal mallara dönüşür. Tersine, kamu sektöründe üretilen bir mal (örneğin telefon hizmeti, demir yolu taşımacılığı gibi) özel sektörün rekabetine bırakılırsa bu mal özelleştirilmiş olur. Fiyatlar farklı olsa da tüketici aynı hizmeti almaya devam eder. Üretilen mal ve hizmetin niteliği değişmez. Özel mallardan ve kamusal mallardan farklı olarak ilişkisel mallar, kendilerine özgü niteliklerini ve özelliklerini kaybettikleri için birbirlerinin yerine kullanılamazlar. Ancak ilişkisel mallar birbirlerinin üretimine katkıda bulunabilir.

Örneğin arkadaş olan iki kişi birlikte bir derneğe üye olduklarında ikincil ilişkisel mal üretmiş olurlar. Tablo 1.1’de bu durum B okuyla gösterilmiştir (Donati, 2014: 29-30).

Donati, birincil ilişkisel malların birincil gruplar tarafından üretildiğini ve ikincil ilişkisel malların da ikincil gruplar tarafından üretildiğini belirtmiştir. Birincil gruplar, uzun süreli, yüz yüze ve yakın ilişki içindeki insanların düzenli iletişiminden oluşan küçük sosyal gruplardır. Bu gruplara örnekler aile, komşular, akrabalar ve arkadaşlardır. Birincil grupların üye sayıları az ve amaçları belirsizdir. İkincil gruplar, insanların belirli bir amacı gerçekleştirmesi için kişisel olmayan bir şekilde etkileşimde bulundukları kurumsal ve resmi olan büyük gruplardır. Bu grupların ilişkileri resmi sözleşmelerle ve yasalarla düzenlenmiştir. Dolayısıyla insanlar doğal hareket etmezler ve birincil gruplarda olduğu gibi duygularını istedikleri şekilde ifade edemezler. Dernek, vakıf, birlik, sosyal dayanışma kuruluşları gibi sivil toplum kuruluşları ikincil gruplara örnektir (Donati, 2014: 38)².

Donati’nin ilişkisel mal sınıflandırması Uhlaner’ininki ile benzerdir. Donati (2014) ilişkisel malları Uhlaner (1989) gibi ilişki biçimlerine göre birincil (doğrudan temaslı) ve ikincil (dolaylı temaslı) olarak iki farklı şekilde sınıflandırmıştır. Ancak bu sınıflandırma ikincil (dolaylı temaslı) ilişkisel mallar açısından farklılık göstermektedir. Donati (2019)’ye göre, ikincil ilişkisel malların üretilebilmesi için minimum düzeyde de olsa belirli bir nitelikte olan somut bir ilişki gereklidir. Uhlaner (1989)’e göre, dolaylı temaslı

² Donati (2019)’e göre, Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği gibi uluslararası kuruluşlar ilişkisel mallar üretmez. Bu tür kuruluşlar ilişkisel mallar üretmeleri için gerekli olan içsel motivasyon ve ilişkili olma koşullarını sağlamaz. Ancak kurumsal sosyal sorumluluğu yerine getirme şartıyla kâr amacı güden herhangi bir kuruluş ilişkisel mallar üretebilir. Kuruluşun amacı bir topluluk için pozitif dışsalılık yaratmak olmalıdır. Ancak bu amaç, kuruluş için kâr elde etmenin bir yolu olmamalıdır.

ilişkisel mallar yakın, samimi ve yüz yüze olmayan ilişkiler (popüler bir topluluğun üyesi olmak, feminist ya da çevreci olmak vb.) aracılığıyla üretilebilir.

Uhlener ve Donati, ilişkisel malların iki veya daha fazla kişinin ortak eylemleri sonucunda üretildiği, özel ve kamusal mallardan farklı olduğu konusunda hemfikirdirler. Bu araştırmacıların ilişkisel malları ele alış biçimleri farklıdır. Uhlener ilişkisel malları rasyonel seçim teorisi çerçevesinde incelemiş, Donati ise bu malları ilişkisel sosyoloji yaklaşımıyla açıklamıştır. Uhlener (1989)'e göre aynı tür maldan hem maddi hem de maddi olmayan fayda elde edilebilir. Örneğin bir kişinin çikolatalı kek tüketimi, başkalarının aynı çikolatalı keki tüketme olasılığını azaltır. Ancak bireyler birlikte bu kekten tüketirlerse sosyal hazları artar. Uhlener sosyal ilişkileri bireysel tatmini artırmanın bir yolu olarak görmektedir. Ancak Donati (2019)'ye göre ilişkisel mallar, bireysel çıkarın ötesinde iletişime geçmeyen kişiler için de pozitif dışsallık yaratabilecek ortak mallardır.

Uhlener (1989), ilişkisel mallar kavramını siyasi katılımı açıklamak için kullanmıştır. Uhlener, tek bir kişinin oyu bir seçim sonucu üzerinde çok az etkisi olmasına karşın bireylerin seçimlerde oy kullanılmaya devam ettiklerini vurgulamıştır. Araştırmacıya göre bu durum, rasyonel bireylerin sosyal kimliklerini güçlendirmek için üyesi oldukları siyasi grupla birlikte hareket ederek oy kullanmalarından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla ilişkisel mallar, bireylerin stratejik tercihlerinin bir sonucudur. Donati'ye göre Uhlener'in yaklaşımı, bireysel tercihlere odaklandığı için bireyci bir bakış açısı içermektedir. Uhlener'in görüşlerini benimseyen iktisatçılar sosyal ilişkileri, maddi mal elde etmenin bir yolu olarak görürler. Bu iktisatçılar, bir kişinin mutlu olabilmesi için ilişkisel bir malın maddi bir malla değiştirebileceğini öne sürmüşlerdir. Donati (2019)'ye göre ilişkisel mallar, bireysel isteklere ulaşmanın bir aracı olmadığından bu değişim gerçekleşemez. Donati (2019), ilişkisel bir malın üretilebilmesi

için etkileşimde bulunan kişilerin içsel motivasyonlarla hareket etmeleri gerektiğini vurgulamıştır.

Donati (2019), iktisatçıların tanımladığı ilişkisel mallar kavramının insanlar arasındaki gerçek bağı yansıtmadığını öne sürmüştür. İktisatçılar, kişiler arası ilişkileri duygular ve bireysel çıkarlar açısından değerlendirmişlerdir. Örneğin Gui ve Sugden ilişkisel malları, bir eylemi tek olarak yapmak yerine birlikte yapmanın yarattığı ek değer olarak tanımlar. Bu iktisatçılara göre mal alışverişi esnasında kişiler arasında karşılıklı olumlu duygular ortaya çıkarsa ilişkisel mallardan faydalanılabilir. Ancak bu duygular altruist hisleri içermez. Başka bir deyişle, birey kendisinin zararına bile olsa başkalarının faydası için eylemde bulunmaz. Donati (2019)'e göre ise bireyler, altruist motivasyonla hareket ederek de ilişkisel mal üretebilir.

1.1.5. Martha Nussbaum'a Göre İlişkisel Mallar

İlişkisel mallar kavramından ilk bahseden kişi olan filozof Martha Nussbaum 1986 yılında yayınladığı “The Fragility of Goodness. Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy” adlı kitabında ilişkisel malları, “birbiriyle karşılıklı ilişki içinde olan insanların paylaştıkları duygu ve deyimlerdir” şeklinde tanımlamıştır. Nussbaum göre birey başka bir amaca yönelik değil sadece eğlenceli, keyifli ve tatmin edici olduğu için etkileşimde bulunursa ilişkisel mal üretebilir. Örneğin bir kişi, bir karşılık beklemeden sadece eğlenceli ve keyif verici olduğu için bir etkinliğine katılırsa ilişkisel mallardan fayda elde etmiş olur. Nussbaum arkadaşlığı, dostluğu, karşılıklı sevgiyi, saygınlığı ve sivil katılımı ilişkisel mal olarak örneklendirmiş ve bu malların insan mutluluğu üzerindeki etkilerini Aristotelesçi bakış açısıyla değerlendirmiştir. Nussbaum'a göre ilişkinin sonucu değil, kendisi maldır ve bu mala sahip olmak eudoimonik mutluluğun kaynağıdır. Düşünür bireysel çıkar motivasyonu ile hareket eden insanların sosyal ilişkilerden haz alamadıklarını vurgulamıştır.

Bruni (2013)'ye göre Nussbaum'un tanımladığı ilişkisel mallar kavramı, yerel kamusal mal veya bir dışsallık gibi algılanmasına neden olan özelliklere sahiptir; ancak ilişkisel mallar bu kavramların hiçbirisiyle özdeşleştirilemez. Donati (2019)'ye göre ise Nussbaum, ilişkisel malların doğasını anlamak için yetersiz olan Aristotelesçi ilişki kavramına odaklandığından bu malları tam olarak açıklayamamıştır. Aristoteles'e takiben Nussbaum ilişkisel malları, kişisel tatmin için gerekli olan zenginlik, şöhret veya güç gibi insan ruhuna ait olmayan bir kavram olarak değerlendirmiştir.

1.2. İLİŞKİSEL MALLARIN ÖZELLİKLERİ

Luigino Bruni (2013: 176), ilişkisel mallar kavramını ilk ortaya atan araştırmacıların görüşlerinden yola çıkarak bu malların temel özelliklerini kimlik, karşılıklılık, eş zamanlılık, motivasyonlar, ortaya çıkan gerçek, karşılıksızlık ve mal olarak belirlemiştir. İlişkisel malların bu özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

1.2.1. Kimlik

İlişkisel malları üreten kişilerin kim olduğu önemlidir. Uhlener (1989) göre etkileşimde bulunanlar ya belirli kişiler olmalı ya da belirli bir grubun üyesi olmalıdır. Arkadaşlık veya dostluk gibi ilişkisel malların üretiminde iletişim belirli bir kişiyle gerçekleştirilir. Ancak Nussbaum (1986)'un "sivil katılım" veya Sugden (2005)'nin "duygudaşlık" kavramlarında olduğu gibi etkileşimde bulunan kişiler birbirlerini tanımayabilir. Örneğin bir kişi tiyatro izlerken ne hissettiğini diğer izleyicilerle paylaşarak ilişkisel mal üretebilir. İzleyiciler birbirlerini tanımayabilir ya da birbirlerini bir daha görmeyebilirler; ancak karşılıklı oluşan olumlu duyguları paylaştıkları için haz elde ederler.

1.2.2. Karşılıklılık

İlişkisel mallar, iki veya daha fazla kişi arasındaki karşılıklı ilişkiler yoluyla üretilir. İzole olmuş bir birey ilişkisel mallardan faydalanamaz. Sadece başkalarıyla paylaşılırsa bu mallardan zevk alınabilir. Örneğin havaalanında uçağın kalkışını bekleyen kişiler uçağın geç kalkacağı duyunca endişelerini paylaşmak için birbirleriyle diyalog kurduklarında ilişkisel mallar üretmiş olurlar. Örnekten de anlaşıldığı üzere, ilişkisel malların üretilebilmesi için önemli olan unsurlardan biri etkileşimde bulunan kişilerin ortak eylemde bulunmasıdır. Sugden (2005), ilişkisel malların üretiminin eylemden ziyade duygu durumuna bağlı olduğunu belirtmiştir. Sugden göre ilişkisel mallar, insanlar duygularının karşılıklı olduğunu fark ettiklerinde ortaya çıkar. Örneğin bir hasta doktoruna teşekkür için gülümserse doktor olumlu duyguların karşılıklı olduğunu fark ederek hastasıyla yakın bir ilişki kurabilir. Sugden için ilişkisel malların üretiminde karşılıklı eylemler önemli değildir; üretim için karşılıklı duygusal iletişim yeterlidir.

1.2.3. Eş Zamanlılık

İlişkisel mallar, etkileşimde bulunan kişiler tarafından aynı anda birlikte üretilir ve birlikte tüketilir. Bu mallar, üretimin teknik açıdan tüketimden ayrı olduğu özel ve kamusal mallardan farklıdır. İlişkisel bir mal etkileşim anında ortaya çıktığından üretimi tüketiminden ayıramaz. Uhlaner (1989)'in de belirttiği gibi bu mallar, iki ya da daha fazla kişi arasındaki karşılıklı anlaşmalar sonucunda ortaya çıkar. Örneğin turla geziye giden bir kişi diğerleriyle iletişime geçmezse gezi boyunca sadece bilgi gibi ekonomik bir maldan faydalanabilir; ancak kendine sosyal haz sağlayacak ilişkisel mallardan tüketemez.

1.2.4. Motivasyonlar

İlişki kurmak için bireylere harekete geçiren motivasyonlar ilişkisel malların üretiminde gerekli olan unsurlardan biridir. Bir kişi için sosyal ilişki, sadece başka bir

amaca yönelik bir araçsa ilişkisel mallardan faydalanamaz. Uhlaner (2014), ilişkisel bir malın kendi içinde anlamı ve amacı olduğunu kabul etmiştir. Ancak Uhlaner göre bu mallar başka bir amaca ulaşabilmek için ek yarar sağlayabilir. Örneğin bir kişi ile ileriki zamanlarda işe girmeyi kolaylaştırması için bir arkadaşlık ilişkisi kurabilir. Arkadaşlık, bu amaç için sürdürülmediği sürece ilişkisel mal olarak kalacaktır. Becchetti ve Pelloni (2013: 125) göre ilişkisel mallar piyasada üretilemez; ancak piyasada başka mallar üretilirken ortaya çıkabilir. Başka bir deyişle, ilişkisel mallar dışsal motivasyonların bir yan ürünü olarak elde edilebilir. Örneğin bir seyahat acentesi bir arkadaş grubuna tatil paketi sattığında, müşterilerin arkadaşlığını da bu pakete dahil etmiş olur. Seyahat acentesi müşteriler birbirleriyle arkadaş değilse tatil paketini bu gruba satamaz. Bu nedenle ilişkisel mal olarak nitelendirilen arkadaşlık ilişkisi bu ticari faaliyetin gerçekleşmesini etkilemektedir.

1.2.5. Ortaya Çıkan Gerçek

İlişkisel mallar sosyologlarında vurguladığı gibi ilişkiler içinde ortaya çıkar. “Ortaya çıkan gerçek” kavramı, ilişkisel malın doğası gereği “ekonomik üretimden” daha fazlasını ifade etmektedir. Donati (2014)’nin de belirttiği gibi bu kavram, ilişkisel malların etkileşimde bulunan kişilerin katkılarını aşan ve çoğu durumda bu kişilerin ilk amaçları arasında yer almayan üçüncü tür bir mal olduğu gerçeğini yansıtır. Bu nedenle ilişkisel bir mal ticari faaliyetler sonucunda ortaya çıkabilir. Ekonomik ilişki esnasında taraflar ne yaptıklarını unutarak ilişkisel mallar üretebilirler. Örneğin bir toplantı sırasında katılımcılardan biri eşi ile özel konular hakkında bir telefon görüşmesi yapabilir. Bu süre zarfında diğer katılımcılar da toplantı gündeminde olmayan konulardan konuşarak kendilerini rahatlatırlar.

1.2.6. Karşılıksızlık

İlişkisel bir malın üretilebilmesi için herhangi bir karşılık beklemeden iletişim kurulması gerekmektedir. Kişisel ve sosyal ilişki başka bir amaca yönelik araç değilse, kendi içinde bir değeri varsa ve içsel motivasyonlarla ortaya çıkıyorsa ilişkisel bir maldır. İçsel motivasyonlar altruistik duyguları içermeyebilir. Örneğin bir sporcunun veya bir bilim insanının karşılıksız altruist olmayan eylemleri ilişkisel mallar üretebilir. Bir kişi başkasının içsel motivasyonla bir eylemi gerçekleştirdiği bilirse mutlu hisseder. Bu güdü, bireyleri kâr amacı güden bir kuruluşa değil, kanserli çocuklara yönelik projeyi destekleyen bir kuruluşa saygı duymalarını sağlamaktadır. Bireyler bu güdü ile hareket ederlerse ilişkisel mallardan fayda elde edebilir.

1.2.7. Mal

İlişkisel mallar, sosyalleşme ihtiyacını karşıladığı ve fırsat maliyeti olduğu için bir mal olarak nitelendirilir. Fakat ilişkisel mallar bir meta değildir. Karl Marx'ın terminolojisine göre her meta bir maldır; ancak piyasa tarafından üretilmeyen mallar meta değildir. Bu doğrultuda meta olmayan ilişkisel malın sosyalleşme ihtiyacını karşıladığı için değeri vardır; ancak karşılıksız üretilmesi nedeniyle piyasa fiyatı yoktur. Becchetti ve Pelloni (2013) göre pazarlanamayan bu mallara örnek olarak arkadaşlık, sosyal onay, dayanışma ve psikolojik destek verilebilir. Becchetti ve Pelloni (2013) aile ve arkadaşlık ilişkilerinde küçük ölçekli ilişkisel mallar üretildiğini, sosyal etkinliklerde (kulüp veya dernek toplantıları, spor etkinlikleri vb.) ise büyük ölçekli ilişkisel mallar üretilebildiğini öne sürmüşlerdir. Örneğin sinemada film izlerken atılan kahkahalar, taraftarların takımları gol attığında stadyumdaki coşkusu ve tiyatrodaki alkışlar büyük ölçekte üretilen ilişkisel mallardır.

1.3. İLİŞKİSEL MALLARIN ÖZEL VE KAMUSAL MALLAR İLE İLİŞKİSİ

Özel mal ve hizmetler, kişisel ihtiyaçları karşılayan herhangi bir mal veya hizmetlerdir. Bedel ödemeyenleri bu mal veya hizmetin faydasından mahrum bırakılabilir. Bir bireyin tükettiği özel mal miktarında bir artış olduğunda diğerlerinin payında bir azalma meydana gelmektedir. Özel mallar, kamusal mallardan farklı olarak tüketimde rekabetin ve tüketiminden mahrum bırakmanın olduğu mallardır (Ayrangöl, 2019: 25-30). Zamagni ve diğerlerine (2019) göre ilişkisel mallar, kamusal mallar gibi tüketimi esnasında iletişime geçen kişiler arasında rekabet durumunun ortaya çıkmadığı ve bu kişileri tüketiminden dışlamanın mümkün olmadığı mallar olarak nitelendirilebilir. Üç malı birbirinden daha net bir şekilde ayıran özellikler Tablo 1.2’de yer almaktadır.

Tablo 1.2: İlişkisel, Kamusal ve Özel Malların Özellikleri

	Özel Mallar	Kamusal Mallar	İlişkisel Mallar
Tüketimde Rekabet Durumu	Rakip	Rakip Değil	Rekabet Karşıtı (İletişim Kuran Kişiler Arasında)
Kullanımda Dışlanabilirlik Durumu	Dışlanabilir	Dışlanamaz	Dışlanamaz (İletişim Kuran Kişiler Arasında)
Marjinal fayda	Azalan	—	Sabit veya Artan
Üretim, Tüketim ve Yatırım	Ayrı Eylemler	Ayrı Eylemler	Ortak Eylemler

Kaynak: Leonardo Becchetti, Luigino Bruni ve Stefano Zamagni (2019). The Microeconomics of Wellbeing and Sustainability: Recasting the Economic Process. Academic Press, London. s.384.

Tablo 1.2’ye göre, kamusal maldan tüketen bir kişi başkalarının o malı tüketmesini engelleyemez. Ancak kamusal malların bu özelliği ilişkisel malları anlamak için yeterli değildir. Tüketiminde rekabetin olmaması ilişkilerin gerçek doğasını yansıtmaz. Kişilerin bir malın tüketiminde rakip olmamaları, birbirlerinin tüketimlerine

müdahale etmemeleri ile ilişkilidir. Örneğin bir müzeye giden iki kişi birbirlerinin önüne geçmeden aynı anda bir tabloyu seyredelerse tüketimde rakip olmazlar. Bu kişiler tabloyu seyrederken iletişime geçtiklerinde ise ilişkisel mal tüketmiş olurlar. İlişkisel malların doğası gereği etkileşimde bulunan kişilerin bu maldan tüketmesi için rekabet etmelerine gerek yoktur. Bu nedenle ilişkisel mallar “rekabet karşıtı” olarak tanımlanmıştır (Zamagni vd., 2019: 379-380).

İlişkisel malların kamusal mallar gibi kullanımı dışlanamadığı Tablo 1.2’de görülmektedir. İlişkisel mallar iletişime geçen kişiler tarafından ortak olarak üretildiği ve birlikte tüketildiği için iletişim esnasında bireyleri bu maldan mahrum bırakmak imkansızdır. Dolayısıyla ilişkisel mallar bireylerin ortak eylemlerine bağlıdır. Özel ve kamusal mallardan farklı olarak bu malları tek birey üretemez, tüketemez veya elde edemez. Örneğin bireyler belirli bir duygu ile tekrarlanan etkileşimler yoluyla arkadaş olurlar. Bu dostluk duygusunu sadece tek bir kişi paylaşamaz (Zamagni vd., 2019: 380).

Tablo 1.2’ye bakıldığında, özel mallardan farklı olarak ilişkisel malların tüketiminde azalan marjinal fayda ilkesinin geçerli olmadığı görülmektedir. Tüketim miktarı arttıkça ilişkisel malın sağladığı ek fayda artar ya da sabit kalır. Örneğin iki arkadaş her görüştüklerinde birbirlerine daha yakın hissetmesini sağlayan sevgi duyguları artar. Ancak bu kişilerin görüşme sıklığı azalırsa sevgi duygusunda artış gerçekleşmez, sabit kalır (Zamagni vd., 2019: 380). Gui (2013) ilişkisel mallardan elde edilen faydanın azalma eğilimi gösterebileceğini vurgulamıştır. Örneğin Gui göre yakın arkadaşlık duygusu bir akşam yemeğindeki kişi sayısı belli bir eşiği aştığında azalmaktadır. Bunun nedeni, kişi sayısı fazla olduğu için belirli bir kişiyle geçirilen özel vaktin duygusal yoğunluğunun az olmasıdır.

Uhlener (1989)’e göre tüketimde rekabeti olmayan ve kullanımı dışlanamayan ilişkisel malların üretimi/tüketimi, birbirleriyle iletişim kuran kişilerle sınırlıdır. Uhlener’in bu görüşünü benimseyen Becchetti, Bruni ve Zamagni (2019) ilişkisel malları,

yerel kamusal mallarının bir alt kategorisi olarak sınıflandırmıştır³. Becchetti ve Pelloni (2013) ise ilişkisel malları yatırım, üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleştiği belli bir tür yerel kamusal mal olarak tanımlamışlardır. Araştırmacılara göre ilişkisel mallar, en az iki kişinin ortak katılımını gerektirmesi ve tüketimlerdeki dışlanmazlık ve rekabet karşılığı⁴ iletişim kuran kişilerle sınırlı olması nedeniyle yerel kamusal mallardır. Bu nedenle Becchetti ve Pelloni (2013) ilişkisel malları ayrı kategorize edilmesi gereken üçüncü bir tür mal olarak değil, özel bir tür kamusal mal olarak sınıflandırmışlardır.

Gui (2013) bu sınıflandırmanın doğru olmadığını, ilişkisel malların “üçüncü bir tür” mal olduğu öne sürmüştür. Gui (2013) göre ilişkisel mallardan tüketen kişiler birbirlerine rakip olabilir. Örneğin hasta bir kişiye akrabaların sağladığı duygusal destek ailedeki başka bireyin hasta olmasıyla azalabilir. Çünkü aile üyeleri daha çok sonradan hasta olan kişiyle ilgilenir ve zamanlarının büyük bir kısmını bu kişiye ayırırlar. Ayrıca Gui (2013) göre ilişkisel mallar dışlanabilir. Örneğin açık alanda yapılan davetli bir doğum günü partisinde sadece davetli kişiler ilişkisel mallardan faydalanırlar. Çevreden geçen diğer kişiler partiye katılmak isteseler de davetli olmadıkları (zaman ayırarak bedel ödemedikleri) için partideki kişilerle iletişime geçip belirli duygu ve deneyimler paylaşamazlar. Gui (2013), ilişkisel malların dışlanabilirlik özelliğinin önemli olmadığını vurgulamıştır. Örneğin yerel futbol takımı bir maç kazandıktan sonra takımı destek veren ve vermeyen herkes sokaklarda toplanıp taraftarların coşkusu paylaşabilir. Takıma destek vermeyen kişiler zaman ayırıp futbol maçını izlemeye gitmeseler de (bedel ödemeseler de) bu coşkuyu paylaşarak ilişkisel mallardan tüketirler.

³ Uhlaner (2014, 2015) sonraki çalışmalarında, ilişkisel malları üçüncü bir tür mal olarak sınıflandırmıştır.

⁴ Becchetti ve Pelloni (2013), ilişkisel mallar ilişkiler içinde ortaya çıktığından tüketimde rakip değil, rekabet karşıtı olarak tanımlanması gerektiğini öne sürmüşlerdir.

1.4. İLİŞKİSEL MALLAR VE BENZER KAVRAMLAR

İlişkisel mallar, içermiş olduğu anlam benzer olan başka sosyal terimler ile yakın bir bağlantı içerisinde olduğundan karıştırılmaktadır. Çeşitli çalışmalarda, ilişkisel mallar ile benzer özelliklere sahip kavramlar eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Bunlar arasında göze çarpan üç kavram şu şekilde ifade edilebilir: (i) İlgili olma (attention), sosyoduygusal mal olarak adlandırılan bir kişinin bir başkasına yakından ilgi göstermesidir. Yöneticinin bir çalışanın sorunuyla ilgilenerek ona duygusal destek sağlaması ilgili olmaya bir örnektir (Dur, 2009; Robison vd., 2002); (ii) Takdir edilmek (regard), daha çok yüz yüze görüşmelerde ortaya çıkan ve bu görüşmeler için bir araya gelen kişilerin memnuniyet kaynağı olan onaylanma ihtiyacıdır (Offer, 1997) ve (iii) Değer görmek (esteem), bir kişinin saygı görme ve güvenilir olma durumu gibi kendisi hakkında düşünülen ve hissedilenlerden elde ettiği değerlerdir (Brennan ve Pettit, 2004). Bu kavramlar, ilişkisel mallardan farklı olarak duygusal iletişimin etkileşimli doğasını tam olarak yansıtmamaktadır (Gui, 2013: 301). Birtakım farklı özelliklere sahip olsalar da ilişkisel mallar tüm bu kavramları kapsamakta ve dolayısıyla bu sosyal kavramlar ilişkisel mallar üzerine yapılan çalışmaların sınırlı içerisine dahil edilmektedir.

Son otuz yılda sosyal bilimler alanında geniş kabul gören bir kavram olan sosyal sermaye, kişiler arası ilişkiler üzerine inşa edildiğinden ilişkisel mallar ile aynı şekilde algılanmaktadır. Bu nedenle ilişkisel malların sosyal sermaye ile ilişkisi daha detaylı incelenecektir.

1.4.1. İlişkisel Mallar ile Sosyal Sermaye İlişkisi

Sosyal sermaye uzun süredir tartışılan bir kavram olmasına karşın halen genel kabul görmüş net bir tanımının olmadığı görülmektedir. Farklı disiplinlerde sosyal sermaye üzerine yapılan çalışmaların artması sonucunda kavramın çeşitli göstergeleri ortaya çıkmış ve farklı biçimlerde tanımlanarak geliştirilmiştir. Bu kavramın literatüre

kazandırılmasında öncülük eden bilim adamlarından Fransız sosyolog Pierre Bourdieu, sosyal sermayeyi “karşılıklı tanışıklığın olduğu ve az ya da çok kurumsallaşmış ilişkilerden oluşan uzun ömürlü ağların olduğu, gerçek veya potansiyel kaynakların toplamıdır” şeklinde tanımlamıştır (Bourdieu, 2018: 86). Bourdieu bu tanımında, bir grubun varlığına, bu gruba üye olmaya ve kaynakların ortak kullanımına vurguda bulunmuştur. Sosyal sermaye kavramının diğer önemli isimlerinden Amerikalı sosyolog James Coleman sosyal sermayeyi, “aile ve toplumsal ilişkilerde ortaya çıkan ve bir çocuğun veya bir gencin bilişsel ve sosyal gelişimi için yararlı olan kaynaklar” olarak tanımlamıştır (Coleman, 1990: 302). Buna göre sosyal ilişkiler, kullanılabilir sermaye kaynaklarını oluşturur ve gruplar arasındaki eylemleri kolaylaştırır. Coleman’ın sosyal sermaye kavramı, köprü kuran (brindig) ağlardan ziyade bağlayıcı (bonding) ağlar ile ilişkilidir. Aile, akraba, komşu, yakın arkadaşlar ve etnik gruplar arasındaki ilişkiler bağlayıcı sosyal sermaye şeklinde nitelendirilirken, uzaktan tanıdıklar ve iş arkadaşları arasındaki ilişkiler ise köprü kuran sosyal sermaye şeklinde nitelendirilmektedir. Köprü kuran sosyal sermaye, belirli gruplar arasındaki çeşitli hiyerarşik yapıların (din, etnik köken, sosyo-ekonomik statü vb.) oluşturduğu birleştirici bağlar olmaksızın bir kimlik oluşturmayı veya ortak bir amaç için bağ kuran bireyler arasındaki ilişkileri kapsamaktadır. Bağlayıcı sosyal sermaye ise işbirliği ve karşılıklı güven çerçevesinde geliştirilen normlar ile güçlü ilişkilerden oluşmaktadır (Sarracino, 2012: 140).

Günümüzde sosyal sermaye üzerine yapılan çalışmalarda en çok başvuru kaynağı olan ve alanın önde gelen isimlerinden biri olan siyaset bilimcisi Robert Putnam’a göre sosyal sermaye, “bireyler arasındaki bağlantılar, sosyal ağlar ve bireysel düzeydeki ilişkilerin sosyal kazanımını temsil ettiği ve bunlardan oluşan karşılıklılık, normlar ve güvenilirlik düzeyi”dir (Putnam, 2000: 19). Putnam, sosyal sermayenin grup üyelerin ortak hedeflerine ulaşmaları için bilinçsiz bir şekilde işbirliği yapmalarını sağlayan ve dolaylı olarak sosyal yaşamı kolaylaştıran özelliklerinin olduğunu belirtmiştir. Sosyal

sermaye kavramını Putnam'ın bakış açısıyla değerlendiren Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) için sosyal sermaye, “gruplar içinde ya da gruplar arasında işbirliğini kolaylaştıran ortak normlar, değerler ve anlayışlar ile birlikte kurulan ağlar”dır. Sosyal sermaye kavramını daha çok makro düzeyde⁵ ele alan Dünya Bankası'na göre sosyal sermaye, “bir toplumdaki sosyal etkileşimlerin niteliğini ve niceliğini şekillendiren kurumlar, ağlar ve normlar”dır. Dünya Bankası'nın tanımlamasındaki kurumlar; hükümetler, siyasi rejimler, sivil ve siyasi özgürlük, hukukun üstünlüğü ve hukuk sistemleri gibi resmi kurumsal ilişkileri ve yapıları kapsamaktadır (Bruni vd., 2019: 3326).

Genel anlamda tanımlardan da anlaşıldığı üzere sosyal sermayenin gelişimini sağlayan kaynaklar aile, komşular, akrabalar, yakın arkadaşlar, toplumsal norm ve değerler, işbirlikleri, üyelikler ve devlet organlarıdır. Yakın ya da uzak çevrede bulunan bu kaynaklar ile sosyal sermaye genişlemekte ve aidiyet, ortak değer ve aynı olma duygusunu yaymaktadır. Bununla birlikte sosyal sermaye artışı, kurulan güçlü ve zayıf bağlar doğrultusunda farklı göstergeler aracılığıyla sağlanabilmektedir. Güven, karşılıklılık, sosyal ağlar, işbirliği, normlar, kurumsal ilişkiler gibi soyut unsurlar bu göstergeleri oluşturmaktadır. Bu tür unsurlar sosyal sermayenin en önemli belirleyicileridir (Öztopcu, 2017: 19-22).

Soyutluk bakımından benzer özelliklere sahip olan sosyal sermaye ile ilişkisel mallar, birbiri ile bağlantılı ve içi içe geçmiş kavramlar olmasına karşın aralarında

⁵ Sosyal sermaye kavramının mikro, mezo (orta) ve makro düzey olmak üzere üç farklı uygulama alanı vardır. Sosyal sermaye mikro düzeyde birey ve grupların, mezo düzeyde kuruluş ve kurumların, makro düzeyde ise tüm toplumun sermayesi olarak değerlendirilmektedir. Pierre Bourdieu ve James Coleman sosyal sermaye kavramını mezo düzeyde ele alırken, Robert Putnam mikro düzeyde ele alarak tanımlamıştır (Bruni vd, 2019: 3326).

birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Farklı disiplinlerdeki araştırmacıların ilişkisel mallar kavramını kendi yaklaşımları ile açıklamasıyla kavramın tanımlama farklılıkları oluşmuş ve çeşitli unsurları ortaya çıkmıştır. Farklı unsurları olmasıyla birlikte genel olarak literatürde bu kavramın eş zamanlılık, motivasyonlar ve kimlik olmak üzere üç temel unsurunun olduğu kabul edilmiştir. Eş zamanlılık, ilişkisel malların iletişim kuran kişiler tarafından ortaklaşa üretilip tüketilmesini yani üretimin ve tüketimin aynı anda gerçekleşmesini ifade eder. İnsanları iletişim kurmayı motive eden güç ilişkisel malların üretimi için önemli unsurlardan biridir. İnsanlar başka bir amaca yönelik değil sadece eğlenceli ve keyif verici olduğu (içsel güdülerle) için iletişim kurduğu gibi, sosyal çevre edinmek, beceri ve deneyim kazanmak, kendilerini iyi hissetmek (dışsal güdülerle) için de iletişim kurabilir. Ancak her etkileşim ilişkisel mallar üretmemekte; üretim için iletişim kuran kişilerin içtenlikle hareket etmesi gerekmektedir. Bireyler arasındaki anonim etkileşimler ilişkisel malların üretilmesi için yeterli değildir. İlişkisel mallar belirli kişilerin iletişime geçmesiyle üretilir (Bruni vd., 2008: 114-115). Buna karşın güvene dayalı ağlar ile gerçekleşen işbirlikleri, toplumsal normlar ve karşılıklılık ilkesi sosyal sermayeyi oluşturmaktadır (Öztopcu, 2017: 24). Sosyal sermaye, bireyler ve kurumlar arasındaki bağlantı faaliyetlerini kolaylaştıran karşılıklı güven, normlar, ağlar ve kurallardır. İlişkisel mallar ise sosyalleşme ihtiyacını karşılamak için insanlar arasındaki bağlantılar aracılığıyla üretilen, karakter olarak ifade edilebilen (ait olma, tanınma, kişisel özellik gibi) ve tercihlerin birbirine bağımlı olması sonucunda elde edilen değerlerdir (Pena-López vd., 2017: 882). Bu açıdan değerlendirildiğinde, ilişkisel malların üretilmesi büyük ölçüde sosyal sermayenin varlığına bağlı olduğu söylenebilir.

Piyasa tarafından organize edilmeyen ve içsel motivasyona sahip kişiler arası ilişkiler aracılığıyla üretilen ilişkisel mallar, sosyallik ölçütü olarak kabul edilen sosyal sermayeden farklı değerlerdir. İlişkisel mallar, sosyal onay ve aidiyet duygusunu içeren

başkaları tarafından beğenilme ya da kabul edilme arzusu, arkadaşlık ve dostluk duygusu, psikolojik destek, duygu paylaşım ve romantik ilişkiler gibi etkileşimde bulunan kişiler tarafından ortak olarak paylaşılan değerlerdir. İlişkisel mallar, mikro düzeyde aile ilişkileri ve arkadaşlık ağları; makro düzeyde ise kulüp ve dernek toplantıları, festivaller, spor etkinlikleri, halka açık toplantılar, işyeri ve diğer çeşitli etkinlikler gibi sosyal yaşamın herhangi bir alanındaki etkileşimler aracılığıyla üretilirler. Sosyal sermaye ise kurumlara duyulan güven, bireyler arasındaki araçsal ilişkiler gibi fiyatlandırılmayan ve pazarlanamayan değerlerdir (Bartolini ve Bilancini, 2010: 201-202).

Gui (2013: 301), sosyal sermayenin mezo (orta) düzeyde kurumlar ve büyük çaplı gruplarda biriktiği, ilişkisel malların ise mikro düzeyde bireyler ve küçük çaplı gruplar arasında üretildiğini; ancak bir grubun üyeleri arasındaki mikro düzeydeki ilişkilerin gücü ve yoğunluğu mezo düzeyde bir etkiye sahip olduğundan bu kavramların birbirini tamamlayan iki farklı ekonomik değer olduğunu belirtmiştir. Gui sosyal sermayenin bir topluluk içinde karşılıklı tanışıklık, güven ve işbirliği olmasa da normlar ile bireylerin ve kurumların eylemlerini kolaylaştıran (örneğin bir sulama sisteminin başarılı bir şekilde sürdürülmesi gibi) bir yapısının olduğunu vurgulamıştır.

Robinson ve diğerleri (2020: 1290), bireyler arasındaki empati, saygı ve güvene dayalı ilişkiler bütünü olarak tanımlanabilen sosyal sermayenin kendini gerçekleştirme, sosyal onay, aidiyet, sevgi, ilgi görme gibi sosyo-duygusal ihtiyaçları karşılayan soyut mallar üretebileceğini öne sürmüşlerdir. Diğer bir ifadeyle, sosyal sermaye bakımından zengin ağlar ilişkisel mallar üretir ve bu mallar sosyo-duygusal ihtiyaçları karşılar. Araştırmacılara göre ilişkisel malların değeri, bireylerin sahip olduğu sosyal sermaye birikimine bağlıdır. Örneğin iki kişi tanıştığında birbirlerinin beğenilen özelliklerini fark edip duygularını paylaşarak, yani duygularının karşılıklı olduğunu fark ederek ilişkisel mallar üretebilirler. Antoci ve diğerleri (2007)'e göre ise ilişkisel malların üretimi/tüketimi ile sosyal sermaye birikimi arasında birbirini besleyen çift yönlü bir

ilişki vardır. Daha yüksek bir sosyal sermaye birikimi, sosyal ilişkilere ayrılan zamanın getirisini arttırmaktadır. Örneğin boş zamanı değerlendirmek için sosyal açıdan keyif verici ve eğlenceli birçok seçenek arasından yakın arkadaşlarla dışarıyı çıkmayı seçmek, birey için kolay ve tatmin edici bir faaliyettir. Bu açıdan ilişkisel malların üretimi/tüketimi, sosyal sermaye birikimi ile doğrudan bağlantılıdır. Diğer taraftan, ilişkisel malların üretimi/tüketimi bir yan ürün olarak sosyal sermaye birikimini beraberinde getirir. Bu sosyal sermaye biçimi, bireylerin sosyal katılım aracılığıyla kurdukları güçlü ve kalıcı bağları ifade etmektedir. Örneğin bireylerin arasındaki belirli bir duygu (dostluk, beğenilme, ilgi vb.) ile tekrarlanan etkileşimler attıkça aralarında güçlü bağlar oluşur.

Sosyal sermaye birikiminin büyük ölçüde ilişkisel malların mevcudiyeti ile bağlantılı olması, kavramlar için ayrı göstergeler belirlemeyi zorlaştırmıştır. Soyut ilişkilere dayanan bu kavramların çok farklı biçimlerde tanımlamalarının olduğu gibi, ölçümleri için de birçok farklı gösterge kullanılmıştır. Özellikle sosyal sermayenin ölçülmesinde çeşitli göstergeler geliştirilmesine karşın Putnam (2000)’a takiben temel göstergeler; güven vekilleri, kuruluşlara üyelik oranları, grup etkinliklerine katılım ve aile, akraba, komşu ve yakın arkadaşlar arasındaki etkileşim düzeyleri olmak üzere dört başlık altında toplanabilir. Sosyal sermaye, ilişkisel malların üretiminin/tüketiminin bir sonucu olarak da birikebileceğinden çeşitli etkinliklerde yer almak ya da aile, komşu, arkadaş gibi yakın çevrede bulunan ağlar ilişkisel malların çeşitli göstergeleri olarak kullanılmaktadır (Sarracino, 2012: 141; Sabatini, 2009: 433). Bruni ve diğerleri (2009: 3329) göre bu göstergeler, Tablo 1.3’te görüldüğü gibi, ilişkisel sermaye olarak nitelendirilen sosyal sermayenin “ağlar” boyutunun bir ölçütüdür. Araştırmacılar ilişkisel sermayeyi, “bireyler ya da gruplar arasındaki işbirliğine dayalı karşılıklı ilişkiler” olarak tanımlamışlar ve bu sermayenin ilişkisel malların üretimi için kaynak oluşturduğunu ileri sürmüşlerdir.

Tablo 1.3: Sosyal Sermaye Göstergeleri

Makro	Mikro		
Etnik-Dilsel Ayrım Sözleşmelerin Yürürlüğe Konabilmesi Bürokrasinin Kalitesi Yolsuzluk ve Hukukun Üstünlüğü Politik İstikrar ve Özgürlük Kurumsallaştırılmış İşbirliği Kültürü	Siyasi Katılım Bireysel Sosyal Destek Akrabalık Bağlantıları Arkadaşlık Bağlantıları Dernek Faaliyetleri Gönüllülük ve Karşılıklılık	İlişkisel Sermaye	Yapısal
Ülkeler Arası Güven Ölçümleri (Genelleştirilmiş Güven ve Kurumlara Güven) Sosyal Normlar İnançlar	Sosyal/Aile İlişkilerinin Kalitesi Topluma/Komşulara Güven		Kavramsal

Kaynak: Luigino Bruni, Dalila De Rosa ve Giovanni Ferri (2019). Cooperatives and Happiness. Cross-Country Evidence on the Role of Relational Capital. *Applied Economics*, 51(30): 3325–3343. s.3329.

Bartolini ve diğerleri (2013: 1038), sosyal sermaye ile sosyal bağlantıların sosyal hayat içinde doğal olarak var olan iki ayrı kavram olduğunu ve içsel motivasyona sahip sosyal bağlantıların ilişkisel mallar olarak nitelendirildiğini vurgulamışlardır. Çalışmalarında ilişkisel malların ölçülmesinde kullanılabilecek göstergeleri; spor, sanat, edebiyat ve hobi kulüplerine, din ve hayır kuruluşlarına, ulusal organizasyonlara ve gençlik derneklerine aktif veya pasif üyelik, medeni durum ve aile, akraba, komşu ya da arkadaşlar ile geçirilen zaman şeklinde listelemişlerdir. Bu göstergeler literatürde, ilişkisel mallar ile mutluluk arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda en çok kullanılan vekillerdir⁶.

⁶ Ampirik çalışmalarda ilişkisel mallar yerine vekil olarak kullanılan farklı göstergeler literatür taraması kısmında ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. EASTERLİN PARADOKSU'NU AÇIKLAMAYA YÖNELİK GELİŞTİRİLEN TEORİLER VE İLİŞKİSEL MALLAR ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Bu bölümde, mutluluk literatüründe halen tartışılmaya devam edilen Easterlin Paradoksu ve bu paradoksun neden kaynaklandığını teorik ve ampirik olarak göstermek için geliştirilen teoriler açıklanmıştır. Ayrıca literatürde ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda uygulanan ekonometrik yöntemler, kullanılan veri seti ve elde edilen sonuçlar özetlenmiştir.

2.1. EASTERLİN PARADOKSU

İkinci Dünya Savaşı sonrası pek çok ülkede yaşam standartları muazzam bir artış göstermiştir. Özellikle Batı ülkelerinde bir yandan teknolojik gelişmeyle birlikte çalışma saatleri azalırken, diğer yandan konut, giyim ve gıda ürünlerinin sayısında artış yaşanmış; sağlık, eğitim, ulaşım ve iletişim alanlarında koşullar iyileşmiş; ekonomik refah düzeyi ve yaşam beklentisi artmıştır. Artan gelir mal ve hizmetleri tüketme imkanlarını artırırken ve yaşam standartlarını yükseltirken bu ülkelerde yaşayan insanların daha mutlu olmasını sağlayamamıştır. Genel fayda teorisine göre bireyin daha fazla tüketiyor olması eskisine kıyasla daha iyi olmasını sağlar. Başka bir deyişle, kişi başına yüksek çıktı oranları daha fazla refaha ve artan mutluluğa neden olur. Ancak mutluluğun anketler aracılığıyla ölçülmeye başlanması ile birlikte hem öznel (öz bildirime dayalı öznel iyi oluş) hem de nesnel (intihar oranı, alkol ve madde kullanım oranı, psikolojik hastalıklar ve bu hastalıklar için ilaç kullanım oranı) göstergeler, gelir artışının belli bir geçim düzeyinden sonra daha fazla mutluluk getirmediğini ortaya çıkarmıştır (Dumludağ, 2014: 366; Bartolini, 2011: 1). Literatürde “Easterlin Paradoksu” olarak bilinen bu bulgu Richard Easterlin’in 1974 yılında yayınladığı “Does Economic Growth Improve the Human Lot?

Some Empirical Evidence” adlı çalışması sonucunda ortaya konulmuştur. Easterlin, çeşitli kamuoyu araştırmasına ait verilerle üç farklı durum için daha yüksek gelirin beraberinde daha fazla mutluluk getirip getirmediğini araştırmıştır.

Ülke içindeki farklı gelir grupların mutluluk düzeyleri arasındaki farklılıkların analiz edildiği ilk kısımda, öncelikle ABD’deki gelir grupları arasındaki karşılaştırma için 1970 yılında yapılan American Institute of Public Opinion (AIPO) araştırmasının verileri kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre, en düşük gelir grubunda yer alanların dörtte biri “çok mutlu” olduğunu belirtirken, yüksek gelir grubundakiler bu oranın iki katı kadar “çok mutlu” olduğunu ifade etmiştir. Gelir grupları düşükten yükseğe sıralandığında ise “çok mutlu” olma oranı en düşük gelir grubundan en yüksek gelir grubuna doğru sürekli artmıştır. Handley Cantril (1965) ve Gallup Company (1965) tarafından yürütülen kamuoyu araştırmalarına ait veriler kullanılarak Avrupa, Asya, Afrika ve Latin Amerika’da olmak üzere toplam 19 ülkede en yüksek gelir grubundaki kişilerin ortalama olarak en düşük gelir grubundakilerden daha mutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgulara göre ülke içinde belirli bir yılda gelir ve mutluluk arasında pozitif bir ilişki söz konusudur (Easterlin, 1974: 99-102).

Kişi başına düşen gelir ile mutluluğun ülkeler arası karşılaştırmasının yapıldığı kısımda, Cantril (1965)’in ABD, Küba, Mısır, İsrail, Batı Almanya, Japonya, Yugoslavya, Filipinler, Panama, Nijerya, Brezilya, Polonya, Hindistan ve Dominik Cumhuriyeti’ne ait verileri kullanılarak gelir ile mutluluk arasındaki doğrusal ilişkinin net olmadığı gösterilmiştir. Buna göre Küba ve Mısır, kişi başına düşen gelir açısından listedeki diğer ülkelere kıyasla sıralamanın son kısımlarında yer alırken, mutluluk sıralamasında 0-10 arası ölçekte 6,6 ile en yüksek mutluluk düzeyine sahip ABD’den sonra gelmektedir. Buna karşın Hindistan, kişi başına düşen geliri 140 dolar, mutluluk skoru 3,7 ile gelir ve mutluluk sıralamasında beklenildiği gibi son sıralarda yer almıştır. Cantril (1965) verileri ile yapılan analize ek olarak Gallup (1965)’un araştırmasından elde

edilen veriler ile İngiltere, ABD, Batı Almanya, Tayland, Japonya, Filipinler, Malezya, Fransa ve İtalya'yı kapsayan bir analiz yapılmış ve sonucunda gelir ve mutluluk arasındaki pozitif ilişkinin genel ve güçlü bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır. Örneğin Fransa ve İtalya, kişi başına düşen gelir açısından listenin üst sıralarında yer alırken, mutluluk açısından sıralamanın son kısımlarında yer almıştır. Diğer taraftan, kişi başına düşen gelirin yüksek olduğu İngiltere, ABD ve Batı Almanya'da "çok mutlu" olduğunu bildirenlerin oranının da yüksek olduğu görülmüştür. Dolayısıyla sonuçlar belirsizdir. Easterlin, çeşitli yatay kesit veriler kullanarak yaptığı karşılaştırmada, belirli bir zamanda zengin ülkelerin daima yoksul ülkelere göre daha mutlu olamayacağını ortaya koymuştur (Easterlin, 1974: 105-108).

Belirli bir ülkede zaman içinde gelir ve mutluluk arasındaki ilişkinin araştırıldığı son kısımda, American Institute of Public Opinion (AIPO)'nın 1946-1970 yıllarına ait verileri kullanılarak mutluluğun farklı trendlere sahip olsa da 1957 yılından sonra azaldığı gösterilmiştir. 1946'dan 1957'e kadar "çok mutlu" olduğunu bildirenlerin oranı % 39'dan % 53'e yükselirken, 1963 yılında bu oran % 47 gerileyerek 1970 yılında % 43 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre Easterlin, Amerika'da 1957'den 1970'e kadar II. Dünya Savaşı sonrası dönemde yüksek mutluluğun daha yüksek gelirle ilişkili olmadığını gözlemlemiştir (Easterlin, 1974: 109-110). Easterlin (1995, 2001, 2010 ve 2015) Avrupa ülkeleri, Güney Kore ve Japonya için analizini tekrarlamış ve benzer sonuçlar elde etmiştir.

Easterlin'in bu bulgusu, yüksek gelire sahip olan bireylerin daha fazla mal ve hizmet tüketerek refahlarının artacağını ve dolayısıyla daha mutlu olacaklarını varsayan geleneksel iktisat görüşüyle çelişmektedir. Geleneksel iktisat teorisinde, bireyin gelir

düzeyi arttıkça faydanın⁷ da benzer şekilde artması beklenmektedir. Gelir ve fayda arasındaki bu ilişki ülkeler arasında, zaman içinde ve zamanın belirli bir noktasında geçerlidir. Ancak Easterlin, zaman içinde bireyin gelir düzeyi arttıkça yüksek mutluluk düzeyine ulaşamadığını ampirik olarak göstermiştir (Frey ve Stutzer, 2002: 73).

Günümüzde mutluluk ekonomisi alanında araştırma yapan ekonomistler Easterlin'in sadece zamanın belirli bir noktasında gelir ve mutluluk arasındaki ilişkiye yönelik bulgusu ile tutarlı sonuçlar elde etmişlerdir. Örneğin Haqerty ve Veenhoven (2003), zaman içinde gelirdeki artışla beraber mutluluğun da arttığını ileri sürmüşlerdir. Dünya Değerler Araştırması'nın verilerini kullanan Frey ve Stutzer (2002), zengin ülkelerde yaşayan kişilerin ortalama olarak yoksul ülkelere yaşayanlara kıyasla daha mutlu olduğunu bulmuşlardır. Layard (2005) ise kişi başına gelirin 15,000 doların üzerinde olduğu ülkelere gelir ve mutluluk arasındaki ilişkinin zayıfladığı ve dolayısıyla bu ülkelere yüksek gelirin daha yüksek mutluluk getirmediği sonucuna ulaşmıştır. Ancak 15,000 doların altındaki gelir seviyelerinde, zengin ülkelere mutluluk yoksul ülkelere göre daha yüksektir (Bruni, 2010: 386).

Bu araştırmalardan şu temel sonuç çıkarılabilir: Zamanın belirli bir noktasında zengin ülkelere ortalama mutluluk yoksul ülkelere göre daha yüksektir. Ancak belli bir gelişmişlik düzeyi sonrası mutluluk ve gelir arasındaki ilişki zayıflamaktadır. Benzer şekilde, ülke içinde gelir düzeyi yüksek olan bireylerin de yoksullara kıyasla mutluluk düzeyi daha yüksektir (Dumludağ, 2014: 369). Ancak ampirik araştırmalarda, zaman

⁷ Son dönemde araştırmacılar, öz bildirime dayalı öznel iyi oluşun bireysel faydayı temsil etmek için güçlü bir vekil olduğunu göstermişlerdir. Bireyin öznel iyi oluşu, diğer insanlarla karşılaştırma yaptığı, geçmişteki deneyimini ve gelecekteki beklentilerini değerlendirdiği bilişsel bir süreci ifade eder. Bu nedenle deneyimlenen ve sürece yönelik faydayı içeren öznel iyi oluşun faydadan çok daha geniş bir kavram olduğu söylenebilir. Bu durumda fayda, sadece karar alma süreci ile ilişkilendirilen neoklasik fayda kavramından farklıdır (Dumludağ, 2014: 371-372).

içinde gelirdeki artışın mutluluğu arttırıp arttırmadığına dair farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Veenhoven ve bir grup araştırmacı zaman içinde yüksek gelirin daha yüksek mutluluk anlamına geldiğini vurgularken, Richard Easterlin'i destekleyen grup ise zamanla gelir artışına mutluluktaki artışın eşlik etmediğini ileri sürmüştür (Veenhoven ve Dumludağ, 2018: 241).

1.1. EASTERLİN PARADOKSU'NU AÇIKLAMAYA YÖNELİK GELİŞTİRİLEN TEORİLER

Ülkeler arası gelir ve mutluluk arasındaki ilişkiyi incelerken dikkatli olunması gerekmektedir. Kişi başına gelir ve mutluluk arasındaki pozitif ilişki gelirle ilişkili başka faktörlere bağlı olabilir. Örneğin kişi başına gelirin yüksek olduğu ülkeler, yoksul ülkelere göre daha istikrarlı demokrasiye sahiptir. Bu nedenle gelir ve mutluluk arasındaki pozitif ilişki gelişmiş demokratik koşullara bağlı olabilir. Demokrasiye ek olarak bu pozitif ilişki sağlık, insan hakları, adil gelir dağılımı gibi faktörlerden kaynaklanıyor olabilir (Frey ve Stutzer, 2002: 75). Mutluluğu destekleyen bu faktörlere rağmen yüksek gelir düzeyine sahip kişiler temel ihtiyaçlarını karşıladıkları için gelirdeki artış mutluluklarında ek bir artış yaratmaz. Bu nedenle mutluluk, gelirden çok sosyal karşılaştırmaya, aspirasyon (istek) düzeyine ve adaptasyona bağlıdır. İktisatçılar gelir artışının daha fazla mutluluk getirmemesinin nedenini bu teoriler ile açıklamışlardır.

2.1.1. Sosyal Karşılaştırma

Bireyler toplumdaki pozisyonları için gelirlerini referans aldığı kişilerin gelirleriyle karşılaştırırlar. Referans grubu, bir toplumun tüm üyelerini veya aynı mahallede yaşayan, aynı eğitim seviyesine ve aynı yaşa sahip bireyler gibi sadece bir alt grubu içermektedir. Bireyin geliri referans grubu geliriyle aynı oranda artarsa mutluluk düzeyi aynı kalırken, geliri referans grubu gelirinin altında ise mutluluk düzeyi azalmaktadır. Yüksek referans grubu geliri bireyin statüsünü olumsuz etkilediği için

mutluluk mutlak gelirden ziyade nispi gelir tarafından belirlenir (Paul ve Guilbert, 2013: 903). Easterlin (1974, 1995) yüksek gelire sahip insanların ortalama olarak daha mutlu olduğunu; ancak statü değişmediği için toplumun tümünün gelirinin artmasının mutluluğu artırmadığını vurgulamıştır.

Başkalarıyla karşılaştırma dikkate alındığında bireyin tercih seti artık diğer bireylerin tüketim tercihlerini de içermektedir. Bu durumda i bireyinin faydası, kendisini kıyasladığı kişilerin tüketimlerinin ağırlıklı ortalamasına göre i'nin tüketimine bağlıdır (Easterlin, 1974: 112):

$$U_i = f \left[\frac{C_i}{\sum a_{ij} C_j} \right] \quad (2.1)$$

Denklemden C_i , i'nin tüketimini, a_{ij} 'de i tarafından j'nin tüketimine (C_j) verilen ağırlığı ve j ise i'nin referans grubunda yer alan kişileri göstermektedir.

Literatürde sosyal karşılaştırma iki farklı biçimde ele alınmıştır. İlki, bireyin kendi yaşam standardını başkaları ile karşılaştırmasını içeren dışa dönük değerlendirmelerdir. Birey kendini genellikle yakın çevresindeki kişiler ile karşılaştırır. Eğer birey kendi durumunu karşılaştırdığı kişilerden daha iyi görürse mutluluğu olumlu etkilenir, tersi bir durumda ise mutluluğu olumsuz etkilenir. İkincisi, bireyin kendi geçmişi ile ilgili karşılaştırmadır. İçer dönük değerlendirmeler (internal benchmark) olarak adlandırılan bu sosyal karşılaştırma biçiminde birey geçmişteki durumu ile bugünkü durumunu karşılaştırır, eğer mevcut durumu daha iyi ise mutluluğu artar (Dumludağ, 2014: 376-378).

Geçmiş dönemde birçok iktisatçı bireylerin kendilerini gelir, tüketim, statü ve fayda açısından diğer kişilerle karşılaştırmalarının üzerinde durmuştur. Örneğin Thorstein Veblen (1899) gösterişçi tüketimi (conspicuous consumption) kavramını kullanarak, insanların sadece toplumdaki statüleri için tüketim yaptığını vurgulamıştır. James Duesenberry (1949) ise bireylerin tercihlerinin birbirine bağımlı olmasının tüketim

ve tasarruf davranışları üzerindeki etkisini ampirik olarak test etmiştir. Nispi gelir hipotezini geliştiren Duesenberry, bireylerin sürekli olarak kendilerini başkalarıyla karşılaştırdıklarını ve bu karşılaştırmaların asimetrik olduğunu göstermiştir. Duesenberry'e göre zengin insanlar yoksulların tüketimleri üzerinde negatif dışsallık yaratırlar; ancak zenginler kendilerini yoksul insanlarla pek kıyaslamazlar. Bu nedenle bireysel istekler genel olarak ulaşılan seviyenin üzerindedir (Stutzer, 2004: 91). Duesenberry'nin araştırmasıyla tercihlerin birbirine bağımlı olması üzerine çalışmalar hızla artmıştır (Örneğin Frank (1985), Kapteyn (1977), Kapteyn ve diğerleri (1978) ve Hollander (2001)). Bu çalışmalar bireylerin tüketim tercihlerinin başkalarının tüketim tercihlerine bağlı olduğunu göstermiştir. Özellikle bireysel tercihler başkalarını taklit etmenin bir sonucu olduğundan tüketim bireylerin refahını azaltarak negatif dışsallığa yol açmaktadır (Ferrer-i-Carbonell, 2005: 1001).

Bireylerin gelir açısından birbirini taklit etmesinin mutluluk üzerindeki etkisini inceleyen McBride (2001), Genel Sosyal Anketi (GSS)'nin 1994 yılı verilerini kullanarak ABD'de içe dönük ve dışa dönük karşılaştırmaların yüksek gelir grubunda yer alan kişilerin mutluluğunu daha fazla etkilediğini göstermiştir. McBride çalışmasında, içe dönük karşılaştırma değişkeni için "Anne babanızın sizin yaşınızdaki durumlarıyla bugünkü durumunuzu kıyasladığınızda bugünkü yaşam standardınız hangi seviyededir?" sorusunu kullanırken, bireyin kendisinden 5 yaş küçük ve 5 yaş büyük tüm bireylerin ortalama gelirini referans grubu geliri olarak tanımlanmıştır. Çalışmada McBride, nispi gelir değişikliğinin mutluluğu negatif etkilediğini ve kişinin finansal durumu ailesinin yaşam standardına kıyasla düşükse mutluluğunu azalttığını bulmuştur.

Tercihlerin birbirine bağımlı olmasının yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisi ekonometrik açıdan test eden Ferrer-i-Carbonell (2005), Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)'in 1992-1997 dalgasını kullanmıştır. Tahmin yöntemi olarak sıralı probit modelini kullanan Ferrer-i-Carbonell, referans grubu geliri ile bireysel mutluluk

arasındaki ilişkinin negatif olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu ilişki, Batı Almanya’da Duesenberry’nin hipotezine paralel şekilde asimetrik iken, Doğu Almanya’da asimetrik değildir. Başka bir ifadeyle, Batı Almanya’daki yoksul kişilerin mutluluğu referans grubunda yer alan zenginlerin gelirinden negatif etkilenirken, zenginler kendilerini yoksul akranlarıyla karşılaştırdıklarında daha mutlu olmamaktadır.

Geçiş ekonomilerinde dışa dönük ve içe dönük karşılaştırmaların mutluluk üzerindeki etkisini araştıran Senik (2009), bir kişinin geliri, okul ve iş arkadaşlarının gelirine kıyasla daha düşük olduğunda mutlu olamadığını bulmuştur. Hane halkı yaşam standardı değerlendirmesini içe dönük karşılaştırma değişkeni olarak kullanan Senik, hane halkı durumunun beş yıl öncesine göre daha iyi olduğunu bildirenlerin mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Dumludağ, 2013’deki çalışmasında içe dönük ve dışa dönük karşılaştırmaların Türkiye’de yaşayan bireylerin mutluluk düzeyleri üzerindeki etkisini sıralı lojistik yöntemi ile araştırmıştır. Geçişte Yaşam Anketi’nin 2010 yılı verilerini kullanan Dumludağ, finansal durumu anne babasının kendi yaşındaki durumuna kıyasla iyi olanların ve bugünkü durumu dört yıl öncesine göre daha iyi olduğunu düşünenlerin yaşam memnuniyetlerinin yüksek olduğunu belirlemiştir. Çalışmada dışa dönük karşılaştırma değişkenine temsili olarak refah merdiveni sorusu kullanılmıştır. Dumludağ refah merdiveninde yüksek sıralama bildirenlerin yaşamdan yüksek düzeyde memnun olduğunu, tersi geçerli olduğunda yaşam memnuniyetinin düşük olduğunu ve karşılaştırmaların etkisinin ise asimetrik olduğunu ortaya koymuştur.

Paul ve Guilbert (2013) nispi gelirin Avustralya’daki bireylerin mutluluk düzeylerini nasıl etkilediğini, Hane Halkı Geliri ve İşgücü Dinamikleri Anketi’nin 2001-2005 dönemi verilerini kullanarak incelemiştir. Aynı yaşta olan ve benzer eğitim düzeyine sahip kişilerin ortalama gelirini referans grubu geliri olarak tanımlayan Paul ve Guilbert, sıralı probit tahmini sonucunda referans grubu gelirinin negatif (-0,407) ve % 1

düzeyinde anlamlı olduğunu bulmuşlardır. Böylece çalışmada nispi gelir ve mutluluk arasında negatif bir korelasyon olduğu ortaya çıkmıştır.

Gelir beklentilerinin ve gelir karşılaştırmalarının Türkiye’deki bireylerin mutluluk düzeylerini nasıl etkilediğini araştıran Caner (2015), TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırması (YMA)’nın 2003-2011 dönemi anket verilerini kullanmıştır. Caner çalışmasında, YMA’da yer alan “Türkiye’de yaşayan insanların refah düzeyini 11 basamaklı bir merdiven olarak düşündüğünüzde kendinizi bu refah merdivenin kaçınıcı basamağında görüyorsunuz?” sorusunu dışa dönük karşılaştırmaya temsili olarak kullanırken, içe dönük karşılaştırma için YMA’daki katılımcıların beş yıl önceki durumunu bugünkü durumuyla kıyaslamasını amaçlayan soruyu kullanmıştır. Caner (2015), en küçük kareler yöntemi ile 11 basamaklı refah merdiveninde yüksek sıralama bildirenlerin mutlu olduğunu; ancak beş yıl öncesine kıyasla bugünkü durumunu gerilemiş görenlerin daha mutsuz olduğunu bulmuştur. Caner çalışmasında, gelecekte gelirinin artmasını ve yaşam ile çalışma koşullarının iyi olmasını bekleyen kişilerin mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca kriz yıllarında mutlak gelirin, nispi gelir ve gelir beklentilerine kıyasla bireysel mutluluk üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Çalışmada gelecekte bireylerin mutluluğunu etkileyen faktörün daha yüksek mutlak gelir düzeyine sahip olmaktan ziyade toplumda yüksek bir statüye ulaşmak olduğu ortaya konmuştur.

Dumludağ ve diğerleri (2016), TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırması (YMA)’nın 2011 yılı verilerini kullanarak Türkiye’de yaşayan 7368 birey için gelir karşılaştırmalarının mutluluk üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmada içe dönük karşılaştırma için YMA’daki “5 yıl öncesi ile karşılaştırdığınızda bugünkü durumunuzu nasıl görüyorsunuz?” ve “Gelecek 5 yıllık dönemi düşündüğünüzde kişisel durumunuza ilişkin beklentiniz nedir?” soruları kullanılırken, dışa dönük karşılaştırmaya temsili olarak 11 basamaklı refah merdiveni sorusu kullanılmıştır. Sıralı logit tahmini sonucunda

Dumludağ ve diğerleri (2016), refah merdiveninde düşük sıralama bildirenlerin, beş yıl öncesine göre bugünkü durumunu gerilemiş görenlerin ve beş yıllık dönemde maddi ve manevi durumunun gerileceğini bekleyenlerin daha mutsuz olduklarını bulmuşlardır. Böylece araştırmacılar, nispi gelirin bireysel mutluluğu belirlemede mutlak gelir düzeyi kadar önemli olduğu hipotezini doğrulamışlardır. Çalışmada olumsuz karşılaştırmaların olumlu karşılaştırmalara kıyasla mutluluk üzerindeki etkisinin daha fazla olduğu, başka bir deyişle karşılaştırmaların asimetrik olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte düşük ve orta gelir grubunda yer alan bireylerin hem yukarı hem de aşağı doğru karşılaştırma yaptığı gösterilmiştir.

Rojas (2019), 19 Latin Amerika Ülkesi için 2007 Gallup Dünya Anketi verilerini kullanarak 14,000 birey üzerinde mutlak gelirin ve nispi gelirin yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. En küçük kareler ve sıralı probit tahmin yöntemi kullanan Rojas, referans grubunu ülke, cinsiyet ve yaş kriterlerine göre oluşturarak Latin Amerika’da mutluluğun güçlü bir şekilde nispi gelire bağlı olduğunu ve mutlak gelir etkisinin önemsiz olduğunu belirlemiştir. Rojas çalışmada, gelirdeki % 100’lük bir artışın yaşam memnuniyetini yaklaşık 0,40 oranında arttırdığını; referans grubun ortalama gelirindeki % 100’lük bir artışın ise yaşam memnuniyetini yaklaşık 0,23 oranında azalttığını tespit etmiştir. Başka bir ifadeyle, bir bireyin yaşam memnuniyeti kendi geliriyle artarken, referans grubu geliriyle azalmaktadır.

Gelir ve mutluluk arasındaki ilişkiyi Türkiye özelinde inceleyen Uğur (2021), TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırması’nın 2003-2007 dönemi verilerini kullanmıştır. Dışa dönük karşılaştırma değişkeni için 11 basamaklı refah merdivenini ve her şehrin ortalama gelir düzeyini kullanan Uğur, mutlak gelir düzeyindeki artışın mutluluk üzerindeki pozitif etkisinin bireyin yaşadığı şehrin ortalama gelirindeki artış ile azaldığını göstermiştir. Ekonometrik yöntem olarak en küçük kareler ve sıralı lojistik yöntemi kullanılan çalışmada, beş yıl öncesi ile karşılaştırıldığında bugünkü durumunu gelişmiş

görenlerin mutluluk düzeylerinin yüksek olduğu, bugünkü durumunu gerilemiş görenlerin ise mutluluk düzeylerinin düşük olduğu ve kadınların başkalarının maddi durumunu erkeklere kıyasla daha az önemseydiği ortaya çıkmıştır. Uğur (2021), gelişmiş ülkelere paralel şekilde Türkiye’de de kişi başına düşen gelir arttığında mutlulukta ek bir artışın olmadığını belirlemiştir.

2.1.2. Adaptasyon Teorisi

Adaptasyon teorisi, gelirdeki artışla birlikte bireylerin mutluluğun da artacağını; ancak insanların zamanla daha yüksek gelire uyum sağlayarak mutluluğun eski seviyesine geri döneceğini vurgular. Örneğin bir birey yeni bir televizyon satın aldığı anda başlangıçta mutluluğu artar. Ancak bu değişikliğe zamanla uyum sağlayarak mutluluğu başlangıçtaki noktaya döner. Aslında gelir artışıyla birlikte beklentileri yükselen birey daha iyi televizyon satın almak istemektedir. Bu tür beklentiler, bireyin eski televizyona geri dönmesi durumunda mutluluğundaki azalma, artış etkisinden daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Bu anlamda yaşam standartları alışkanlığa yok açmakta ve bu alışkanlık da mutluluğu önemli ölçüde etkilemektedir (Dumludağ, 2014: 380; Frey ve Stutzer, 2002: 78).

İktisatçılar adaptasyon teorisini, Easterlin Paradoksu’nu açıklayan nispi gelir hipotezinin tamamlayıcı bir psikolojik açıklaması olarak değerlendirir. Psikoloji disiplinde bu açıklama hedonik döngü (hedonic treadmill) olarak adlandırılmaktadır. Hedonik döngü, insanın farklı durumlara zamanla alışması ve eski duygularına geri dönmesidir. Bu kurama göre, bireyin durumunun değişmesiyle üzüntü ya da mutluluk olarak karşılaştığı sonuç geçicidir ve birey zamanla başlangıç düzeyine geri döner. Bu bağlamda insanların mutluluk düzeyine ilişkin sabit ve değişmez bir temel çizgisi (set-point) vardır (Pugno, 2016: 28).

Mutluluğun temel çizgi teorisine göre, her bir bireyin yaşam döngüsü boyunca birbirinden farklı seviyede ancak sabit bir mutluluk düzeyi vardır. Bu teoride mutluluk, yaşamın zorluklarıyla başa çıkma kapasitesi gibi doğuştan var olan kişilik ve genetik özelliklere bağlıdır. Buna göre istihdam durumu, gelir gibi faktörler mutluluğun önemli belirleyicileri arasında yer almaz. İnsanlar başlangıçta yaşadıkları deneyimlere tepki gösterirler; ancak belli bir zamandan sonra kişilik özellikleri tarafından belirlenen temel mutluluk düzeyine dönerler. Örneğin Leyken ve Telleğen (1996), uzun dönemli mutluluk değişimlerinin % 80'inden fazlasının bireylerin genetik yapıları ile ilişkili olduğunu ve bu nedenle bireylerin doğuştan gelen sabit bir mutluluk düzeyine sahip olduğunu ortaya koymuşlardır (Bruni ve Porta, 2005: 9-10).

Hedonik döngü hipotezini ekonometrik açıdan test eden Ferrer-i-Carbonel ve Van Praag (2008), Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)'in 2000-2004 dalgasını kullanmışlardır. 4 yıllık gelir gecikmesini adaptasyon değişkeni olarak mutluluk denklemine ekleyen araştırmacılar, sıralı probit tahmin sonucunda adaptasyon değişkeninin katsayısının negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu bulmuşlardır. Başka bir ifadeyle, bireyler 4 yıl içinde gelir artışına adapte olarak başlangıçtaki mutluluk düzeylerine geri dönmektedirler.

Di Tella ve MacCulloch, 2008'deki çalışmalarında Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)'in ve Gallup Dünya Anketi'nin verilerini kullanarak Almanya ve çeşitli Avrupa ülkelerinde adaptasyon etkisini en küçük kareler yöntemi ve sıralı probit model ile incelemiştir. Çalışmada zengin Avrupa ülkelerinde gelire adaptasyonun 5 yıldan fazla sürdüğü ve Batı Almanya'da gelir artışının mutluluk üzerindeki pozitif etkisinin 7 yıl içinde azaldığı ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca, 1960-2005 dönemi için Avrupa ülkelerinde gelir-mutluluk ilişkisi analiz edilerek gelir artışının mutluluk üzerindeki etkisinin yoksul ülkelerde daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Di Tella ve diğerleri (2010) literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak, Alman Sosyal-Ekonomik Panel'in 1984-2000 dönemi verilerini kullanarak 7812 birey üzerinde gelir ve statüye adaptasyonun mutluluk üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Ekonometrik yöntem olarak en küçük kareler yönteminin kullanıldığı çalışmada, cari gelirin mutluluk üzerindeki pozitif etkisinin % 65'i sonraki 4 yıl içinde kaybolduğu; ancak statünün pozitif etkisinin sonraki 4 yılda % 38 oranında arttığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, bireylerin statü değişikliğine zamanla uyum sağlamadığını ve Easterlin Paradoksu'nu açıklamak için statüye adaptasyonun önemli bir unsur olmadığını göstermiştir. Di Tella ve diğerleri çalışmada, farklı alt gruplarda da gelire ve statüye adaptasyon sağlanıp sağlanmadığını araştırmışlar ve kadınların, sol ideolojideki bireylerin ve çalışanların zamanla gelirdeki artışa adapte oldukları; ancak statü değişikliğine adapte olamadıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Paul ve Guilbert, 2013'teki çalışmalarında literatürdeki sonuçlardan farklı olarak Avustralya'daki bireylerin 4 yıl içinde gelire adaptasyon sağlayamadığını ortaya koymuşlardır. Böylece Paul ve Guilbert, 2001-2005 dönemi için Avustralya'da geçerli olan Easterlin Paradoksu'nun adaptasyon teorisi ile açıklanamayacağını göstermişlerdir.

Veenhoven ve diğerleri (2019) Güney Kore'de Easterlin Paradoksu'nun geçerliliğini makro ve mikro düzeyde araştırmışlardır. Dünya Mutluluk Veritabanı'nın 1980-2015 dönemi verilerin kullanan araştırmacılar, makro düzeyde ekonomik büyüme ile ortalama mutluluk arasında pozitif yönlü bir ilişki bulmuşlardır. Çalışmada mikro düzeyde, Kore İşgücü ve Gelir Paneli Araştırması'nın 2009-2014 dönemi verileri kullanılarak gelir artışının mutluluğu pozitif etkilediği ortaya çıkmıştır. Veenhoven ve diğerleri (2019), makro ve mikro düzeyde geliri artan Güney Kore'lilerin daha mutlu bir yaşam sürdüğünü ve dolayısıyla Easterlin Paradoksu'nun geçerli olmadığını göstermişlerdir. Araştırmacılar ayrıca, Güney Kore'de gelir artışına zamanla uyum sağlanmadığını ve nispi gelirin mutluluk üzerindeki etkisinin pozitif olduğunu ortaya

koymuşlardır. Böylece Güney Kore’de adaptasyon ve nispi gelir teorilerinin Easterlin Paradoksu’nu açıklamak için geçerli teoriler olmadığı gösterilmiştir.

2.1.3. İstek Düzeyi Teorisi (Aspiration Level Theory)

İstek düzeyi teorisi, bireysel mutluluğu istekler ve kazanımlar arasındaki farkın belirlediği ve gelirdeki artışla birlikte bireysel isteklerin de artacağını öne sürer. Teoriye göre gelirdeki herhangi bir artış istek düzeyinde de aynı miktarda artışa neden olursa aradaki fark aynı kalacağı için mutluluk düzeyi değişmez (Dumludağ, 2014: 380).

İstek düzeyi teorisine göre bireysel istekler aşağıdaki özelliklere sahiptir:

- İsteklerin sınırsız olması bireyleri daha fazlasını başarmaya yöneltir. Bireyler asla tatmin olmazlar. Herhangi bir başarıya ulaştıklarında daha fazlasını elde etmek isterler. Artan istek düzeyi sadece mal ve hizmetler konusunda geçerli değildir. Örneğin olimpiyatlarda altın madalya kazanan sporcunun mutluluğu geçici olarak artar; ancak aynı anda gelecekteki başarısı için istek ve beklentisi de artar (Frey ve Stutzer, 2002: 78).
- İstekler zamanla değişmektedir. Pek çok insan gelir artarken mevcut isteklerin yaşam döngüsü boyunca aynı olacağını öngördüğü için geçmişte daha az mutlu olduğunu, gelecekte ise daha fazla mutlu olacağını düşünür. Ancak istekler gelirle birlikte arttığından gerçekleşen mutluluk, beklenen mutluluktan daha düşüktür (Easterlin, 2001: 465).

Aspirasyon teorisine göre bir toplumdaki bireyin gelirinden daha yüksek ortalama gelir düzeyi, bireyin istek düzeyini artırır ve bu etki toplumdaki diğer insanlarla aktif etkileşimde bulunan kişiler için daha yüksektir. Hedonik adaptasyon süreciyle gelir artışlarına isteklerdeki artışın da eşlik edeceğini ileri süren teoriye göre, gelir beklentisi geçmiş gelir düzeyleri ile pozitif ilişkilidir. Teori, gelirdeki artış isteklerde daha fazla artışa neden olursa mutluluğun azalacağını vurgular (Stutzer, 2004: 93).

İstek düzeyi teorisiyle Easterlin Paradoksu'nu açıklayan ilk iktisatçılardan biri Richard Easterlin'dir. Easterlin, yaşam döngüsü boyunca isteklerin gelirle orantılı olarak arttığını ve artan isteklerin tamamı karşılanmayınca gelir artışının mutluluk üzerindeki pozitif etkisinin azalacağını belirtmiştir. Yaşam döngüsünün başlangıcında maddi istekler toplum genelinde benzer olduğundan yüksek gelire sahip olanlar istekleri karşılayabildikleri için daha mutludurlar. Bununla birlikte, gelir artışı maddi isteklerde eşdeğer bir artış yaratacağından orta gelirli kişilerin mutluluğu değişmez. Ancak artan gelirin mutluluk üzerindeki pozitif etkisi insanların zaman geçtikçe daha fazlası istemeleri nedeniyle azalmaktadır (Easterlin, 2001: 481).

Stutzer (2004), Leu ve diğerleri (1997) tarafından uygulanan 1992-1994 dönemi anket verilerini ve İsviçre Hane Halkı Paneli'nin 1999-2000 dalgasını kullanarak gelir aspirasyon düzeyinin bireysel mutluluğu nasıl etkilediğini araştırmıştır. Uygulanan anketlerde katılımcıların gelir aspirasyon düzeyleri, "Hanehalkı için ayda ne kadar gelirin yeterli olduğunu belirtiniz?" ve "Sizce aylık asgari gelir düzeyi ne kadar olmalıdır?" sorularıyla ölçülmüştür. Çalışmada Stutzer (2004), yeterli gelir düzeyi iki katına çıktığında yaşam memnuniyetinin ortalama 0,266 puan azaldığını ve asgari gelir düzeyinin yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisinin negatif (-0,220) olduğunu saptamıştır. Ayrıca gelir aspirasyonu ve hanehalkı geliri arasındaki farkın yaşam memnuniyetini 0,290 puan azalttığını belirlemiştir. Böylece Stutzer, yüksek gelir beklentilerinin öznel iyi oluşu olumsuz etkilediğini ampirik olarak kanıtlamıştır. Bireylerin istek düzeylerinin gelirle birlikte artıp artmadığını da test eden araştırmacı, ortalama % 10'dan daha yüksek bir gelir artışının, gelir beklentilerini % 4,2 oranında arttığını ortaya koymuştur. Buna ek olarak, bir önceki yıl finansal durumu kötü olan kişilerin gelir aspirasyon düzeylerinin düşük olduğunu; ancak geçmiş dönemde finansal durumu iyi olanların bugüne kıyasla daha yüksek bir gelir düzeyi beklediğini tespit etmiştir. Son olarak nispi gelirin istek düzeyi üzerindeki etkisini de araştıran Stutzer (2004), toplumun ortalama gelirindeki %

10'luk bir artışın gelir aspirasyonunu % 1,9 oranında arttırdığını göstermiştir. Buna göre, toplumdaki yüksek gelir düzeyi daha yüksek bireysel istek düzeyini yansıtmaktadır.

Yüksek gelir beklentilerinin daha yüksek öznel iyi oluşuna neden olduğuna ilişkin önermeyi ekonometrik açıdan test eden Frey ve Stutzer (2005), Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)'in 1992-97 dalgasını kullanarak Stutzer (2004) ile benzer sonuçlar elde etmişlerdir. İstek düzeyi değişkenine vekil olarak GSOEP'deki "Net hanehalkı geliriniz yaşamdaki isteklerinizi karşılamak için yeterli midir?" sorunu kullanılan çalışmada, en küçük kareler yöntemiyle gelir aspirasyon düzeyi iki katına çıktığında yaşam memnuniyetinin ortalama 0,191 puan azaldığı ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, istek düzeyindeki artışın bireysel mutluluğu azalttığını göstermektedir. Çalışmada ayrıca, mutluluk denklemine aspirasyon değişkeni eklendiğinde hanehalkı gelirinin yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu etki, istek düzeyinin bireysel gelire göre ayarlandığına dair dolaylı kanıtlar sunmaktadır.

2.1.4. İlişkisel Mutluluk Teorisi

Mutluluk ekonomisi alanında yer alan güncel çalışmaların sonucunda Easterlin Paradoksu'nu açıklığa kavuşturmak için "ilişkisel mutluluk teorisi" olarak adlandırılan alandaki hâkim açıklamalardan farklı bir teorik açıklama ortaya konmuştur. Buna göre zengin toplumlarda gelir artışının mutluluk üzerindeki pozitif etkisi kişisel ve sosyal ilişkilere ayrılan zamanın azalmasıyla (ilişkisel malların üretimine/tüketimine ayrılan zamanın azalmasıyla) dengelenmektedir. Başka bir deyişle, kişi başı gelirin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde artan gelirin beraberinde mutluluk getirmemesinin temel nedeni, kişiler arası ilişkilerdeki katılım, yakınlık ve tatmin düzeyinin düşük olmasının mutluluğa olumsuz etkilemesidir. Bu ülkelerde maddi ihtiyaçlar büyük ölçüde karşılandığından mutluluğun artması sosyal çevre, sosyal destek, paylaşım gibi sosyal faktörlere ve diğer insanlarla anlamlı ve tatmin edici ilişki kurma ve bu ilişkilerden mutlu olabilme becerisine bağlıdır. Bu bağlamda mutluluk sadece gelir ve tüketim ile değil,

psikoloji ve sosyoloji alanlarında temel insani ihtiyaçlardan biri olarak kabul edilen kişisel ve sosyal ilişkilerden elde edilen değerler ile de yakından bağlantılıdır. Ancak gelişmiş ülkelerde insanlar başkaları ile ilişki kurmaktan çok daha fazla gelir elde etmek için çalışmaktadır. Mutsuzluğa yol açsa da insanların neden düşük düzeylerde ilişkisel mallar üretilip tükettiği temel olarak üç ana başlık altında incelenmektedir: koordinasyon başarısızlığı (Baumol'un maliyet hastalığı), sözde ilişkisel mallar ve materyalizm.

2.1.4.1. Koordinasyon Başarısızlığı

Güncel iktisat teorisi literatüründeki bazı çalışmalarda (bkz. Antaci, Sacco ve Vanin 2005; Becchetti ve Santoro, 2007; Becchetti vd., 2011; Bortalini, 2019) ilişkisel mallar kavramı, iletişim kuran kişilerin davranış ve tercihlerine bağlı olan belli bir tür kamusal mal olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda ilişkisel mallar, en az iki kişinin karşılıklı iletişimini gerektiren, üretimi ve tüketimi bu kişiler ile sınırlı olan yerel kamusal malların bir alt kategorisidir. Yerel kamusal malların tüketimi belirli bir alan ile sınırlıdır ve o alanda bulunan kişiler bedel ödemeseler bile bu tür malların kullanımından dışlanamazlar. Ayrıca bu maldan tüketen bir birey başkalarının aynı malı tüketmesini önleyememekte ve bu malların tüketimi sırasında bireyler arasında rekabet durumu söz konusu olmamaktadır. Yerel kamusal malların bu özelliklerinden dolayı piyasa tarafından yeterli düzeyde üretimi sağlanamaz. İlişkisel mallar da benzer özelliklere sahiptir. Doğası gereği ilişkisel malların tüketiminde iletişim kuran kişiler birbirine rakip değildir ve iletişim sırasında kişileri bu malın tüketiminden mahrum bırakmak mümkün değildir. Bu durum, iletişim kuran kişilerin tercihlerinin birbirine bağımlı olmasından kaynaklanmaktadır. Bir başka deyişle, bir kişinin ilişkisel maldan ne kadar tüketeyeğine ilişkin tercihi, bireysel ve toplumsal düzeyde başkalarının tüketim tercihiyle bağlıdır. Buna göre, ortak katılımcılardan sadece biri ilişkisel mal tüketmek yerine çalışmayı ya da kendine zaman ayırmayı tercih ederse katılımcılar arasında koordinasyon başarısızlığı ortaya çıkmakta ve ilişkisel malın yeterli düzeyde üretimi/tüketimi yapılamamaktadır.

Kişiler arası ilişkilerde ortaya çıkan koordinasyon başarısızlığı Baumol'un "maliyet hastalığı" teorisi ile açıklanmaktadır. Baumol ve Bowen'in 1966'da yayınlanan Gösteri Sanatları-Ekonomik Çıkmaz adlı kitabında, Amerika'daki tiyatro, opera, bale gibi gösteri gruplarının finansal sorunlarını ve bu sorunların sahne sanatçılarının gelecekteki faaliyetlerini nasıl etkileyeceğini ampirik olarak araştırmış ve sonucunda "Baumol hastalığı" veya "maliyet hastalığı" olarak adlandırılan teoriyi geliştirmişlerdir. Teoriye göre sahne sanatlarında (ya da emek yoğun sektörlerde) verimlilik artışı olmamasına karşın, ücret oranları en az diğer sektörler kadar artış gösterdiğinden birim iş gücü maliyeti sürekli artmaktadır (Frey, 1996: 173). Buna karşılık imalat sektöründe, teknolojik gelişmeler ile birlikte daha az kaynak ve süre ile daha fazla üretim yapılabilmektedir. Örneğin bugün bir saatlik üretim yapabilmek için gerekli olan süre ve iş gücü 100 yıl öncesine göre çok daha azdır. Bu verimlilik artışı maliyetleri artırmadan ücretlerde bir artış sağlamaktadır (Baumol, 2012: 17). Sahne sanatlarında teknolojik gelişmenin sağladığı verimlilik artışı ise yok denecek kadar azdır. Mozart tarafından bestelenen bir eseri canlı orkestrayla icra etmek için gerekli olan süre, enstrüman ve müzisyen sayısı geçen yüzyıl ile aynıdır. Bu nedenle teknolojik olarak durgun olan sanat sektöründe canlı performans sergilemenin nispi maliyeti her geçen gün artış gösterir (Nappo, 2010: 457).

Sahne sanatlarında olduğu gibi ilişkisel malların üretimine ayrılan zaman ve çaba 100 ya da 200 yıl öncesine kıyasla fazla değişime uğramamıştır. Her ne kadar cep telefonu, e-posta, sosyal medya gibi iletişim araçları bugünkü kişiler arası ilişkilerde çok yer alsa da ilişkisel malların üretiminde yüz yüze iletişimin yerine geçememiş, tamamlayıcı bir unsur haline gelmiştir. Bu iletişim araçları iletişim kurmayı kolaylaştırırken, birtakım sınırlamaları da beraberinde getirmiştir. Yeni iletişim teknolojileri mekâna ve zaman bağlı kalmaksızın iletişim olanağı sağlarken, yakın çevre ile kurulan iletişimi zayıflatmakta ve iletişimin niteliğini azaltmaktadır. Sosyal paylaşım

ağları ile gerçekleşen iletişim samimiyet ve sıcaklık açısından zayıf ve paylaşım açısından derin değildir. Bununda ötesinde, bu tür paylaşım ağları bireyi gerçek yaşam ve ilişkilerden tamamen uzaklaştırarak sanal bir dünya oluşturur. Zamanının büyük çoğunluğunu bu dünyada geçiren bireyler sosyal ve özel yaşamlarında sorunlar yaşamakta ve bir süre sonra yalnızlaşmaktadırlar. Bu nedenle gelişen teknoloji ilişkisel malların üretiminde verimlilik artışına yol açmazken, bu malların nispi maliyetini gün geçtikçe artırmıştır (Zamagni vd., 2019: 385; Karagülle ve Çaycı, 2014: 7-8).

İleri teknolojiye sahip gelişmiş ülkelerde insanlar ilişkisel malların ikamelerine çok düşük maliyetlerle ulaşabildiklerinden ilişkilere ayrılan zamanın fırsat maliyeti artmıştır. Örneğin geçmiş yüzyılda sosyal ve kişisel ilişkileri sürdürmenin pek alternatifi yoktu; ancak günümüzde insanlar başkaları ile ilişki kurmak yerine yüksek gelirli bir işte çalışmayı ya da bireysel boş zaman etkinliklerini (televizyon izleme, sosyal medya kullanımı gibi) tercih edebilir (Zamagni vd., 2019: 386). İnsanların bu tercihleri birbirleriyle olan ilişkilerin kalitesi ile bağlantılıdır. Özellikle gelişmiş ülkelerde insanlar arası rekabetin ve bireysel başarı isteğinin artması sosyal normları ve paylaşılan değerleri aşındırarak insanları yalnızlığa sürüklemektedir (Sarracino, 2012: 16). Birey bu yalnızlaşma sürecinden kendini korumak için daha fazla tüketime yönelmekte ve artan tüketim isteğini karşılayabilmek için de gelir getirici faaliyetlere (beşerî sermaye yatırımı ve bir işte çalışma) ayırdığı zamanı arttırmaktadır. Sonuç olarak, gelir düzeyi artsa da ilişkisel malların üretimine/tüketimine ayrılan zamanın azalması toplum genelinde mutsuzluğa neden olmaktadır (Becchetti ve Santoro, 2007: 241).

2.1.4.2. Sözde İlişkisel Mallar (So-Called Relational Goods)

1976 yılında yayımlanan “The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction” adlı kitabında Tibor Scitovsky, zengin toplumlarda çok fazla konfor malı (comfort goods) tüketilirken, çok az uyarıcı mal (stimulation goods) tüketildiğini ortaya çıkarmıştır. Scitovsky’ın yaklaşımına göre konfor

malları, anında memnuniyet veren ancak uzun vadede alışkanlık, hatta zarar verici derecede bağımlılık yaratan somut araçlardır. Ulaşılması için çok fazla çaba gerektirmeyen bu mallar belli bir süre sonra doygunluğa yol açar. Örneğin birey yeni bir cep telefonu aldığı anda başlangıçta faydası artar. Ancak birey zamanla bu değişikliğe alışır ve faydasının artması için daha yeni bir model satın alması gerekir. Uyarıcı mallardan tüketen bir birey ise kısa sürede doygunluğa ulaşamamakta; başka bir deyişle tükettiği malın miktarını arttırdığında o maldan elde ettiği ek değer azalmamaktadır. Popüler kültür, gelenek, görenek gibi kültürel mallar bu malların tipik örneğidir. Aslında uyarıcı mallar, içsel motivasyona sahip davranışlar ile gerçekleştirilen ve kendi içinde bir değeri olan etkinlikleri içerir. Zaman ve çaba açısından erişimi oldukça maliyetli olan bu tür mallar zengin toplumlarda çok az üretilmekte ve bu nedenle insanlar daha düşük maliyetlerle sunulan uyarıcı mal görünümlü konfor malı (sözde uyarıcı mal) tüketme eğilimindedir (Bruni, 2010: 399; Pugno, 2013: 2).

Bruni (2010) göre, ilişkisel mallar benzer niteliklere sahip olduğundan uyarıcı mallar ile aynı kategoride yer almaktadır. Bu açıdan konfor mallarına benzer şekilde modern toplumlarda ilişkisel mal olarak algılanan sanal iletişim giderek yaygınlaşmıştır. Özellikle teknolojik gelişmelerin iletişim alanlarına yansımalarıyla sanal iletişim, geleneksel bir iletişim yöntemi olan yüz yüze iletişimin yerine geçerek hayatımızda önemli bir yer edinmiştir. Sanal iletişim bir yandan insanların sosyal ilişki kurma ve sürdürmesini kolaylaştırırken, diğer yandan çeşitli bağımlılıklar yaratarak onları yalnızlığa sürüklemektedir. İnsanların büyük çoğunluğu zamanını televizyon, internet, akıllı telefon gibi iletişim araçları ile geçirir. Bazı insanların sanal dünyası gerçek dünyadaki sosyal hayatının önüne geçmesiyle farkında olmadan iletişim araçlarına bağımlı hale gelmekte ve iletişim becerilerini zaman içinde yitirerek yalnızlaşmaktadır. Sanal dünyada gereğinden fazla geçirilen süre aile, akraba, komşu ve arkadaşlar ile

birlikte geçirilen zaman dilimlerini azaltarak iletişim kopukluklarına yol açmaktadır (Güleç, 2018: 106).

Günümüzde iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ile alışveriş, ticaret, sağlık, eğitim, bankacılık gibi akla gelebilecek her türlü işlem internet aracılığıyla gerçekleştirilebilmekte ve dünyanın farklı noktalarındaki insanlar ile çok hızlı biçimde iletişim kurulabilmektedir. Bu durum çevrimiçi uygulamalar karşısında geçirilen süreyi arttırmakta ve ekranlara bağımlı hale getirmektedir. Özellikle oyun ya da sohbet maksadıyla zamanlarının neredeyse tamamını internete girerek geçiren gençler sinema, tiyatro, konser gibi sosyal faaliyetler yerine sosyal paylaşım ağlarına yönelmektedir. Ailesinden ve sosyal çevresinden uzaklaşan bu gençler, sanal ortamlar sayesinde sosyalleştiğini düşünerek rahatlamakta ve ev ortamına kendilerini hapsetmektedirler. Gençler gibi zamanlarının büyük bir kısmını internette geçiren yetişkinler de gerçek hayattaki ilişkilere yabancılaşmakta ve sosyal hayattan uzaklaşmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 3-6).

Diğer bir boş zaman değerlendirme etkinliği olarak görülen televizyon izleme de gün içerisinde uyku ve çalışma dışındaki en fazla zaman geçirilen faaliyet haline gelmiştir. Son derece pasif bir eylem olan televizyon izleme esnasında bireyler zihinsel ve bedensel olarak kendilerini rahat hissetmekte ve bu rahatlatıcı duygular ise ekran karşısında vakit geçirmeyi bağımlı hale getirmektedir. Birey televizyon izlediği vakitlerde gerçek yaşamdan uzaklaşarak sanal bir dünya içinde hapsolmaktadır. Örneğin kendi sosyal yaşamının bir parçasıymış gibi talk-show izlemekte ve dizideki karakterleri kendisiyle özdeşleştirerek gerçek bir ilişkisi varmış gibi onlar hakkında konuşmaktadır. Kısacası, iletişim teknolojisi gelişmiş toplumlarda insanlar sosyal faaliyetlere katılmak ya da gerçek dünyada başkalarıyla iletişim kurmak yerine televizyon ya da internet başında vakit geçirmektedir. Bu çerçevede, hızlı ve kolay bir şekilde ulaşıldığından kitle iletişim araçları gerçek dünyada kurulan yüz yüze iletişim yerine geçerek sanal iletişim,

sanal çevre ve dolayısıyla sanal ilişkiler ortaya çıkarmıştır. Scitovsky'nin yaklaşımı doğrultusunda, bu iletişim araçlarının ilişkisel malların üretimini/tüketimini azaltan sözde ilişkisel mallar (konfor malları) olduğu söylenebilir (Stanca, 2016: 469).

2.1.4.3. Materyalizm

İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmesi için belirli sayıda ürüne ve belirli bir düzeyde gelire ihtiyacı vardır. Ancak insanların mal ve mülk edinmeye verdikleri değer açısından farklılıklar gösterdiği herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Farklı tanımlamaların varlığı ile birlikte materyalizm, “bazı insanların zenginliğe ya da maddi varlıklara gereğinden fazla değer vermesi” şeklinde tanımlanabilir (Belk, 1984: 291; Richins ve Dawson, 1992: 304; Kasser ve Kasser, 2001: 694). Bu tür insanlar sahip oldukları materyallerin yaşamlarının merkezinde yer aldığını ve en önemli tatmin veya tatminsizlik kaynağı olduğuna inanırlar (Belk, 1984: 291). Paylaşma, işbirliği yapma, bağış yapma gibi toplum yanlısı davranışlardan ziyade maddi arzulara yönelmeye yüksek düzeyde önem verirler. Zenginlik, lüks mallara sahip olmak ve her alanda başarılı olmak hayatlarının öncelikli hedefleri olmuştur (Sarracino ve Mikucka, 2019: 72).

Tüketici davranışları üzerine yapılan çalışmalarda, materyalist değerlere sahip bireylerin özellikleri Belk (1984) ve Richins ve Dawson (1992) tarafından geliştirilen yaklaşımlar aracılığıyla incelenmiştir. İlk olarak Belk (1984), materyalizm göstergesi olarak sahip olma isteği, cömert olmama ve kıskançlık olmak üzere üç farklı ölçütün olduğunu belirtmiştir. Belk (1984) göre materyalist bireyler sahip oldukları ile yetinmezler ve hep daha fazlasını isterler. Materyalist değeri yüksek olan eşyaları paylaşmak yerine muhafaza etmeye ve başkalarının sahip olduklarını kıskanmaya meyillidirler. Sahip olma isteği yüksek olan materyalist bireyler materyallere fazlaca anlam yüklerler ve onlara bağlanırlar. Bu nedenle materyallere insan ilişkilerinden daha fazla değer veren bu bireylerin başkaları ile kurduğu bağlar zaman içinde zayıflamaktadır. Richins ve Dawson (1992) ise materyalizmin kazanç, mutluluğa erişim ve başarı merkezli

olması şeklinde tanımlanabilecek üç davranış kalıbından söz etmiştir. Kazanç merkezli materyalizm, bireylerin maddi kazanım elde etmeyi veya maddi değeri yüksek olan eşyalara sahip olmayı yaşamlarının merkezine koymalarıdır. Materyalist bireylerin bu tür hedefleri aslında bir yaşam tarzıdır ve bu nedenle bir materyale sahip olmak sosyal ilişkilerden daha önemlidir. Mutluluğa erişim merkezli materyalizm, bireyler için materyalist değeri yüksek olan ürünlere sahip olmak mutluluğun kaynağı olmasını ifade eder. Materyalist bireyler kişisel ilişkiler, deneyimler ve başarılarından çok maddi kazançlar ile mutluluğa ulaşmaya çalışırlar. Başarı merkezli materyalizmde, bireyler kendilerinin ve başkalarının başarısını sahip oldukları malların sayısı ve kalitesine göre değerlendirirler. Bu bireyler toplumdaki arzuladıkları konumu yansıtan mallara sahip oldukları ölçüde kendilerini başarılı görürler. Sahip oldukları materyaller sosyal statünün, dolayısıyla başarının bir göstergesidir.

Bireylerin yukarıda açıklanan materyalist eğilimlerinin gelişiminde reklamlar, kültür, ailenin yapısı ve çocuk yetiştirme tutumları önemli rol oynamaktadır. Öncelikle reklamlarda materyalist değerleri özendirici mesajlar materyalizmi teşvik etmektedir. Özellikle içinde bulunduğumuz yüzyılda iletişim alanında gerçekleşen değişimlerle birlikte insanlar reklamlara daha fazla maruz kalmakta ve bu durum materyalizme teşviki arttırmaktadır. Örneğin televizyon reklamları materyalist değeri yüksek ürünler hakkında bilgi edinmeyi kolaylaştırmıştır. Reklamlar aracılığı ile maddi mal tüketimi, ünlü birinin reklamlarda ürün kullanıcı olarak gösterilmesi ile artmıştır. Birey için ünlünün kullandığı ürünü satın almak zengin bir yaşam tarzıyla özdeşleşen sosyal bir ödüldür. Birey bu ürünü kullanarak başkalarına zengin olduğunu göstermeye çalışır. Reklamlar ile kendilerine ünlüleri ve onların lüks yaşamlarını örnek alan ve dolayısıyla materyalist modellerle sık sık karşı karşıya kalan bireyler materyalist değerlere kolaylıkla adapte olmaktadır (Erdoğan, 2016: 57-58). Reklamların bu tür değerleri özendirmesi ile kendini güvensiz, yetersiz ve toplumdan dışlanmış hisseden bireyler materyaller satın alarak yeni kimlikler

edinmeye çalışırlar. Böylece kendilerini ifade eden bireyler “satın alıyorum, öyleyse varım” ve “sahip olduğum maddi mallar kendi benliğimdir” gibi söylemler edinerek materyalist davranışlar sergilemektedirler. Bu sahte kimlik ve benlik arayışı doğrultusunda ise bireyler problemlili ilişkilerle yönelirler (Bartolini, 2011: 11).

Materyalist eğilimler belirli bir toplumun kültürel değerlerine bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Kültür toplumu oluşturan bireylerin inançlarını, değerlerini ve davranışlarını etkilemekte ve tüketim tarzlarını belirlemektedir. Farklı kültürlere sahip toplumlarda ekonomik, politik ve teknolojik gelişmelerin farklılık göstermesi, kültürler arasında materyalist değerlere verilen önemin ve materyalizmin etkilerinin farklı olmasının temel nedeni olarak gösterilmektedir. Bu bağlamda toplumların bireyci ya da toplulukçu kültürel değerlere sahip olması, dini inançları, sosyalist sistemle yönetiyor olması ya da serbest piyasa ekonomisine sahip olması, reklamların içeriği ve yoğunluğu, sosyo-ekonomik eşitsizlikler materyalist eğilimlerin çeşitlilik göstermesini etkilemektedir (Erdoğan, 2016: 59). Örneğin Batı kültürü gibi bireyci kültürde materyalist davranışlar kişisel amaçlar, ihtiyaçlar, duygu ve düşünceler doğrultusunda ortaya çıkmakta; bireysel çıkar ve amaçlara, grup çıkar ve amaçların üzerinde değer verilmektedir. “Ben” bilincinin hâkim olduğu bireyci kültürel değerlere sahip bireyler toplumsal hayattan uzaklaşarak kendilerine ve çevrelerine yabancılaşmaktadır. Diğer taraftan, Doğu Asya kültürü gibi toplulukçu kültürde bireyler materyalist yaşam tarzını, ailesine ve dahil olduğu gruplara karşı kişisel ve sosyal yükümlülüklerini yerine getirmek gibi sosyal normlara uymanın bir aracı olarak görürler. Zenginliği veya çok paraya sahip olmayı, ailesinin ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamak ve onlarla vakit geçirmek için isterler. İlişkisel benliğin baskın olduğu bu kültürlerde kişinin kendisi değil başkaları ile olan iletişimi daha önemli olduğundan materyalist eğilimliler daha çok sosyal güdüler ile bağlantılıdır. Bu nedenle toplulukçu kültürde materyalizm toplumdan kendini soyutlama, yalnızlaşma gibi olumsuz durumlara yol açmaz (Yoo vd., 2021: 243-245).

Ailelerin materyalist eğilimleri ve erken çocukluk döneminde bakım veren kişiler ile güvenli ilişkilerin kurulamaması materyalist değerlerin gelişiminde etkilidir. Bebeklik döneminde duygusal ihtiyaçları bakım veren kişiler tarafından tam olarak karşılanmayan bireyler yetişkinlik dönemlerinde kendi değerlerine ilişkin güvensizlik hissi yaşarlar ve başkaları ile kolay bir şekilde ilişki kuramazlar. Çocukluk ve ergenlik döneminde ise ebeveynlerden farklı bakış açısını kabul etmeyen ve tartışmaya açık olmayan kuralcı ebeveynsel üsluplar, bireyin kendine olan güvenini yitirmesine ve kendi değerlerinin farkına varamamasına yol açar. Bu özgüven eksikliğini telafi etmek için bireyler paraya veya yüksek materyalist değere sahip ürünler satın almaya yönelmektedir. Materyalizm düzeyi yüksek olan bu bireyler çevresindeki diğer kişiler ile yakın ilişkiler kurmada zorlanacak ya da kurdukları yakın ilişkiler kısa süreli ve sorunlu olacaktır (Pugno, 2009: 592; Kasser ve Kasser, 2001: 695-696).

Materyalist ebeveynler, çocuklarının sahip oldukları materyallere kişiler arası ilişkilerden daha çok değer vermesine ve onların maddiyatçı bir yaşam tarzını benimsemesine öncülük edebilirler. Ebeveynler çocuk yetiştirirken, çocuklarını istedikleri tutum ve davranışlara yönlendirmek için yiyecek, oyuncak gibi materyalist değer taşıyan hediyeler verirler. Ödül olarak verdikleri bu tüketim araçlarını, çocuklarına duydukları sevginin bir göstergesi olarak nitelendirirler. Ebeveynlerin bu tutumları, çocukların maddi varlıklar ile sevgiyi eş değer olarak algılamalarına neden olabilir. Dolayısıyla hediye olarak verilen materyaller küçük yaştan itibaren materyalizme teşvik etmektedir (Belk, 1985: 266).

Materyalist bireyler yaşam standartlarını maddi isteklerine göre belirlemekte ve bu isteklerin yönlendirdiği bir hayat yaşamaktadırlar. Böyle bir yaşam biçimi, bireyin sahip olduklarından memnun olmamasına ya da sahip olduklarının maddi isteklerini karşılamada yetersiz olduğunu hissetmesine yol açabilir (Sirgy, 1998: 255). Bununda ötesinde bu yaşam biçimi, bir açıdan düşük düzeyde fedakârlık, işbirliği ve empati kurma

yeteneği, diğer açıdan da ilişkilerin temelinde yer alan yüksek düzeyde kuşkuculuk ve güvensizlik duyguları ile bağlantılı olduğundan diğer insanları nesneleştirmeye ve manipüle etmeye meyilli hale getirir. Bu tür davranışlar materyalistlerin çevresindeki kişiler ile tatmin edici ve kalıcı bir bağ kurmasını zorlaştırmaktadır (Bartolini, 2011: 9).

2.2. MUTLULUK LİTERATÜRÜNDE İLİşKİSEL MALLAR ÜZERİNE YAPILAN ALIşMALAR

Literatürde son dönemde giderek artan sayıda araştırmacı mutluluk ve ilişkisel mallar arasındaki ilişki üzerine çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalardan bir kısmı Easterlin Paradoksu’nu ampirik düzeyde açıklamaya çalışmış; bir kısmı da ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisini çeşitli yöntemler kullanarak araştırmıştır. Bu bölümde söz konusu çalışmalar detaylı bir şekilde incelenecektir.

Becchetti ve diğerleri (2008), 1984-2004 dönemi için Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)’in verilerini kullanarak ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişkinin çift yönlü olup olmadığını araştırmışlardır. Çalışmada ilişkisel mallar; sosyal toplantılara, kültürel etkinliklere, gönüllü faaliyetlere, spor ve dini etkinliklere katılım olmak üzere beş farklı gösterge ile ele alınmıştır. Becchetti ve diğerleri (2008), bu göstergelerle sosyal ilişkilere ayrılan zamanı ölçen bir endeks oluşturmuştur. Bağımlı değişkenin yaşam memnuniyeti olduğu çalışmada, sabit etkiler modeli kullanılarak haftada ya da ayda en az bir kez sosyal etkinliklere katılanların, sosyal etkinliklere katılmayanlara kıyasla daha yüksek yaşam memnuniyeti bildirdikleri bulunmuştur. Ayrıca bu etkinliklere arasında yaşam memnuniyeti üzerinde en güçlü etkiye sahip olan etkinliğin sosyal toplantılara katılım olduğu ortaya konmuştur. Bunun yanında çalışmada cinsiyet, yaş, eğitim gibi farklı alt gruplarda sosyal ilişkilere ayrılan zamanın yaşam memnuniyeti üzerinde etkisi araştırılmış ve bu etkinin kadınlar, eğitim seviyesi düşük bireyler, yaşlı yetişkinler ve Batı Almanya’da yaşayan bireyler için daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada araştırılan bir diğer argüman ise “Sosyal ilişkilere daha fazla zaman ayıran bireyler mi

daha mutludur, yoksa daha mutlu bireyler mi kişiler arası ilişkilere daha fazla zaman ayırır?” sorusudur. GMM/IV Panel VAR tahmini sonucunda, sosyal ilişkilere ayrılan zaman ile mutluluk arasında nedensel ilişkinin olduğu saptanmıştır.

Bruni ve Stanca (2008), Dünya Değerler Araştırması (WVS)’nin ikinci (1990-1994), üçüncü (1995-1998) ve dördüncü (1999-2004) dalgasını kullanarak yüksek gelire sahip olan insanların neden daha fazla mutlu olamadığını (Easterlin Paradoksu’nu) ele almışlardır. Bireysel mutluluğu temsili olarak 10 ölçekli “Bir bütün olarak bugünlerde hayatınızdan ne kadar memnunsunuz?” sorusu kullanırken, ilişkisel mallara temsili olarak ise gönüllü kuruluşlara aktif ya da pasif üyelik ve aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı vb. kişilerle geçirilen sosyal zaman ile ilgili sorular kullanılmıştır. İlişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisini analiz etmek için en küçük kareler yöntemi kullanılan çalışmada, gönüllü faaliyetlere aktif katılan üyelerin, gönüllü faaliyetlere pek katılmayan üyelere göre daha yüksek mutluluğa sahip olduğu ve aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı gibi kişilerle daha fazla vakit geçiren bireylerin diğerlerine kıyasla mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bruni ve Stanca (2008) göre bu bulgu, ilişkisel maldan daha fazla tüketen sosyal kişilerin daha mutlu olduğunun bir göstergesidir. Çalışmada, ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişkinin eşanlı doğasını dikkate almak için araç değişken yöntemi kullanılmış ve ilişkisel mal tüketiminin mutluluk üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucu doğrulanmıştır. Çalışmada Bruni ve Stanca (2008), Easterlin Paradoksu’nu ilişkisel mutluluk teorisi ile açıklayabilmek için televizyon izlemeye ayrılan sürenin ilişkisel mal tüketimini nasıl etkilediğini araştırmışlar ve televizyon izlemeye günde 2 saatten daha fazla zaman ayıran bireylerin daha az ilişkisel mal tükettiği sonucuna ulaşmışlardır. Televizyon izlemeye ayrılan süre ile ilişkisel mal tüketimi arasında negatif ve güçlü korelasyon olduğu sonucuna araç değişken yöntemiyle de ulaşılmıştır. Böylece Bruni ve Stanca (2008) çalışma sonucunda, televizyon izlemeye

ayrılan sürenin ilişkisel mallar üzerinde dışlama etkisi yaratarak bireysel mutluluğu azalttığını belirlemişlerdir.

Becchetti ve Rossetti (2009), Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP) veri setini 1992-2004 dönemi için kullanarak gelir ile mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi ilişkisel mutluluk teorisi ile incelemişlerdir. GSOEP veri setinde sosyal etkinliklere ayrılan zaman, “Sosyal toplantılara, kültürel etkinliklere, gönüllü faaliyetlere, spor ve dini etkinliklere hangi sıklıkla katılırsınız?” sorusu ile ölçülmüştür. Çalışmada bu sorunun “Her hafta/her gün, ayda en az bir kez, ara sıra ve hiçbir zaman” şeklindeki cevap kategorileri ile her bir katılımcının sosyal etkinliklere ne kadar zaman ayırdığını gösteren bir endeks oluşturulmuş ve bu endeks ilişkisel mallar yerine vekil değişken olarak kullanılmıştır. Çalışmada Becchetti ve Rossetti (2009), bağımlı değişken olarak reel hanehalkı gelirindeki bir artışın belli bir yılda bir önceki yıla göre yaşam memnuniyeti üzerinde azaltıcı bir etki yaratırsa 1 yoksa 0 değerini alan bir kukla değişken kullanmışlardır. Ekonometrik model olarak random effects probit model tercih edilen çalışmada, veri seti reel hanehalkı geliri ve eşdeğer hanehalkı geliri olmak üzere iki farklı şekilde ele alınarak yıllık gelir artışının yaşam memnuniyetini üçte bir oranında azalttığı ve sosyal etkinliklere ayrılan zaman artışının ise gelir ile mutluluk arasındaki paradoksal ilişkinin gerçekleşme olasılığını % 6 azalttığı ortaya konmuştur. Sosyal etkinliğe ayrılan zamanın net etkisini değerlendirebilmek için her bir etkinlik türü ayrı ayrı ele alınarak sadece sosyal toplantılara ve gönüllü faaliyetlere katılımın anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında çalışmada, nispi gelir artışı yaşamının, hastalanmanın ve eşinden ayrılmanın anlamlı ve olumsuz bir etkiye sahip olduğu; evli olmanın ve tam zamanlı çalışmanın ise anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Becchetti ve Rossetti (2009)’ye göre tüm bu bulgular, işsizlik, hastalık, nispi gelir artışı, kişiler arası ilişkilerde yaşanan bir sorun gibi olumsuz durumlarda gelirdeki artışın mutlulukta ek bir artış yaratmak için yeterli olmadığını göstermektedir.

Dünya Değerler Araştırması (WVS)'nin ilk beş dalgasını (1981-2009) kullanan Stanca (2009), en küçük kareler yöntemi ile analizleri yapmıştır. Çalışmada ampirik analiz için üç adım izlenmiştir: (i) İlişkisel malların öznel iyi oluş üzerindeki etkisini araştırmak için mikroekonometrik mutluluk denklemi tahmin edilmiştir; (ii) Mikroekonometrik mutluluk denkleminde elde edilen değerler ile sosyal yaşam kalitesini ölçen bir endeks oluşturulmuştur ve (iii) Bu endeks kullanılarak hem bireysel düzeyde hem de ülke düzeyinde sosyal yaşam kalitesini belirleyen faktörlerin neler olduğu araştırılmıştır. Sosyal yaşam kalitesini oluşturan ilişkisel mallar ise üç farklı şekilde ele alınmıştır: (i) Sosyal İlişkilere Ayrılan Zaman: Aile, akraba, arkadaş vb. kişiler ile geçirilen sosyal zaman; (ii) Aile İlişkileri: Bireyin medeni durumu ve sahip olduğu çocuk sayısı ve (iii) Toplumsal İlişkiler: Gönüllü kuruluşlara katılım. Öznel iyi oluş göstergesi olarak mutluluğun ve yaşam memnuniyetinin kullanıldığı çalışmada, aile ve akrabalar ile geçirilen zamanın öznel iyi oluşa en yüksek katkı sağlayan sosyal zaman göstergesi olduğu; iş arkadaşları ve aynı dine inanan kişilerle geçirilen zaman ile öznel iyi oluş arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamadığı ifade edilmiştir. Bunun yanında evlilerin bekarlara göre öznel iyi oluş düzeylerinin daha yüksek olduğu; ancak 30 yaşından küçük bireylerin sahip olduğu çocuk sayısı arttığında yüksek düzeyde öznel iyi oluş bildirme olasılığının azaldığı belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca, din ve hayır kuruluşlarının gönüllü faaliyetlerine katılımın öznel iyi oluşu anlamlı ve olumlu yönde etkilediği; ancak sendikaların ve siyasi partilerin gönüllü faaliyetlerine katılımın öznel iyi oluşu olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir. Stanca (2009)'ya göre bu bulgu, işsel güdülerle gönüllü faaliyetlere katılan kişilerin öznel iyi oluşlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Çalışmada son olarak, bireysel düzeyde yüksek gelir ile sosyal yaşam kalitesinin tüm göstergeleri arasında güçlü ve pozitif korelasyon olduğu; ülke düzeyinde ise sadece arkadaşlarla geçirilen zaman ile kişi başına düşen GSYİH arasında pozitif korelasyon olduğu bulunmuştur. Genel olarak çalışmada, yaşam standardı yüksek olan

bireylerin sosyal yaşam kalitesinin de yüksek olduğu ve dolayısıyla gelir-mutluluk arasındaki paradoksal ilişkinin sosyal yaşam kalitesi ile açıklanamayacağı sonucuna varılmıştır.

İlişkisel mallar, sosyal statü ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceleyen Bünge (2010), 21 Avrupa ülkesi için European Social Survey (ESS) veri setinin ilk 3 dalgasını (2002, 2004, 2006) kullanmıştır. ESS’de sosyalleşmeye ayrılan boş zaman “Akrabalarınız, arkadaşlarınız veya iş arkadaşlarınız ile hangi sıklıkla görüşürsünüz?” sorusu ile ölçülmüştür. Bünge (2010) çalışmasında, bu soruya verilen yanıtları ilişkisel mallara temsili olarak kullanmış ve öznel iyi oluş olarak ise yaşam memnuniyetini ve mutluluğu seçmiştir. Ampirik analizde sıralı logit model ve en küçük kareler yöntemi tercih edilen çalışmada, hipotezler şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 1: Sosyalleşmeye ayrılan boş zaman öznel iyi oluşu olumlu yönde etkilemektedir.

Hipotez 2: Saatlik ücret oranı ile ölçülen zamanın fırsat maliyeti öznel iyi oluş üzerinde olumlu bir etkiye sahipken, sosyalleşmeye ayrılan boş zaman üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir.

Hipotez 3: Hanehalkı geliri ile sosyalleşmeye ayrılan boş zaman arasındaki ilişki belirgin değildir.

Hipotez 4: Haftalık çalışma saatlerinin hem öznel iyi oluş hem de sosyalleşmeye ayrılan boş zaman üzerinde azaltıcı bir etki yaratması beklenir.

Hipotez 5: Televizyon izlemeye ayrılan boş zaman, sosyalleşmeye ayrılan boş zamanı azaltır.

Hipotez 6: Sosyal statü öznel iyi oluşu olumlu yönde; sosyalleşmeye ayrılan boş zamanı ise olumsuz yönde etkilemektedir.

Hipotez 7: Yoksul Avrupa ülkelerine kıyasla zengin Avrupa ülkelerinde sosyal statünün öznel iyi oluş üzerindeki olumlu etkisi daha fazladır.

Hipotez 8: Yoksul Avrupa ülkelerinde yaşayan insanların, zengin Avrupa ülkelerinde yaşayan insanlara göre sosyalleşmeye ayırdıkları boş zaman daha fazladır.

Çalışmanın sonucunda, saatlik ücret oranının sosyalleşmeye ayrılan boş zamanı anlamlı ve olumlu yönde etkilediği; hanehalkı geliri ile sosyalleşmeye ayrılan boş zaman arasında pozitif korelasyon olduğu; sosyal statünün sosyalleşmeye ayrılan boş zamanı olumlu yönde etkilediği ve zengin Avrupa ülkelerinde yaşayan insanların sosyalleşmeye daha fazla zaman ayırdığı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda çalışmada ikinci, üçüncü, altıncı ve sekizinci hipotezler doğrulanamamıştır. Genel itibarıyla bu çalışmada, yüksek gelirin ve sosyal statünün ilişkisel malları dışlamadığı, yani bireyin sosyal statüsü ve gelir düzeyi arttıkça sosyalleşmeye daha fazla zaman ayırdığı belirlenmiştir.

Nappo (2010), 2007 The Italian Survey on Social Cooperatives (ICSI) veri setini kullanarak İtalya’da çalışanlar için ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmada ilişkisel mallara gösterge olarak iş yerinde işveren, çalışma arkadaşları, gönüllü çalışanlar ve müşteriler ile ilişkilere ayrılan zamanı ölçen bir endeks oluşturulmuştur. Sıralı probit modeli kullanılan çalışmada, iş yerinde sosyal ilişkilere ayrılan zamanın artmasının çok mutlu ve mutlu olma olasılığını sırasıyla % 5,7 ve % 0,9 arttırdığı bulunmuştur. Dolayısıyla iş yerindeki kişilerle sosyalleşmek için daha fazla zaman ayıran çalışanların daha yüksek mutluluğa sahip olduğu belirlenmiştir. Çalışmada Nappo (2010), gönüllülüğün mutluluk üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu da araştırmış ve gönüllü faaliyetlere katılanların, gönüllü faaliyetlere katılmayanlara göre mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Becchetti ve diğerleri (2011), gelir-mutluluk paradoksunu, kişisel gelirin mutluluk üzerinde iki etkisi olduğunu göstererek açıklamışlardır. Birincisi, bireyin gelir

dilimindeki sıralamasına bağılı olan pozitif etki; ikincisi ise gelir ile ilişkisel mallar arasındaki ilişki tarafından belirlenen etkidir. Çalışmada bu etki şu şekilde oluşmaktadır: Daha üretken bireyler çalışma saatlerini kendileri için güçlü bir tercih olduğunda aile, akraba, arkadaş ve iş arkadaşlarıyla vakit geçirmek için çalışma dışı zamanla (sosyal ilişkilere ayrılan boş zaman ile) değiştirebilirler. Ancak bu bireyler, sosyal ilişkilere ayrılan zaman için yüksek fırsat maliyetine sahip olan gelir grubundaki kişilerle ilişki kurma eğilimindedir. Bu gelir grubunda kişiler arası ilişkilerde yaşanan bir koordinasyon başarısızlığı ilişkisel mallara yapılan ortak yatırımı azaltmakta ve dolayısıyla en yüksek gelir grubunda yer alan kişiler bu mallardan daha az tüketmektedir. Bu nedenle çalışmada, kişisel gelirin mutluluk üzerindeki dolaylı etkisinin negatif olduğu vurgulanmıştır.

Becchetti ve diğerleri (2011), kişisel gelirin mutluluk üzerindeki dolaylı etkisini ekonometrik olarak test etmek için Dünya Değerler Araştırması (WVS)'nin dördüncü dalgasını (1999-2004) kullanmışlardır. Çalışmada, bireysel mutluluk “Bugünlerde, genel olarak ne kadar mutlusunuz?” sorusu ile ölçülürken, sosyal ilişkilere ayrılan zaman “Çevrenizdeki kişiler ile hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?” sorusu ile ölçülmüştür. İlişkisel mallar için bir vekil olarak kullanılan bu sorunun “Haftada bir veya daha sık, ayda bir ya da iki kez, yılda bir ya da iki kez ve hiçbir zaman” şeklindeki cevap kategorileri ile bireylerin sosyal ilişkilere ne kadar zaman ayırdıklarını ölçen bir endeks oluşturulmuştur. Ekonometrik model olarak sıralı logit modeli kullanılan çalışmada, bireysel etkiler kontrol edildikten sonra dahi diğer insanlarla geçirilen sosyal zamanın mutluluk üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bu sonucun doğruluğunu kontrol etmek için veri seti kadın, erkek, OECD'ye dahil olan yüksek gelirli ülkeler, OECD'ye dahil olmayan yüksek gelirli ülkeler, Euro bölgesi, dindar kişiler, dindar olmayan aktif inananlar, içsel motivasyona ve dışsal motivasyona sahip bireyler olmak üzere 9 alt gruba bölünerek ele alınmış ve tüm alt gruplarda sosyal ilişkilere ayrılan zamanın mutluluğu anlamlı bir şekilde etkilemeye devam ettiği saptanmıştır. Çalışmada,

ilişkisel mutluluk teorisi perspektifinden gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi incelemek için ikili denklem sistemi kullanılmıştır. İlk denklemde mutluluğu, ikinci denklemde ise ilişkisel malları etkileyen faktörler ele alınmıştır. Mutluluk ve ilişkisel mallar arasındaki bu eşanlı ilişkiyi dikkate almak için mixed response random effect model ile analizler yapılmış ve sonucunda yüksek gelir düzeylerinin sosyal ilişkilere ayrılan zamanı negatif etkilediği bulunmuştur. Böylece Becchetti ve diğerleri (2011), gelir düzeyi arttıkça sosyal ilişkilere ayrılan zamanın azaldığını ve bunun da bireysel mutluluğu olumsuz yönde etkilediğini göstermişlerdir.

Becchetti ve diğerleri (2012), 1984-2007 dönemini kapsayan Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)'in verilerini kullanarak ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini incelemişlerdir. Çalışmada ilişkisel mallara temsili olarak GSOEP'de yer alan beş farklı boş zaman etkinliği ile ilgili sorular kullanılmıştır. Katılımcılardan (i) sosyal toplantılara, (ii) kültürel etkinliklere, (iii) gönüllü faaliyetlere, (iv) spor etkinliklerine ve (v) dini etkinliklere hangi sıklıkla katıldıkları hakkında bilgiler elde edilmiştir. Becchetti ve diğerleri (2012), bu bilgiler ile boş zaman etkinliklerine ayrılan zamanı ölçen bir endeks oluşturmuştur. Bağımlı değişkenin yaşam memnuniyeti olarak belirlendiği çalışmada, sabit etkiler modeli kullanılarak boş zaman etkinliklerine ayrılan zamanın yaşam memnuniyetini anlamlı ve olumlu yönde etkilediği; bu etkinin emekli bireyler için daha belirgin olduğu ortaya konmuştur. Çalışmada ayrıca, boş zaman etkinliklerine ayrılan zaman ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkinin eşanlı bir ilişki olup olmadığı araç değişken yöntemi kullanılarak araştırılmış ve sonucunda boş zaman etkinliklerine ayrılan zamanın yaşam memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu hipotezi doğrulanmıştır. Çalışmanın son kısmında ise kadın, erkek, Doğu Almanya, Batı Almanya, çalışanlar, işsizler, engelli bireyler ve engelli olmayan bireyler olmak üzere 9 alt grupta, boş zaman etkinliklerine ayrılan zaman ile yaşam memnuniyeti arasında pozitif korelasyon olduğu

gösterilmiştir. Başka bir ifadeyle, tüm alt gruplarda boş zaman etkinliklerine ayrılan zaman ne kadar yüksek olursa yaşamdan memnun olma olasılığının da o kadar yüksek olduğu belirlenmiştir. Becchetti ve diğerleri (2012) çalışma sonucunda, Almanya’da yaşayan bireylerin daha mutlu olması için hükümetin emekliliğe teşvik edici politikalar oluşturmasını önermişlerdir.

Colombo ve Stanca (2014), hedonik yaklaşım çerçevesinde ilişkisel malların fiyatını belirlemek için 2001-2010 dönemini kapsayan Aspects of Daily Life Survey veri setini kullanmışlardır. Çalışmada ilişkisel mallar üç farklı soru ile ele alınmıştır. Bunlar: “Boş zamanlarınızda arkadaşlarınız ile hangi sıklıkla görüşürsünüz?”, “Son 12 ay içinde gönüllü kuruluşlara aktif katıldınız mı?” ve “Tiyatro, sinema, opera gibi sosyal etkinliklere hangi sıklıkla katılırsınız?”. Çalışmada Colombo ve Stanca (2014), bağımlı değişkeni yaşam memnuniyeti olarak belirlemişler ve ekonometrik yöntem olarak en küçük kareler yöntemini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda, İtalya gibi arkadaşlar ile daha fazla vakit geçirilen şehirlerde yaşamak için belli bir parasal bedel ödenmesi gerektiği belirtilmiştir. Başka bir deyişle, arkadaşlar ile görüşme sıklığındaki bir birimlik bir artışın, vazgeçilen gelir ve yüksek konut maliyetleri açısından yılda fazladan 1150 Euro değerinde olduğu ifade edilmiştir. Çalışmada ayrıca, ilişkisel malların ekonomik koşullar, sağlık, aile, arkadaşlar, boş zaman, çevre ve iş olmak üzere 7 farklı yaşam alanındaki memnuniyete etkisi araştırılmıştır. Sonucunda ise sadece sağlıktan ve arkadaşlarla ilişkilerden duyulan memnuniyetin ilişkisel malların tüm göstergeleri ile pozitif korelasyon içerisinde olduğu bulunmuştur.

Righi (2014), likert ölçeğine uygun olarak hazırlanan 10 ölçekli “Hayatınızı bir bütün olarak düşündüğünüzde ne kadar mutlusunuz?” sorusuna verilen yanıtlarla ilişkisel malları üreten/tüketen bireylerin mutluluklarını incelemiştir. Çalışmada sosyal sermaye göstergesi olarak genel güven, sosyal çevreye güven, nesiller arası aktarılan değerler (hoşgörü ve güven), çevresel tutum ve gönüllü kuruluşlara yapılan para bağışı olmak

üzere 6 farklı ölçüt kullanılmıştır. Bu göstergeler, insanlara güvenen, toplum yanlısı davranışlar sergileyen ve gönüllü faaliyetlere katılan bireylerin kişisel ve sosyal ilişkilere yeterince zaman ayırdığı için ilişkisel mal olarak değerlendirilmiştir. Righi (2014) çalışmasında, 24,000 birey üzerine yapılan 2010 Bank of Italy Survey on Household Income and Wealth (SHIW) veri setini sıralı probit model ile test etmiştir. Çalışmanın sonucunda, sosyal çevreye güven ve nesiller arası aktarılan değerler hariç diğer göstergelerin katsayıları anlamlı ve pozitif bulunmuştur. Righi (2014)'ye göre bu bulgu, insanlarla ilişki kurma yeteneği yüksek olan bireylerin mutluluk düzeylerinin de yüksek olduğunu göstermektedir.

Pagan (2016), Alman Sosyo-Ekonomik Panel (GSOEP)'in 1984-2011 yıllarına ait verilerini kullanarak engelli ve engelli olmayan bireylerde ilişkisel malların yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. GSOEP veri setinde katılımcılara, ilişkisel malların üretimine/tüketimine ayrılan zamanı ölçen beş gösterge hakkında bilgi elde edilebileceği bir soru yöneltilmiştir. Bu soru: “Sosyal toplantılara, kültürel etkinliklere, gönüllü faaliyetlere, spor ve dini etkinliklere hangi sıklıkla katılırsınız?” şeklinde ifade edilmiştir. Becchetti ve diğerleri (2008, 2011)'nin çalışmalarına takiben Pagan (2016) çalışmasında, bu sorunun “Her hafta/her gün, ayda en az bir kez, ara sıra ve hiçbir zaman” şeklindeki yanıtları ile belli bir etkinliğe katılma sıklığını yeniden sınıflandırarak bir endeks oluşturmuştur. Sabit etkiler modeli kullanılan çalışmada, belli bir etkinliğe ayrılan zamanın yaşam memnuniyetini arttırıcı yönde etkilediği ortaya konmuştur. Bununla birlikte, bu etkinin engelli olmayan bireyler için daha zayıf, engelli bireyler içinse daha belirgin olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca, beş gösterge arasında sosyal toplantılara ve kültürel etkinliklere katılımın yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisinin hem engelli hem de engelli olmayan bireyler için daha fazla olduğu belirlenmiştir. Çalışmadaki bir diğer sonuç ise çalışan engelli bireylerin yüksek düzeyde yaşam memnuniyeti bildirme olasılığının daha yüksek olduğudur. Pagan (2016), ilişkisel mal

tüketiminin yaşam memnuniyeti üzerindeki olumlu etkisine rağmen genel olarak engelli bireylerin boş zaman etkinliklerine daha az katıldığı ve sosyal ilişkilere ilgilerinin daha düşük seviyede olduğunu bulmuştur. Pagan (2016) çalışma sonucunda, politika yapıcılarına engelli bireylerin yalnızlık ve sosyal izolasyon sorunlarını gidermeye yönelik programlar geliştirmelerini önermiştir.

Kolombiya'nın Manizales kentinde ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisini inceleyen Velásquez (2016), 2009 The Manizales Quality of Life Survey veri setini sıralı lojistik yöntemi ile analiz etmiştir. Velásquez (2016) çalışmasında, ilişkisel malları niteliğine göre altı farklı kategoride ele almıştır: (i) Aile İçi İlişkiler: Aile bireyleri arasındaki sevgi düzeyi, iletişim kalitesi ve aile ile ilişkilerden duyulan memnuniyet düzeyi; (ii) Sosyal Dayanışma: İhtiyaç durumunda aile ve aile dışındaki kişilerin sosyal destek düzeyi; (iii) Sosyal İlişkiler: Sosyal hayattan memnuniyet düzeyi ve diğer insanlarla ilişki kurma yeteneği; (iv) İş Hayatındaki İlişkiler: İş yerinde arkadaşlık ilişkileri; (v) Sosyal Katılım: Toplum yararına faaliyetlerde bulunan insanlarla ilişkiler ve bir topluluğa ya da derneğe üye olma (vi) Siyasi Katılım: Seçim dönemlerinde oy kullanma. Çalışmanın sonucunda, ilişkisel mallara vekil olarak kullanılan bu göstergelerin daha yüksek mutluluk düzeyi ile ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisinin gelir düzeyi yüksek olan bireyler ve evliler için daha fazla olduğu belirlenmiştir. Çalışmada aynı zamanda, bireysel mutluluğa yüksek düzeyde katkı sağlayan ilişkisel malın aile içi ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Velásquez (2016)'e göre aile içi ilişkileri iyi olan bireylerin daha mutlu olması, ailenin hayatta bir amaca sahip olma duygusunu koruması ve sosyal desteğin birincil kaynağının aile olması ile ilişkilidir.

Pena-López ve diğerleri (2017), 2011 yılında İspanya'da ikamet eden 18 ve daha üzeri yaştaki toplam 3400 bireye uygulamış oldukları anketten elde ettikleri verileri kullanarak ilişkisel mallar ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ankete

katılan kişilere, insanların başkalarıyla geliştirdiği kişisel ilişki biçimleri, gönüllü kuruluşlara üyelik, sosyal ve kişisel ağlar ile ilgili sorular sorulmuştur. Çalışmada sosyal sermayenin ilişkisel boyutu hakkında bilgilerin elde edildiği bu sorulara verilen yanıtlar birer kukla değişkenine çevrilerek ilişkisel mallara temsili olarak kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak ise hem yaşam memnuniyetini ölçen 10 ölçekli “Bugünlerde, genel olarak yaşamınızdan ne kadar memnunsunuz?” sorusu hem de bireysel mutluluğu ölçen 4 ölçekli “Genel olarak bugünlerde mutlu olup olmadığınızı söyler misiniz?” sorusu kullanılmıştır. Ekonometrik modelin sıralı logit model olduğu çalışmanın sonucunda, daha fazla ilişkisel mal üreten/tüketen bireylerin daha yüksek düzeyde öznel iyi oluş bildirdikleri hipotezi doğrulanmıştır. Pena-López ve diğerleri (2017), bu sonucun sosyal sermayenin yapısal boyutu için geçerli olmadığını göstermişlerdir.

Rasciute ve diğerleri (2017), İngiltere’de 16 ve daha üzeri yaştaki toplam 28,117 birey üzerine yapılan Taking Part Survey veri setinin ilk dalgasını (2005) kullanarak ilişkisel mallar ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bağımlı değişkenin bireysel mutluluk olduğu çalışmada, ilişkisel mallara temsili olarak kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklere katılım sayısı kullanılmıştır. Bu etkinlikler, kütüphane ve müzeleri ziyaret etme sayısı, takım sporlarına ve diğer spor etkinliklerine katılım sayısı, seyirci olarak kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklere katılım sayısı, düzenleyici ya da ortak düzenleyici olarak bulunulan kültürel ve sanatsal etkinliklerin sayısı, gönüllü faaliyetlere katılım sayısı ve eğlenceli etkinliklere (şans oyunları gibi) katılım sayısı olarak belirlenmiştir. Ekonometrik model olarak sıralı probit modeli tercih edilen çalışmada, kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerde yer alanların, bu tür etkinliklerde yer almayanlara göre daha yüksek mutluluğa sahip olduğu ortaya konmuştur. Çalışmada ayrıca, veri seti 30 altı yaş grubu, 30-50 arası yaş grubu, 50 üzeri yaş grubu, kadın ve erkek olmak üzere 5 alt regresyonda analiz edilmiştir. Sonucunda, takım sporlarına katılım sayısının mutluluk üzerindeki olumlu etkisinin genç erkekler için daha belirgin

olduğu; eğlenceli etkinliklere katılım sayısının mutluluk üzerindeki olumlu etkisinin ise kadınlar için daha belirgin olduğu bulunmuştur. Ayrıca, seyirci olarak sportif etkinliklerine katılım sayısının mutluluğa etkisinin erkekler ve 50 yaşından büyük yetişkinler için daha fazla olduğu belirlenmiştir. Buna ek olarak, sokak sanatı, tiyatro, dans, müzik gibi kültürel ve sanatsal etkinliklere seyirci olarak katılım sayısı ile mutluluk arasındaki pozitif ilişkinin sadece kadınlar ve 30 ile 50 yaş arasındaki bireyler için geçerli olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, kütüphane ve müzeleri ziyaret etme sayısının mutluluk üzerindeki olumlu etkisinin sadece erkekler ve 50 yaşından büyük bireyler için geçerli olduğu gösterilmiştir. Bununla birlikte, gönüllü faaliyetlere katılım sayısı hem kadın hem de erkeklerin mutluluğu ile pozitif bir şekilde ilişkili olduğu; ancak gönüllü faaliyetlere katılan 50 yaş üstündeki yetişkinlerin mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Çalışmada son olarak, tüm alt gruplarda televizyon izlemenin mutluluk üzerindeki etkisi araştırılmış ve sadece yaşlı yetişkinlerin televizyon izlerken daha mutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Rasciute ve diğerleri (2017), yaşlı yetişkinlerin sosyal etkinliklere katılmak yerine televizyon izlemeyi tercih ettiğini ve bu nedenle televizyon izlemenin sosyal etkinliklerin bir ikamesi olabileceğini belirtmişlerdir.

Capecchi ve diğerleri (2018), en küçük kareler yöntemi kullanarak ilişkisel malların bireysel mutluluk üzerindeki etkisini araştırmışlardır. 2014 yılında İtalya'daki Napoli Federico II Üniversitesi'nde eğitim gören 2459 öğrenciye mutluluk, akademik başarı, ikamet durumu, ailenin ekonomik durumu, geleceğe yönelik iş beklentisi, sigara kullanımı, medeni durum ve diğer ekonomik ve demografik bilgilerin elde edilebileceği bir anket uygulanmıştır. Ankette ayrıca öğrencilere, ilişkisel mallar hakkında bilgi elde edilebileceği likert ölçeğine uygun olarak hazırlanan sorular yöneltilmiştir. Bu sorular şu şekildedir: “Hangi sıklıkla yürüyüşe çıkarsınız?”, “Aile ve akrabalarınız ile hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?”, “Arkadaşlarınız, komşularınız ve çevrenizdeki diğer insanlarla ilişkileriniz nasıldır?” ve “Gönüllü faaliyetlere hangi sıklıkla katılırsınız?”. Capecchi ve

diğerleri (2018), bu sorulara ait tüm anket şıklarını birer kukla değişkenine çevirerek sosyal ilişkilere daha fazla zaman ayıran öğrencilerin diğerlerine kıyasla daha yüksek mutluluğa sahip olduğunu bulmuşlardır. Çalışmada, ilişkisel malların göstergeleri arasında mutluluk üzerinde en güçlü etkiye sahip olan değişkenin arkadaşlar ile yakın ilişki kurma olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte aileyle geçirilen sosyal zaman ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya konmuştur. Capecchi ve diğerleri (2018) açısından bu sonuç, her ailenin kültür, gelenek ve yaşam koşullarının farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Son olarak çalışmada, kadın ve erkek olmak üzere 2 farklı alt grup oluşturularak sonuçların sağlamlığı kontrol edilmiş ve her iki cinsiyet için ilişkisel malların olumlu etkisinin benzer büyüklükte olduğu tespit edilmiştir.

Stanca ve diğerleri (2018), 50,000 birey üzerine yapılan İtalyan Hanehalkı Araştırması'nın 2015 yılı verilerini kullanarak makroekonomik koşullar, ilişkisel mallar ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada temel değişkenler; yaşam memnuniyeti, işsizlik, arkadaşlarla geçirilen sosyal zaman, sosyal etkinliklere katılım sıklığı ve gönüllü faaliyetlere aktif katılım sıklığı olarak belirlenmiştir. Ekonometrik yöntem olarak en küçük kareler yöntemi tercih edilen çalışmada, ilişkisel malların iki farklı kanal aracılığıyla yaşam memnuniyetini etkilediği ortaya çıkmıştır. Birincisi, arkadaşlarıyla daha fazla zaman geçiren ya da daha sık sosyal etkinliklere katılan bireylerin yaşam memnuniyeti, makroekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir. İkincisi ise ilişkisel mal tüketimi/üretimi, kötüleşen makroekonomik koşullardan olumsuz yönde etkilenmektedir. Stanca ve diğerleri (2018), bu olumsuz etkinin resesyon döneminde bildirilen yaşam memnuniyetinin azalmasına katkıda bulunduğunu göstermişlerdir. Çalışmada ayrıca sağlık, aile, iş gibi farklı yaşam alanlarındaki genel memnuniyetin ilişkisel malları nasıl etkilendiği araştırılmış ve ilişkisel malların tüm göstergelerinin farklı alanlardaki genel memnuniyeti olumlu yönde etkilediği bulunmuştur.

Tsurumi ve diğerkleri (2021), maddi mal ve ilişkisel mal tüketimi ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, Vietnam'ın kırsal bölgesinde (Thieu Ngoc) ve kentlerinde yaşayan 18 yaşını geçmiş bireylere yapmış oldukları iki farklı anketten elde ettikleri verileri kullanmışlardır. Çalışmada kırsal bölgede yaşayanlardan oluşan 2210 ve kentte yaşayanlardan oluşan 2052 örneklem ele alınmış ve katılımcılara yaşam memnuniyeti, aylık tüketim harcaması, medeni durum, eğitim düzeyi, çocuk sayısı ve kişilik özellikleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Anketlerde ayrıca katılımcılara, maddi mal tüketimi ve ilişkisel mal tüketimi hakkında bilgilerin elde edilebileceği sorular sorulmuştur. Bu sorular sırasıyla şu şekilde ifade edilmiştir: “Maddi mal (örneğin elektrikli ev aletleri, mobilya, giysi, ayakkabı gibi) satın almak için ortalama aylık harcamanız ne kadardır?” ve “Aileniz, akrabalarınız, arkadaşlarınız ve diğer tanıdıklarınızla vakit geçirmek (örneğin seyahat, hediye, evinizde ya da dışarıda akşam yemeği yeme gibi) için ortalama aylık harcamanız ne kadardır?”. Çalışmanın sonucunda, hem kırsal alanda hem de kentte maddi mal tüketiminin yaşam memnuniyeti üzerinde negatif yönlü etkisinin olduğu bulunmuştur. Ayrıca kırsal alanda ilişkisel mal tüketiminin yaşam memnuniyetini olumlu etkilediği, kentte ise ilişkisel mal tüketimi ile yaşam memnuniyeti arasında zayıf olsa da olumlu bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Çalışmada bu sonuç, kente kıyasla kırsal bölgede yaşayanlar arasındaki sosyal ağların güçlü olması ile ilişkilendirilmiştir. Genel itibarıyla bu çalışmada, maddi mal tüketimi ile öznel iyi oluş arasındaki negatif yönlü ilişkinin gelişmekte olan bir ülkenin kırsal bölgelerinde bile gözlemlenebileceği sonucuna varılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İLİŞKİSEL MALLARIN GELİR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN MODELLENMESİ

Bu bölümünde Maurizio Pugno (2005)'un “The Happiness Paradox: A Formel Explanation From Psycho-Economics” çalışmasında kullandığı matematiksel model referans alınarak ilişkisel malların gelir ile mutluluk arasındaki ilişki üzerindeki etkisi analiz edilecektir. Pugno bu etkiyi sosyal, klinik ve bilişsel psikolojinin önemli görüş ve argümanlarına dayalı standart ekonomik yaklaşımın temelinde incelemiştir. Araştırmacıya göre mutluluk sadece gelir ve tüketime bağlı değildir. Psikoloji literatürün odaklandığı sosyal ve kişisel ilişkilerden elde edilen değerler (ilişkisel mallar) de önemli belirleyiciler arasında yer almaktadır. Pugno çalışmasında, son yıllarda kişiler arası ilişkilerdeki iletişimin eksildiğini ya da tamamen yok olduğunu ve bu durumun bireysel mutluluğu etkileyebileceğini vurgulamıştır. Ayrıca bireylerin mutluluklarını artırmak için yakın ve kalıcı ilişkiler kurmak yerine uzun saatler çalışarak daha fazla gelir elde etmeye çalıştıklarını belirtmiştir. Pugno, insanların yüksek mutluluğa sahip olmasını engelleyen bu durumu bağlanma kuramıyla açıklamıştır. Psikolojinin önemli argümanlarından biri olan bağlanma kuramı ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

3.1. BAĞLANMA KURAMI

Bağlanma kuramı, çocuk ile bakım veren kişi (ya da bağlanma figürü) arasında kurulan karşılıklı duygusal bağın dinamiğini açıklamaya çalışan İngiliz psikiyatrist John Bowlby tarafından geliştirilmiştir. Bowlby, etoloji, sibernetik (güdumbilim), bilgi işleme kuramı, gelişimsel psikoloji ve psikanalist gibi kuram ve bilim dallarından yararlanarak teorinin temel çerçevesini çizmiştir. Bowlby'nin bir bebeğin bakım veren kişi genellikle anne ile olan bağına ve annenin yokluğu durumunda çektiği yoğun sıkıntıya ilişkin yazınları psikoloji biliminde devrim etkisi yaratmıştır. Amerikalı bir gelişim psikoloğu

olan Mary Ainsworth, bebeğin sinyallerine yönelik anne duyarlılığını ve bunun bebek-anne bağlanma stillerinin gelişimdeki rolünü çeşitli yöntemlerle ölçmesiyle Bowlby'nin birçok görüşünün sınanmasını sağlamıştır. Ayrıca Ainsworth, “güvenli üs” kavramını ilk öne çıkaran kişi olarak bağlama teorisine ilişkin yeni görüşlerin ampirik açıdan test edilmesini mümkün hale getirmiştir (Bretherton, 1992: 759).

Bağlanma kuramı, bebeklik döneminde bebeğin bağlanma figürü ile kurduğu ilişkileri ve bu ilişkilerde oluşan bağlanma biçimlerinin yaşamın diğer dönemlerinde duygusal ve davranışsal özelliklerin gelişimini nasıl etkilediğini açıklayan bir teoridir. Bu açıdan yetişkin bireylerin çevreleri ile kurduğu ilişkiler, bebeklik döneminde kendisine bakım veren kişiler ile olan bağın niteliğiyle bağlantılıdır. Kurama göre bağlanma, bebek ile bakım veren kişi arasında kurulan duygusal bir bağ, yakınlık ya da kalıcı ilişkidir. Bebeklik ve erken çocukluk döneminde oluşan bağlanma yaşam boyu devam etmektedir. Özellikle bir yetişkin stres ve tehlike durumlarında yakın ilişki içinde olduğu kişiyi (bağlanma figürünü) rahatlamak, tavsiye almak ve güçlü hissetmek için arayacaktır (Ainsworth vd., 1978: 17; Siegel, 1999: 68).

Bowlby'e göre bağlanma, “anneye yakınlık gerektiren birtakım davranış sistemlerinin bir ürünüdür. Özellikle annenin ayrılması veya korkutucu herhangi bir şeyle kolaylıkla harekete geçirilir ve sistemleri etkili biçimde sonlandıran uyaranlar annenin sesi, görünüşü veya dokunuşudur” (Bowlby, 1969: 178-179). Bowlby insanların, ihtiyaç duyduklarında önem verdiği kişilere (bağlanma figürlerine) yakınlık aramaya motive eden doğuştan gelen bir psikobiyolojik sistemle (bağlanma davranış sistemiyle) doğduğunu öne sürmüştür (Mikulincer ve Shaver, 2005: 150). Bowlby'e göre bağlama sistemi aktive olduğunda bebek, “Bağlanma figürü mevcut mu, yakında mı ve ihtiyaçlarımı anında karşılayabilir mi?” sorunu düşünür. Bu soruya cevap olumlu ise korku, kaygı ve üzüntü gibi rahatsız edici duygulardan uzaklaşarak kendini güvende hisseder ve normal davranışlarına (etrafı keşif, oynama vb.) geri döner. Cevap olumsuz

ise davranışsal sistem ayrılıktan kaçınma amaçlı işlevsel alternatifler ile aktive olur. Bağlanma figürü tekrardan bebeğe korunduğunu ve güvende olduğunu hissettirmezse bebek yaşadığı korkuyla dikkatini ortamdaki eşyalardan bağlanma figürüne yöneltecektir. Bebeğin ayrılma kaygısı artarsa bağlanma figürüne takip etmekle başlayan bağlanma davranışı yapışma ve ağlama davranışlarına dönüşebilir. Bebek uzun süreli bir ayrılıktan sonra bağlanma figürüyle yeniden birleştiğinde savunmaya geçerek bağlanma figüründen uzaklaşma veya ikircikli tepkiler verme gibi kaçınma davranışı sergiler. Bowlby'e göre kayıp ya da uzun süren bir ayrılık durumu, bebeğin kişiliğini olumsuz etkilemekte ve ağır depresyon ve çöküntü şeklinde yaşadığı bir yas tepkisi vermesine neden olmaktadır (Bowlby, 1969: 334; Sümer vd., 2020: 15-16).

Bowlby (1969), bir bebek sağlıklı, uyanık ve bağlanma figürüne yakın olduğunda çevreyi keşfetmeye ve diğer aile üyeleriyle temas kurmaya ilgi duyduğunu belirtmiştir. Buna göre, bebek çevreyi keşfetmesi esnasında bağlanma figürünü güvenli üs olarak kullanır. Tehlike ve tehdit durumlarında ise kaygının artmasıyla birlikte bağlanma figürünü güvenli bir sığınak olarak algılar (Bretherton, 1992: 781). Bebeğin olumlu ve olumsuz tüm duygusal sinyallerini duyarlı tepkiler veren ve ihtiyaçlarını anlayıp uygun şekilde karşılayan bağlanma figürü bebek için güvenli üs oluşturur. Özellikle endişe, korku, öfke gibi olumsuz duyguları önlemek için bağlanma figürünün destekleyici davranışları bebekleri sakinleştirir ve çevreden tehdit içeren bir durum algıladıklarında onlara güvenli bir sığınak sağlar. Bağlanma figürünün bebeğin kendini güvende ve rahat hissetmesini kolaylaştıran bakım davranışını yerine getirmesi, bebeğin doğuştan gelen mizaç özellikleri ve duyarlılık düzeyi ile bağlantılıdır. Bağlanma figürünün bakım davranışı ise kendi bağlanma geçmişi ve içinde bulunduğu durum veya düşünce ile yakından ilintilidir. Bakım davranışı, bağlanma figürünün bebek ile olan bağının niteliğini belirlemektedir. Bu açıdan bağlanma figürü, bebeğin sonraki yıllarda devam

edecek zihinsel ve davranışsal gelişimine en fazla katkı yapan kişidir (Siegel, 1999: 67-72).

Bowlby (1973)'e göre, bebekler zamanla bağlanma figürü ile yaşadığı deneyimleri içselleştirerek “içsel çalışan modeller” oluştururlar. Erken çocukluk döneminde şekillenen davranış örüntülerinin ileriki yıllara taşınması ve sonraki nesle aktarılması bu model aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bebeğin gelecekte aile dışındaki kişiler ile nasıl ilişkiler kuracağı çalışan modeller şeklinde örtük belleğinde kodlanır. Böylece bebek, sonraki ilişkilerinin bağlanma figürü ile kurduğu bağın niteliğine benzer olmasını beklemektedir (Holmes, 1993: 78-81).

Bowlby, içsel çalışan modelleri birbirini tamamlayıcı olacak şekilde gelişen iki ayrı bilişsel model olarak sınıflandırmıştır. İlki, başkaları modeli olarak adlandırılan bağlanma figürünün genellikle destek ve koruma çağrılarına yanıt veren bir insan olacağına dair beklentileri biçimlendirir. İkinci model benlik modelidir. Bu model ise kişinin kendisini, herhangi birinin özellikle de bağlanma figürünün ihtiyaçları karşılamak üzere yanıt vereceği türden bir kişi olarak değerlendirilmesine yönelik algıları biçimlendirir. Bowlby'e göre istenmeyen bir çocuk, ebeveynleri tarafından istenmediğini hissetmekle birlikte başkaları tarafından da istenmediğine inanmaktadır. Buna karşılık sevilen bir çocuk, sadece ebeveynlerinin sevgisine güven duyarak değil, diğer herkesin kendisini sevebilir bulacağından emin olarak büyümektedir (Bowlby, 1973: 204-205). Bu bağlamda ebeveynleri ya da bağlanma figürleri duyarlı, sevgi dolu ve güvenilir ise çocuklar, kendilerinin sevebilir ve değerli olduğunu algılayarak olumlu bir benlik modeli geliştirirler. Aynı zamanda da başkalarının ulaşılabilir, güvenilir ve iyi niyetli kişiler olduğuna ilişkin olumlu başkaları modeli geliştirirler. Güvensiz bağlananlar ise hem kendilerine hem de başkalarına yönelik olumsuz modeller geliştirerek ilişkilerdeki tutum, davranış ve beklentilerini güvensizlik ve karamsarlık üzerine inşa ederler ve başkalarıyla yakın ilişkiler kurmaktan kaçınırlar. Yaşamın ilk yıllarında gelişen içsel

alışan modeller, sonraki kurulan ilişkilere de taşınarak yaşamın sonuna kadar görece değişmeden kalır (Sümer vd., 2020: 17; Holmes, 1993: 78).

Bowlby'nin görüşlerinden yola çıkarak Ainsworth ve diğerleri (1978), erken çocukluk döneminde kurulan bağlanma ilişkilerindeki bireysel farklılıkları “Yabancı Ortam Yöntemi” (Strange Situation) olarak adlandırılan deneysel gözlem yöntemiyle araştırmışlardır. Bu yöntemde, laboratuvar ortamında (bol oyuncak bulunan yabancı bir oyun odasında) 12 aylık bir bebeğin yirmi dakikalık süre içinde üçer dakika arayla önce annesinden ayrılır, sonra ilk olarak bir yabancı ile ve daha sonra tek başına yalnız bırakılır ve son olarak yeniden anne ile birleştirilir. Bu yöntemde amaç, bir stres ortamında bebeğin bağlanma davranış sistemini harekete geçirmektedir. Ainsworth ve diğerleri (1978) alışmalarının sonucunda, bebeklerin ayrılma ve yeniden birleşme durumlarında verdikleri tepkileri dikkate alarak bebeklerde güvenli, kaygılı/kararsız ve kaçınan olmak üzere üç bağlanma stili tespit etmişlerdir.

Güvenli bağlanma stiline sahip bebekler, anneleri yanındayken çevreyi keşfederler ve oyun esnasında aktiftirler. Annelerinden ayrıldıklarında genel olarak rahatsız olurlar ancak çok fazla kaygı hissetmeden anneleri ile yakın temas ararlar. Anneleriyle tekrardan bir araya geldiklerinde ise kolaylıkla sakinleşirler ve kısa sürede keşif davranışlarına ve oynadıkları oyuna geri dönerler. Kaygılı/kararsız bağlanan bebekler, annelerinden ayrılmadan önce çok az keşif davranışı sergilerler ve annelerin yanından ayrılmak istemezler. Anneleri ayrıldığında aşırı kaygı, endişe ve korku yaşarlar; geri döndüğünde ise kolayca sakinleşmezler ve keşif davranışlarını sonlandırırlar. Anne ile yakın temas kurma ile temasa direnme arasında kararsızdır. Bir yandan anneye sıkıca yapışırken bir yandan onları öfke ile iterler. Kaçınan bağlanma stiline sahip bebekler ise anneleriyle birlikteyken onunla ilgilenmeyip oyuncaklarını oynarlar ve çevreyi keşfetmeye çalışırlar. Ayrılma anında çok az kaygı belirtisi gösterirler ve ayrılmayı önemsemezler. Yeniden birleşme esnasında ise anneyi görmezden gelerek temas

kurmaktan kaçınırlar ve hiç ayrılmamış gibi oynadıkları oyuna devam ederler (Ainsworth vd., 1978: 311-317; Siegel, 1999: 75-76).

Ainsworth ve diğerleri (1978)'nin yaşamının ilk yılındaki ebeveyn-bebek bağlanma ilişkilerine yönelik ev ortamında yaptıkları araştırmalarında, ebeveynlerin özellikle annenin bebeğin isteklerine karşı duyarlı olması ve ihtiyaçlarına tutarlı olarak sevgi dolu bir şekilde karşılık vermesi güvenli bağlanma stiliyle; tutarsız bir şekilde ulaşılabilir ve yardım eder durumda olması ve bebeğin sinyallerine müdahaleci olarak tepki vermesi kaygılı/kararsız bağlanma stiliyle ve bebeğin bağlanma davranışına tepkisiz kalması, duygusal sinyallerine karşı duyarsız olması, ihmalkar ve reddedici davranması kaçınan bağlanma stiliyle ilişkili olduğunu gözlemlemişlerdir. Buna göre bebeklerin sahip olduğu bağlanma stilleri, ebeveynlerin özellikle de annenin bakım davranışlarına bağlıdır (Sümer vd., 2020: 18; Siegel, 1999: 75-77).

Bowlby ve Ainsworth'ün görüşlerinden yola çıkan birçok araştırmacı bebeklik döneminde edinilen bağlanma stiline ergenlik ve yetişkinlikte kurulan ilişkilerdeki davranış biçimlerinde de geçerli olabileceğini ortaya koymuştur. Öncelikle Main ve diğerleri (1987; 1988), yetişkinlerin erken dönemlerindeki bağlanma davranışlarına ilişkin içsel çalışan modellerini araştırmak için Yetişkin Bağlanma Görüşmesi olarak adlandırılan bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu görüşmeler temelinde, Ainsworth ve diğerleri (1978)'nin sınıflandırdığı bebeklikteki üç bağlanma stiline yetişkinlik döneminde de gözlendiğini ortaya çıkarmışlardır. Hazan ve Shaver (1987) ise Ainsworth ve diğerleri (1978) tarafından bebeklerin bağlanma davranışlarındaki farklılıkların nedeni olarak gösterilen ebeveyn-bebek ilişkisinin belirli özelliklerinin yetişkinlerin romantik ilişkilerindeki bağlanma stillerini belirlenebileceğini araştırmışlardır. Bebeklik döneminde bebek ile bağlanma figürü arasında oluşan bağlanma stillerinin Bowlby'nin içsel çalışan modelleriyle yetişkinliğe taşındığını ve yetişkinlerin romantik ilişkilerini Ainsworth ve diğerleri (1978)'nin sınıflandırmasına benzer şekilde

sınıflandırılabilirliğini öne sürmüşlerdir. Buna göre bebeklik döneminde olduğu gibi romantik ilişkilerde güvenli bağlanma stiline sahip kişilerin ilişki deneyimleri güven, arkadaşlık ve olumlu duygularla yakından ilişkilidir. Güvenli eşler, kalıcı ilişkilere inanmakta ve genellikle romantik ilişki yaşadığı kişiyi güvenilir bulmaktadır. Kaygılı/kararsız eşler ise duygusal iniş çıkışlar yaşayarak sık sık ve kolay bir şekilde romantik ilişki deneyimleri yaşarlar ve güvensizlik duygularıyla başa çıkamadıklarından ilişkilerinde kıskanç ve şüphelidirler. Kaçınan eşler, başkalarına güvenmedikleri için romantik ilişkinin varlığından ve kalıcılığından diğerlerine oranla daha fazla şüphe duyarlar ve ilişkilerinde yakınlık korkusu ve güven eksikliğiyle karakterize olurlar.

Bartholomew ve Horowitz (1991), Bowlby'nin içsel çalışan modelleri temelinde kendilik raporu ve görüşme yöntemi kullanarak yetişkinlerin bağlanma ilişkilerini incelemişlerdir. Katılımcının kendisi ve başkaları hakkında olumlu veya olumsuz değerlendirmesinden yola çıkarak yetişkinlerde dörtlü bağlanma modeli önermişlerdir. Bu bağlamda katılımcılar, olumlu ya da olumsuz benlik modeline ve olumlu ya da olumsuz başkaları modeline sahip olmaları açısından dört temel bağlanma stiline gruplandırılırlar. Buna göre hem benlik hem de başkaları modeli olumlu olan yetişkinler güvenli bağlanma stiline sahiptir. Özsaygı düzeyi yüksek olan bu stildeki yetişkinler başkalarıyla kolay bir şekilde yakın temas kurabilirler. Bu yetişkinler kendilerini sevmeye ve destek verilmeye layık görürken, diğer insanları da destekleyici, güvenli ve ulaşılabilir olarak görürler. Olumsuz benlik ve olumlu başkaları modelini içselleştiren yetişkinler saplantılı bağlanma stiline sahiptir. Kendilerini değerli ve sevmeye layık görmeyen bu yetişkinler, başkalarını olumlu değerlendirdiklerinden değer verdiği kişilerin onayını almaya çalışırlar. Düşük düzeyde kaçınma davranışıyla birlikte yüksek düzeyde kaygı belirtileri gösteren bu yetişkinler ilişkilere takıntılıdır. Olumlu benlik ve olumsuz başkaları modeli geliştiren yetişkinler ise kayıtsız bağlanma stiline sahiptir. İlişkilerinde reddedilmeye karşı kendilerini korumak ve hayal kırıklığı yaşamamak için

yakın ilişki kurmaktan kaçınırlar. Yüksek özsaygıya sahip olan kayıtsız bağlanan yetişkinler, ilişkilerinde bağımsız olmaya önem verirler. Benlik ve başkaları modeli olumsuz olan yetişkinler ise korkulu bağlanma stiline sahiptir. Bu bağlanma stili içinde sınıflandırılan yetişkinler, reddedilmekten ve kaybetmekten korktukları için yakın ilişkilerden uzak dururlar. Yüksek düzeyde kaygı belirtileri gösteren bu yetişkinler, başkalarının güvenilmez ve ulaşılmaz olduğunu düşünürler.

Yetişkinlerin bağlanma davranışları üzerine yapılan çalışmalarda güvensiz bağlanma, kaçınma ve bağlanma kaygısı olarak adlandırılan iki temel bağlanma boyutu içinde sınıflandırıldığı ortaya konmuştur (bkz. Bartholomew ve Horowitz, 1991; Brennan vd., 1998; Mikulincer ve Shaver, 2005, 2007). Kaçınma boyutu, başkalarının iyi niyetine güvenmemeyi ve onlara yakınlıktan ya da bağımlı olmaktan hissedilen rahatsızlığı tanımlar. Bağlanma figürünün yokluğu durumunda yaşanan hayal kırıklığını ya da tehdit ve stres durumlarında ortaya çıkan olumsuz duyguları engellemek için bağlanma sistemi etkisiz hale getirilir. Bu tür duygu ve davranış düzenleme biçimi, aktivasyonu engelleme (deactivating) stratejisi olarak adlandırılmıştır. Bu stratejiler, yakın ilişkilerde duyguları bastırmaya ve başkalarına yakınlık olmaktan kaçınmaya yönelik bağlanma aktivasyonunu engellemeye yönelik davranışları içerir. Bağlanma kaygısı boyutu, ihtiyaç anında bağlanma figürünün ulaşılabilirliğine duyulan kaygıyı ve bebeklik döneminde bağlanma figürünün tutarsız davranışlarının bir yansıması olarak yakın ilişkilerde ortaya çıkan terk edilme ve reddedilme korkusunu ifade eder. Kişi bağlanma figürünün ulaşılabilir olduğundan emin olmak ve yakınlık, destek ve sevgi ile güçlenen güven duygusunu geliştirmek için sürekli çaba harcar. Bağlanma literatüründe bu yoğun çabalar yüksek aktivasyon stratejisi (hyperactivating) olarak adlandırılmıştır. Tehdit ve stres altında kaygı ve korku hissetmenin bir sonucu olan bu strateji, onay ve yakınlık arama gibi davranışlarla ilişkilidir. Böyle bir strateji benimseyen kişiler, strese ve sürekli tehlikeye

karşı duyarlı bir algı sistemi geliştirirler (Sümer vd., 2020: 19-20; Mikulincer ve Shaver, 2005: 151).

Mikulincer ve Shaver (2005)'a göre, potansiyel ya da gerçek bir tehlike algılanarak bağlanma sistemi etkinleştirildiğinde birey, “Bağlanma figürü ulaşılabilir mi, beklenti ve isteklerimi karşılık verebilir mi?” sorusunu sorar. Bu soruya karşılık olumlu bir cevap güvenli bağlanma ile sonuçlanır ve güvene dayalı duygu ve davranış düzenleme stratejilerinin uygulanmasını kolaylaştırır. Güven temelli stratejiler, rahatlatıcı ve destekleyici yakın ilişkileri sürdürmeye ve stres anında kaygı düzeyini azaltmaya yönelik davranışlarla ortaya çıkar. Bu tür stratejiler, stresle başa çıkmaya ilişkin iyimser düşüncelerden, başkalarının iyi niyetine dair güvene dayalı beklentilerden ve tehlikelere karşı kendini korumaya yönelik öz yeterlilik duygusundan oluşur.

Mikulincer ve Shaver (2005), Bowlby'nin görüşlerinden yola çıkarak yakın ilişki içindeki kişilerin olumlu ya da olumsuz davranışları, stres ya da mutluluk duygularıyla ortaya çıkan duygusal deneyimleri ve bu deneyimleri şekillendiren bağlanma örüntüsüyle ilişkili duygu ve davranış düzenleme stratejilerini incelemişlerdir. Araştırmacılar, yetişkinlikte çeşitli durum ve olaylara karşı ortaya çıkan duygusal tepkilere göre bağlanma ilişkilerindeki bireysel farklılıkları değerlendirmişlerdir. Buna göre güvene dayalı bağlanma stratejisine sahip olan güvenli birey, ilişki içinde olduğu kişinin (partnerinin) olumsuz davranışlarına karşı aşırı kin ve düşmanlık hissetmeden öfkesini kontrollü bir şekilde ifade ederek sorunları çözmeye çalışırken, olumlu davranışlarına karşı ise neşe, sevgi, memnuniyet ve mutluluk hisseder. Güvenli birey, partnerinin stres dönemlerinde onu sakinleştirmeye yönelik davranışlar sergiler. Partnerinin mutlu olduğu dönemlerde ise kendini mutlu hisseder ve bu his ilişkilerinin kalitesini artırarak karşılıklı mutlu olmalarını sağlar. Buna karşılık kaygılı bağlanan bireyin yüksek aktivasyon stratejisi, partnerinin olumsuz davranışlara karşı bir yandan abartılı ve uzun süren öfke patlamaları yaşamasına, bir yandan da ayrılma korkusu ve sürekli yakınlık arayışıyla bu

olumsuz davranışlar için kendini suçlamasına neden olur. Partnerinin olumlu davranışlarına karşı ise iyi başlayan ancak üzüntüyle sonuçlanan önceki deneyimlerini hatırlatarak korku ve kaygı hissetmesine neden olur. Kaygılı birey, partneri stresli olduğunda rahatlatıcı davranışlar yerine bu stresin kendinden kaynaklandığını düşünerek stresi tetikleyen davranışlar sergiler ve bir çıkış yolu bulamayarak duygusal olarak bunalmış hissedebilir. Partneri mutlu olduğunda ise ihtiyaç anında kendisine daha fazla destek sağlayacağını düşündüğü için mutlu olur; ancak kaygı düzeyi yüksek olduğundan tam olarak kendini mutlu hissedemez. Son olarak kaçınan bağlanma örüntüsüne sahip birey, partnerinin olumsuz davranışlarına karşı öfkeli, düşmanca ve nefret dolu davranışlar sergiler ve bu davranışların bağlanma ihtiyacını yeniden harekete geçirebilen tehditlerle ilgili olduğunu düşünerek hissettiği olumsuz duyguları bastırmaya çalışır ya da bilinçsiz bir şekilde ifade eder. Partnerinin olumlu duygularına karşı ise güvenli bireye kıyasla daha az neşe, mutluluk ve memnuniyet hissederek tepki verir. Kaçınan birey, partneri stres altındayken sahip olduğu aktivasyonu engelleme stratejisiyle partnerini kendisinden uzaklaştırır. Olumsuz bir olay yaşadıklarında partnerini suçlayarak öfkelenebilir. Kaçınan birey, partneri mutlu hissettiğinde ise rahatlatıcı ve yakın bir ilişki sürdürmeyi ve başkalarını mutlu etmeyi kişisel hedef olarak görmediğinden kendini mutlu ve memnun hissedemez. Partnerinin başarılarını kıskanarak sahip olduklarının kendisinin olmasını isteyebilir. Saldırgan davranışlara teşvik eden bu tür yıkıcı kıskançlıklar, kaçınan bireylerin empati kurmasını engelleyerek mutsuz olmasına neden olur.

3.2. MODEL

Referans alınan çalışmada Pugno (2005), ilişkisel malları ekonomik mallarla birlikte fayda fonksiyonuna dahil ederek ilişkisel mallardan elde edilen faydanın bireylerin ilişki kurma yeteneğine bağlı olduğunu gösteren bir model kurmuştur. Pugno'ya göre bu yetenek, bebeklik döneminde bağlanma figürüyle kurulan ilişkiler

sonucunda oluşmaktadır. Pugno, bağlanma figürü bebeğin psikolojik ve fiziksel ihtiyaçlarına yerinde ve zamanında karşılık verdiğinde bebeğin bağlanma figürüyle güvenli bir bağ kurduğu, diğerleri ve kendisine yönelik olumlu içsel çalışan modeller geliştirdiğini ve bu modellerin bebeğe yakın ilişkiler içinde (i) başkalarına ilişkin pozitif bir beklenti, (ii) diğerlerini anlama ve hissetme becerisi, (iii) başkalarını dikkate alma ve (iv) başkalarına yönelik duygusal eğilim sağladığını varsaymıştır. Buna karşılık Pugno, bağlanma figürünün bebek ile olan ilişkisinde hiper-koruyucu ya da duygusallığı kontrol altına aldığı için bebeğin ihtiyaçlarını yeterince hissedemediğinde ya da karşılık vermediğinde bebeğin bağlanma figürüne güvensiz bir şekilde bağlandığını ve yaşadığı hayal kırıklığından kaçınmak için yakın ilişkiler içinde (i) başkalarına ilişkin beklentisini azaltarak, (ii) diğerlerini anlama ve hissetme becerisi olmadan, (iii) başkalarına dikkate almayarak ve (iv) başkalarına yönelik daha az duygusal eğilim göstererek içsel çalışan modeller oluşturduğunu varsaymıştır.

Çalışmada Pugno, bebeklik döneminde oluşan bağlanma davranışının yetişkinlik dönemindeki kişiler arası ilişkilerde de devam ettiğini vurgulamıştır. Buna göre güvenli bağlanmaya sahip birey, ilişki kurma yeteneği yüksek olduğundan hayal kırıklığı yaşayarak üzülmeyeceği kişilerle uzun süreli ilişkiler kuracaktır. Başka bir deyişle, ilişki kurma yeteneği yüksek olan bireyler kurabilecekleri uygun kişiler seçerek ve başkalarıyla kurduğu güçlü, içten ve huzurlu ilişkiler yoluyla yaşanan çatışmaların etkisini azaltarak tüketmektedir. İlişki kurma yeteneği düşük olan güvensiz birey ise başkalarına ve ilişkilere yönelik negatif bir beklentiye sahip olduğu için ilişki kurmaktan kaçınarak daha az ilişki kurmaktadır.

Pugno çalışmasında, ilişki kurma malların ekonomik mallara benzer şekilde girdiler kullanarak belirli bir üretim tekniğiyle çıktı olarak elde edilebileceğini öne sürmüştür. Pugno'ya göre ilişki kurma malları üretmek için kullanılan girdi, dışa dönük, duygusal, kararsız, kaygılı, fedakâr, saldırgan olmak gibi kişilik özelliklerini içeren ve bebeklik

dönemindeki bağlanma ilişkisiyle oluşan ilişki kurma yeteneğidir. Üretim tekniği, yakınlık ve onay arama davranışına karşılık verme, karşılıklı anlayış, duyarlılık gibi ilişki içindeki kişiler arasındaki etkileşimdir. Çıktı ise bu etkileşim sonucunda ortaya çıkan, kısmen gözlemlenebilen ve bireysel mutluluk üzerinde farklı etkilere sahip olan değerlerdir.

Çalışmada Pugno, bireylerin bebeklik döneminde beklenti ve ihtiyaçlarına duyarlı ve tutarlı bir şekilde karşılık verilmemesi sonucunda yaşadıkları hayal kırıklıklarına karşı bir tepki olarak ekonomik mal tüketimine ve materyalizme yöneldiklerini belirtmiştir. Pugno'ya göre bireyler, kaynak kısıtı altında faydalarını maksimize etmek için çalışmaya ayırdıkları zamanı arttırıp daha az ilişkisel mal tüketmektedir. Özellikle gençlik dönemlerinde materyalist eğilimleri yüksek olan bu güvensiz bireylerin gelirleri ve ekonomik mal tüketimleri artmakta; ancak güvenli bireylere kıyasla daha az mutlu olmaktadır.

Pugno çalışmasında, yukarıda açıklanan varsayımlara ek olarak şu varsayımlarla birlikte modeli kurmuştur:

- Ekonomide nüfus sabittir ve her dönemin başında doğumların ve ölümlerin sayısı aynıdır.
- Her bireyin yaşam döngüsü “gençlik” çalışmadığı dönem ve “yetişkinlik” gelir için çalıştığı dönem olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.
- Nüfusun büyüklüğü N ise bir dönemden diğerine geçerken, doğumların, gençlikten yetişkinliğe geçişlerin ve ölümlerin sayısı $0,5 N$ 'dir.
- İki dönem yaşayan hanehalkı bir yetişkin ve bir gençten oluşmaktadır. Her ikisi de ekonomik mal ve ilişkisel mal tüketmektedir.
- Hanehalkında sadece yetişkinler çalışmaktadır. Yetişkinler çalışarak elde ettikleri gelirlerini kendi tüketimlerine ve karşılıksız olarak gençlerin tüketimine harcarlar.

- Gençler zamanlarını ekonomik mal ve ilişkisel mal tüketmeye, yetişkinler ise tüketmeye, çalışmaya ve kişisel ve sosyal ilişkiler geliştirmeye (ilişkisel mal tüketmeye) ayırmaktadır.
- Üretim fonksiyonu sabit getirilidir ve üretim faktörü olarak sadece emek kullanılmaktadır.

Bireyler gerçek hayatlarında zamanlarını sadece çalışmak ve kişisel ya da sosyal ilişkiler kurarak bu ilişkileri sürdürmek için kullanmazlar. Kitap okumak, spor yapmak, müzik dinlemek gibi sadece kendileri için de zaman ayırırlar. Bu nedenle Pugno'nun modeline sosyalleşme dışı boş zaman (sadece kendin için ayrılan boş zaman) eklenerek ilişkisel mutluluk teorisi ile geliri artan bireylerin mutluluk düzeyleri arasındaki farklılıklar analiz edilecektir.

Gençlerin refahını açıklayan fayda fonksiyonu aşağıdaki forma sahiptir:

$$U_y = C_y^{\alpha_y} R_y^{\beta_y} H_y^{\theta_y} \quad 0 < \alpha_y, \beta_y, \theta_y < 1 \quad \alpha_y + \beta_y + \theta_y = 1 \quad (3.1)$$

Denklemden C_y , ekonomik malı, R_y , ilişkisel malı, H_y , ilişkisel malı üretmek/tüketmek için ayrılan zamandan kalan boş zamanı (boş zaman-ilişkisel boş zaman) ve y alt simgesi gençliği ifade etmektedir.

Gençlerin zaman tahsisi aşağıda gösterildiği gibi tanımlanmaktadır:

$$C_y = b l_y \quad b > 0 \quad (3.2)$$

$$R_y = r_y S_y \quad r_y > 0 \quad (3.3)$$

$$H_y + S_y + l_y = 1 \quad (3.4)$$

Zaman kısıtında, birimsel zaman ekonomik malları tüketmek (l_y), ilişkisel malları üretmek/tüketmek (S_y) ve sosyalleşme dışı boş zaman (H_y) için kullanılmaktadır. b ve r katsayıları, iki malın zaman birimi başına tüketimidir ve bu kısımda dışsal olarak ele alınır.

Yetişkinlerin fayda fonksiyonu gençlerin fayda fonksiyonuyla aynı forma sahiptir:

$$U_a = C_a^{\alpha_a} R_a^{\beta_a} H_a^{\theta_a} \quad 0 < \alpha_a, \beta_a, \theta_a < 1 \quad \alpha_a + \beta_a + \theta_a = 1 \quad (3.5)$$

Denklemden a alt simgesi yetişkinleri göstermektedir ve $R_a = r_a S_a$ 'dır ($r_a > 0$).

Hanehalkı sadece emek geliri elde etmekte ve tüketmektedir. Dolayısıyla bütçe kısıtı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir:

$$C_a + C_y \leq w \quad (3.6)$$

Kısıtta w , rekabetçi emek piyasasında yetişkin başına ücret oranını göstermektedir.

Yetişkinler zamanlarını çalışmaya L , kişisel ve sosyal ilişkiler kurarak bu ilişkileri sürdürmeye (S_a) ve sosyalleşme dışı boş zamana (H_a) ayırırlar:

$$L + H_a + S_a = 1 \quad (3.7)$$

Üretim fonksiyonu aşağıdaki forma sahiptir:

$$C_a = A L_a \quad A > 0 \quad (3.8)$$

$$C_y = A L_y \quad (3.9)$$

Fonksiyonlarda A , çalışılan zaman birimi başına emek verimliliğini, L_a ve L_y yetişkinler tarafından sırasıyla kendisinin ve gençlerin tüketimini sağlamak için sunulan gerekli emek miktarlarını göstermektedir. Bu nedenle toplam emek miktarı,

$$L = L_a + L_y \quad (3.10)$$

şeklinde ifade edilmiştir.

3.2.1. Modelin Çözümü

Çalışmanın bu kısmında, model çözümlenmesi yapılacak ve modelin önemli parametreleri dikkate alınarak bu çözümden elde edilen optimal sonuçların nasıl değiştiği analiz edilecektir.

Model ilk olarak gençler için çözülecek, sonra gençlerin çözümünden elde edilen optimal ekonomik mal tüketimi (C_y^*) veri alınarak yetişkinler için optimal sonuçlara ulaşılabacaktır.

Gençlerin fayda maksimizasyon problemi aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$\max_{l_y, S_y, H_y, C_y, R_y} C_y^{\alpha_y} R_y^{\beta_y} H_y^{\theta_y} \quad (3.11)$$

$$\text{s.t.} \quad C_y = b l_y \quad (3.12)$$

$$R_y = r_y S_y \quad (3.13)$$

$$H_y + S_y + l_y = 1 \quad (3.14)$$

Kısıttaki $C_y = b l_y$, $R_y = r_y S_y$ eşitlikleri amaç fonksiyonunda yerine yazılırsa maksimizasyon problemi aşağıdaki formda yazılabilir:

$$\max_{l_y, S_y, H_y} (b l_y)^{\alpha_y} (r_y S_y)^{\beta_y} H_y^{\theta_y} \quad (3.15)$$

$$\text{s.t.} \quad H_y + S_y + l_y = 1 \quad (3.16)$$

Langrange fonksiyonu şu şekilde formüle edilmektedir:

$$L = (b l_y)^{\alpha_y} (r_y S_y)^{\beta_y} H_y^{\theta_y} + \lambda(1 - H_y - S_y - l_y) \quad (3.17)$$

Birinci sıra koşulları ise aşağıdaki gibidir:

$$l_y: b^{\alpha_y} \alpha_y l_y^{\alpha_y - 1} (r_y S_y)^{\beta_y} H_y^{\theta_y} - \lambda = 0 \quad (3.18)$$

$$S_y: r_y^{\beta_y} \beta_y S_y^{\beta_y - 1} (b l_y)^{\alpha_y} H_y^{\theta_y} - \lambda = 0 \quad (3.19)$$

$$H_y: \theta_y H_y^{\theta_y-1} (bl_y)^{\alpha_y} (r_y S_y)^{\beta_y} - \lambda = 0 \quad (3.20)$$

(3.18) ve (3.19) numaralı denklemler birlikte yazılırsa;

$$b^{\alpha_y} \alpha_y l_y^{\alpha_y-1} (r_y S_y)^{\beta_y} H_y^{\theta_y} = r_y^{\beta_y} \beta_y S_y^{\beta_y-1} (bl_y)^{\alpha_y} H_y^{\theta_y}, \quad (3.21)$$

$$S_y = \frac{\beta_y}{\alpha_y} l_y. \quad (3.22)$$

(3.18) ve (3.20) numaralı denklemler birlikte yazılırsa;

$$b^{\alpha_y} \alpha_y l_y^{\alpha_y-1} (r_y S_y)^{\beta_y} H_y^{\theta_y} = \theta_y H_y^{\theta_y-1} (bl_y)^{\alpha_y} (r_y S_y)^{\beta_y}, \quad (3.23)$$

$$H_y = \frac{\theta_y}{\alpha_y} l_y. \quad (3.24)$$

(3.22) ve (3.24) numaralı denklemler zaman kısıtında yazılırsa;

$$\frac{\beta_y}{\alpha_y} l_y + \frac{\theta_y}{\alpha_y} l_y + l_y = 1, \quad (3.25)$$

$$l_y^* = \frac{\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}. \quad (3.26)$$

(3.26) numaralı denklem (3.22) numaralı denklemde yazılırsa optimal ilişkisel boş zaman elde edilir:

$$S_y^* = \frac{\beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}. \quad (3.27)$$

(3.26) numaralı denklem (3.24) numaralı denklemde yazılırsa optimal sosyalleşme dışı boş zaman elde edilir:

$$H_y^* = \frac{\theta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}. \quad (3.28)$$

(3.26) numaralı denklem, $C_y = bl_y$ eşitliğinde yazıldığında optimal ekonomik mal tüketimine ulaşılır:

$$C_y^* = \frac{b\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}. \quad (3.29)$$

(3.27) numaralı denklem, $R_y = r_y S_y$ eşitliğinde yazıldığında optimal ilişkisel mal tüketimine ulaşılır:

$$R_y^* = \frac{r_y \beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}. \quad (3.30)$$

Yetişkinlerin fayda maksimizasyon problemi aşağıdaki şekilde yazılır:

$$\max_{L_a, L_y^*, C_y^*, S_a, H_a, C_a, R_a} C_a^{\alpha_a} R_a^{\beta_a} H_a^{\theta_a} \quad (3.31)$$

$$\text{s.t.} \quad C_a = AL_a \quad (3.32)$$

$$C_y^* = AL_y^* \quad (3.33)$$

$$R_a = r_a S_a \quad (3.34)$$

$$C_a + C_y^* \leq w \quad (3.35)$$

$$H_a + S_a + L_a + L_y^* = 1 \quad (3.36)$$

Yetişkinler, gençlerin ne kadar ekonomik mal tüketmek istediklerini bildikleri için C_y^* ve L_y^* seçim değişkeni değildir. Kısıttaki $C_a = AL_a$, $R_a = r_a S_a$ eşitlikleri amaç fonksiyonunda yerine yazıldığında aşağıdaki sadeleştirilmiş form elde edilir:

$$\max_{L_a, S_a, H_a} (AL_a)^{\alpha_a} (r_a S_a)^{\beta_a} H_a^{\theta_a} \quad (3.37)$$

$$\text{s.t.} \quad H_a + S_a + L_a = 1 - L_y^* \quad (3.38)$$

Langrange fonksiyonu aşağıdaki şekilde yazılmaktadır:

$$L = (AL_a)^{\alpha_a} (r_a S_a)^{\beta_a} H_a^{\theta_a} + \lambda(1 - H_a - S_a - L_a - L_y^*) \quad (3.39)$$

Birinci sıra koşulları şu şekilde formüle edilmektedir:

$$L_a: \alpha_a A^{\alpha_a} L_a^{\alpha_a - 1} (r_a S_a)^{\beta_a} H_a^{\theta_a} - \lambda = 0 \quad (3.40)$$

$$S_a: \beta_a r_a^{\beta_a} S_a^{\beta_a - 1} (AL_a)^{\alpha_a} H_a^{\theta_a} - \lambda = 0 \quad (3.41)$$

$$H_a: \theta_a H_a^{\theta_a - 1} (AL_a)^{\alpha_a} (r_a S_a)^{\beta_a} - \lambda = 0 \quad (3.42)$$

(3.40) ve (3.41) numaralı denklemler birlikte yazılırsa;

$$A^{\alpha_a} \alpha_a L_a^{\alpha_a-1} (r_a S_a)^{\beta_a} H_a^{\theta_a} = r_a^{\beta_a} \beta_a S_a^{\beta_a-1} (A L_a)^{\alpha_a} H_a^{\theta_a}, \quad (3.43)$$

$$S_a = \frac{\beta_a}{\alpha_a} L_a. \quad (3.44)$$

(3.40) ve (3.42) numaralı denklemler birlikte yazılırsa;

$$A^{\alpha_a} \alpha_a L_a^{\alpha_a-1} (r_a S_a)^{\beta_a} H_a^{\theta_a} = \theta_a H_a^{\theta_a-1} (A L_a)^{\alpha_a} (r_a S_a)^{\beta_a}, \quad (3.45)$$

$$H_a = \frac{\theta_a}{\alpha_a} L_a. \quad (3.46)$$

(3.44) ve (3.46) numaralı denklemler zaman kısıtında yazılırsa:

$$\frac{\beta_a}{\alpha_a} L_a + \frac{\theta_a}{\alpha_a} L_a + L_a = 1 - L_y^*, \quad (3.47)$$

$$L_a^* = \frac{\alpha_a(1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}. \quad (3.48)$$

(3.48) numaralı denklem (3.44) numaralı denklemde yazılırsa optimal ilişkisel boş zaman elde edilir:

$$S_a^* = \frac{\beta_a(1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}. \quad (3.49)$$

(3.48) numaralı denklem (3.46) numaralı denklemde yazılırsa optimal sosyalleşme dışı boş zaman elde edilir:

$$H_a^* = \frac{\theta_a(1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}. \quad (3.50)$$

(3.48) numaralı denklem, $C_a = A L_a$ eşitliğinde yazıldığında optimal ekonomik mal tüketimine ulaşılır:

$$C_a^* = \frac{A \alpha_a(1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}. \quad (3.51)$$

(3.49) numaralı denklem, $R_a = r_a S_a$ eşitliğinde yazıldığında optimal ilişkisel mal tüketimine ulaşılır:

$$R_a^* = \frac{r_a \beta_a (1 - L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}. \quad (3.52)$$

Tablo 3.1’de, gençler için A^8 ve r_y parametrelerini içeren karşılaştırmalı statikler yer almaktadır. Sonuçlara göre teknik ilerleme, gençlik döneminde bireylerin daha fazla ekonomik mal talep etmesini ve refah artışını sağlamaktadır. Ancak ilişkisel mal ve sosyalleşme dışı boş zaman üzerinde etkisi olmamıştır. Zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimindeki (r_y) artış ise gençlerin faydasını ve ilişkisel mal tüketimini artırsa da ekonomik mal tüketiminde ve sosyalleşme dışı boş zamanda bir değişim olmamıştır.

Tablo 3.1⁹: A ve r_y Parametrelerindeki¹⁰ Değişimin Gençlerin Optimal Seçimleri Üzerindeki Etkisi

	C_y^*	R_y^*	H_y^*	U_y^*
A	+	0 [■]	0 [■]	+
r_y	0 [■]	+	0 [■]	+

Not= ■ simgesi, optimal sonuçların kısmi türevlerinin sıfıra eşit olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.2’de seçilen parametreler ile yetişkinlerin kendilerine ayırdıkları zaman, emek, tüketim ve fayda arasındaki ilişkiler gösterilmiştir. Tablo 2’ye göre, ücret artışını sağlayan teknik ilerleme yetişkinlerin ekonomik mal ve ilişkisel mal tüketimini, emeğini ve kendilerine ayırdıkları zamanı pozitif etkilerken, gençlerin tüketimi için sağladığı

⁸ Ücret artışını sağlayan teknik ilerlemenin (A) genç bireylerin optimal seçimleri üzerindeki etkisi $b = A$ olduğu varsayılarak incelenmiştir.

⁹ Tablo 3.1’deki sonuçların nasıl elde edildiği Ek’te gösterilmiştir.

¹⁰ Çalışmada, A ’nın sonsuz bir artış eğilimi gösterdiği, r ’nin ise sıfıra doğru azalacak şekilde incelendiği varsayılmıştır. Ayrıca A ’nın tüm dönemlerde genç ve yetişkin bireyler için arttığı, α, β, θ ve r parametreleri her genç nesil için aynı başlangıç değerine sahipken, yetişkinliğe geçişte bağlanma stillerine göre değiştiği varsayılmıştır.

emeğini ise negatif etkilemektedir. Ayrıca teknik ilerleme, $A > b$ ise yetişkinlerin faydasını artırmakta, tersi geçerli olduğunda fayda da bir azalma yaşanmaktadır. Zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimindeki (r_a) bir artış, faydayı ve ilişkisel mal tüketimini $A > b$ olduğunda pozitif etkilemekte, $A < b$ olduğunda ise negatif etkilemektedir. Ancak r_a 'daki değişim diğer optimal sonuçları etkilememiştir.

Tablo 3.2¹¹: A ve r_a Parametrelerindeki Değişimin Yetişkinlerin Optimal Seçimleri Üzerindeki Etkisi

	L_y^*	L_a^*	C_a^*	R_a^*	H_a^*	U_a^*
A	—	+	+	+	+	+ ($A > b$) — ($A < b$)
r_a	0■	0■	0■	+ ($A > b$) — ($A < b$)	0■	+ ($A > b$) — ($A < b$)

Not= ■ simgesi, optimal sonuçların kısmi türevlerinin sıfıra eşit olduğunu göstermektedir.

3.3. İLİŞKİSEL MALLARIN DENEYİMLENEN KALİTESİ

Modelde önemli parametrelerden biri zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimini ifade eden r parametresidir. Pugno çalışmasında r parametresini, bireyin faydası için ilişkisel mal tarafından sağlanan zaman birimi başına faydayı ölçtüğü için ilişkisel malın deneyimlenen kalitesi olarak yorumlamıştır. Pugno'ya göre r parametresi aşağıdaki fonksiyon ile açıklanabilir:

$$r = f(D)$$

Fonksiyonda D , referans bireyle yakın ilişki içinde olan kişilerin ilişki kurma yeteneğini temsil eden n elemanlı (D_i) bir vektördür. Her birey için eşit ve sabit olduğu varsayılan n sayısı, nüfusun bir alt kümesidir ve bireyin kendisini de içermektedir.

¹¹ Tablo 3.2'deki sonuçların nasıl elde edildiği Ek'te gösterilmiştir.

f fonksiyonu pozitif, tüm elemanlarında konkav ve ölçeğe göre sabit getirilidir. r , tüm n sayıdaki bireylerin ilişki kurma yeteneği minimum (D^m) olduğunda ortaya çıkan minimum düzeyde herhangi bir değer alabilir ve n sayıdaki bireylerin tümü maksimumda (D^M) olduğunda bir maksimum seviye olabilir. f 'in r 'yi normalleştirdiği varsayıldığında uç değerler 0'a yakın ve 1 eşit olacaktır:

$$0 \approx f(D^m), \quad D^m, D^m \text{ eşit olan } n \text{ elemandan oluşur.}$$

$$1 = f(D^M), \quad D^M, D^M \text{ eşit olan } n \text{ elemandan oluşur.}$$

3.4. İLİŞKİLERDE YAŞANAN HAYAL KIRIKLIĞINA KARŞI BİREYLERİN TEPKİSİ

Pugno çalışmasında, insanların davranışlarının özellikle de yakın ilişki içindeki iletişiminin bilincin etkisi olmadan ortaya çıkan duygular ve hisler tarafından yönlendirildiğini vurgulamıştır. Bu nedenle Pugno, ilişki malların ekonomik mallara göre daha az gözlemlenebilir ve tahmin edilebilir olduğunu varsaymıştır. Ayrıca Pugno, ilişki malların ilişki içindeki insanların çeşitli sosyal, duygusal ve davranışsal özelliklerini yansıttığı için kalitesinin objektif olarak herkes için aynı olmadığını ve beklenen bir kalitesinin $(r^e)^{12}$ olduğunu varsaymıştır.

Pugno, bir kişinin ilişki içindeki davranış biçimlerinin bilişsel işlevlerin yeterli olmadığı bebeklik dönemdeki bağlanma ilişkisiyle oluştuğunu; ancak bu davranış biçimlerinin yetişkinlik dönemine kadar ilişkilerde yaşanan deneyimlerle şekillenebileceğini belirtmiştir. Bu nedenle Pugno çalışmasında, gençlik döneminde ilişki malların beklenen kalitesinin maksimum düzeyde ($r_y^e = 1$) olduğu ve ilişkilerde

¹² Birey, ilişki malların üretimine/tüketimine zaman ayırmayı düşünür ve belirli bir düzeyde fayda (U^e) elde etmeyi bekler. Bu nedenle r^e aynı dönemde aynı birey için r 'den farklı olabileceğinden U^e de U 'dan farklı olabilir.

yaşanan deneyimlere göre ise bu malın deneyimlenen kalitesinin (r_y) (0,1] arasında değer alacağını varsaymıştır. Buna göre güvenli bağlanma stiline sahip gençler, rahatlatıcı ve destekleyici ilişkiler kurarak bu ilişkileri sorunsuz bir şekilde sürdürdüğü için çok az hayal kırıklığı ($r_y^e = r_y$) yaşarken, güvensiz bağlanma stiline sahip gençler ise başkalarını güvenilmez bulduğu ve dolayısıyla ilişkilere kolaylıkla uyum sağlayıp sağlıklı bir şekilde sürdüremediği için aşırı derecede hayal kırıklığı ($r_y^e > r_y$) yaşamaktadırlar. Bu nedenle S parametresi eşik hayal kırıklığı derecesini gösterdiği varsayıldığında güvenli bağlanan gençlerin ilişkisel malların deneyimlenen kalitesi (r_y) S ile 1 arasında değer alırken, güvensiz bağlanan gençlerde ise r_y 0 ile S arasında değer almaktadır.

Gençlikte yaşanan ilişki deneyimleri içsel çalışan modeller aracılığıyla yetişkinlik dönemine taşınmaktadır. Bebeklik döneminde geliştirilen içsel çalışan modeller, yetişkinlerin yakın ilişki içinde yaşayacakları hayal kırıklarını yönlendiren sosyal, duygusal ve davranışsal özelliklerini şekillendirmektedir. Tablo 3.3'te güvenli ve güvensiz bağlanma stiline sahip yetişkinlerin bu özellikleri yer almaktadır. Aslında Tablo 3.3'te bireylerin yetişkinlik döneminde nasıl ilişki deneyimleri yaşayacakları ve bu ilişkilere nasıl tepkiler vereceği ve dolayısıyla ilişki içindeki duygu ve davranış düzenleme biçimleri gösterilmiştir.

Tablo 3.3: Yetişkinlik Döneminde Bireylerin İlişkilerde Yaşadıkları Hayal Kırıklığına Tepkileri

Grup	Hayal Kırıklığının Derecesi	r_a^e (i)	Başkalarını Anlama ve Hissetme (ii)	Mallara Verilen Önem (iii)	$D_{0,a}$ (iv)
I	$S < r_y \leq 1$	1	Yüksek	$\beta_a^I > \alpha_a^I > \theta_a^I$ $\beta_a^I > \theta_a^I > \alpha_a^I$ $\beta_a^I > \alpha_a^I = \theta_a^I$	D_a^M
II	$0 < r_y \leq S$	r_y	Düşük	$\alpha_a^{II} > \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$ $\theta_a^{II} > \alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$ $\alpha_a^{II} = \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$	D_a^m

Tablo 3.3'e bakıldığında, bebeklik döneminde oluşan ve gençlik döneminde şekillenen bağlanma ilişkisine göre yetişkinler ilişkilerde yaşadıkları hayal kırıklığına karşı farklı tepkiler verdikleri görülmektedir. I'inci gruptaki güvene dayalı duygu ve davranış düzenleme stratejisine sahip olan güvenli birey ilişkilerinde (i) diğer insanları güvenilir, iyi niyetli ve ulaşılabilir olarak gördüğü için onlara ilişkin pozitif bir beklentiye ($r_a^e = 1$), (ii) diğerlerinin duygularını anlama ve hissetme becerisine, (iii) başkalarına önem verme değerine (ilişkisel mala, diğer mallara göre ne kadar önem verdiğini gösteren sıralamayla temsil edilir)¹³ ve (iv) başkalarına yakınlıktan ya da başkalarının yakın olmasından endişe duymadığı için partnerine yönelik yüksek duygusal eğilime (D_a^M) sahiptir ve ihmal edilecek kadar az hayal kırıklığı yaşamaktadır. Bu birey genel olarak ilişki kurma yeteneği yüksek olan çatışma yaşamayacağı kişilerle (D_a^M) ilişkilerde yer almaktadır. Bu nedenle ilişkisel malın deneyimlenen kalitesi maksimum düzeyde ($r_a^e = r_a = 1$) olur.

Güvensiz bağlanan II'nci gruptaki aktivasyonu engelleme stratejisine sahip birey ise ilişkilerinde (i) başkalarını destekleyici ve güvenilir bulmadığı için onlara yönelik beklentisini (r_a^e) daha az olacak şekilde geçmiş deneyimlerine (r_y) göre ayarladığı, (ii) diğerlerinin duygularını anlama ve hissetme becerisi olmadığı, (iii) başkalarına önem vermediği (ilişkisel mala, diğer mallara göre daha az önem verdiğini)¹⁴ ve (iv) başkalarına

¹³ Örneğin güvenli birey ilişki içinde olduğu kişinin stres dönemlerinde şefkatli ve merhametli bir şekilde yaklaşarak rahatlamasını kolaylaştırır ve empati kurarak psikolojik destek verir.

¹⁴ Örneğin güvensiz birey ilişki içinde olduğu kişi stres altındayken sakinleştirmek yerine stresten etkilenmemek için partnerini duygusal olarak kendinden uzaklaştırır.

yönelik duygusal eğilimi az olduğu¹⁵ (D_a^m) için güvenli bireyden daha fazla hayal kırıklığı yaşamaktadır. Güvensiz birey, gençlik döneminde olduğu gibi genel olarak kendini hayal kırıklığı yaşatacak kişilerle (D_a^m) ilişkilerini sürdüreceği için beklediğinden daha az ($r_a^e = r_y > r_a \approx 0$) ilişkisel mal tüketmektedir.

Tablo 3.3'te görüldüğü üzere bireylerin ilişkiler içinde hayal kırıklığı yaşadıklarında nasıl tepkiler vereceğini belirleyen r, β, α, θ parametreleri aynı zamanda çalışma ve fayda düzeylerini de belirlemektedir. Tablo 3.4'te gençlik, yetişkinlik ve gençlikten yetişkinliğe geçiş dönemlerindeki ilişkisel malın deneyimlenen kalitesi, mallara verilen önem sıralaması, fayda ve çalışma düzeyleri I'inci ve II'nci gruptaki bireyler için karşılaştırılmıştır.

Tablo 3.4¹⁶: Üç Farklı Dönem İçin Sonuçların Özeti

Gençlik Dönemi	$r_y^I > r_y^{II}$	$\beta_y^I > \alpha_y^I > \theta_y^I$ (I) $\beta_y^{II} > \alpha_y^{II} > \theta_y^{II}$	$U_y^I > U_y^{II}$	
		$\beta_y^I > \theta_y^I > \alpha_y^I$ (II) $\beta_y^{II} > \theta_y^{II} > \alpha_y^{II}$	$U_y^I > U_y^{II}$	
		$\beta_y^I > \alpha_y^I = \theta_y^I$ (III) $\beta_y^{II} > \alpha_y^{II} = \theta_y^{II}$	$U_y^I > U_y^{II}$	
Yetişkinlik Dönemi	$r_a^I = 1 > r_a^{II}$	$\beta_a^I > \alpha_a^I > \theta_a^I$ (I) $\alpha_a^{II} > \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$	$U_a^I < U_a^{II}$	$L_a^I < L_a^{II}$
		$\beta_a^I > \theta_a^I > \alpha_a^I$ (II) $\theta_a^{II} > \alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$	$U_a^I > U_a^{II}$	$L_a^I < L_a^{II}$
		$\beta_a^I > \alpha_a^I = \theta_a^I$ (III) $\alpha_a^{II} = \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$	$U_a^I > U_a^{II}$	$L_a^I < L_a^{II}$
Gençlikten Yetişkinliğe Geçiş Dönemi	$r_y^I < r_a^I$, $r_y^{II} > r_a^{II}$	$\beta_y^I = \beta_a^I, \alpha_y^I = \alpha_a^I, \theta_y^I = \theta_a^I$ $\beta_y^{II} > \beta_a^{II}, \alpha_y^{II} < \alpha_a^{II}, \theta_y^{II} < \theta_a^{II}$	$U_y^I < U_a^I$, $U_y^{II} < U_a^{II}$	

¹⁵ Güvensiz birey, bağlandığı kişinin yokluğu durumunda öfke, korku, üzüntü gibi ortaya çıkan olumsuz duygulardan kendini korumak için yakın ilişkilerde duyguları bastırır. Özellikle başkalarına güvenmediği ve başkaları tarafından desteklenmek istemediği için ilişki içinde olduğu kişiye karşı hissettiği sevgiyi yakınlaşma olarak algılar ve bu tür yakınlaşmalardan uzak durur.

¹⁶ Tablo 3.4'teki sonuçların ispatı Ek'te yer almaktadır.

Tablo 3.4'e göre gençlik döneminde, ilişki kurma yeteneği yüksek olan güvenli birey kişisel ve sosyal ilişkilerinde çok az hayal kırıklığı yaşadığı için güvensiz bağlanan bireye kıyasla ilişkisel malın deneyimlenen kalitesi daha yüksektir. Birey, çalışmadığı için zamanını kendine, ilişkisel mal ve ekonomik mal tüketmeye ayırmaktadır. Bu dönemde çalışma hayatı olmadığı ve genel olarak ailenin yanında kaldığı için sosyal ilişkilerle ilgili belirgin bir deneyim yaşanmamakta ve dolayısıyla her iki grupta birey ilişkisel mala daha fazla önem vermektedir. Ancak I'inci gruptaki güvenli bireyin ilişkisel malın deneyimlenen kalitesi, güvensiz bağlanan bireye göre daha yüksek olduğu için elde ettiği toplam fayda da daha yüksektir.

Gençlikten yetişkinliğe geçiş döneminde, sosyalleşme çabası yüksek olan I'inci gruptaki güvenli bireyin ilişkisel mala ve diğer mallara verdiği önem değişmemekte; ancak ilişkisel malın deneyimlenen kalitesi artmaktadır. II'nci gruptaki güvensiz birey gençlik döneminde yaşadığı olumsuz ilişki deneyimlerini yetişkinlik döneminde de yaşayıp üzülmemek için zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi ve ilişkisel mala verdiği önemi azaltırken, ekonomik mala ve sosyalleşme dışı boş zamana verdiği önemi artırmaktadır. Ayrıca bu dönemde, iki gruptaki bireyin de fayda düzeyleri artmaktadır.

Yetişkinlik döneminde, I'inci gruptaki güvenli birey genel olarak beklentilerini karşılık verebilecek kişilerle ilişkiler kurduğu; ancak bu kişilerle ilişki kurmasa bile problem çözme becerisi yüksek olduğundan ilişkilerde karşılaştığı olumsuz durumlar karşısında yapıcı bir tutum sergilediği için zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi maksimum düzeydedir ($r_a^I = 1$). Buna karşılık II'inci gruptaki güvensiz birey, beklentilerini karşılık vermeyen kişilerle ilişkilerde yer aldığı ve ilişkilerinde güven sorunu yaşadığı için başkalarına kolaylıkla adapte olup yakınlık kuramaz ve bu nedenle zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi güvenli bireye göre daha düşük hatta sıfıra yakındır ($r_a^I = 1 > r_a^{II} \approx 0$). Bu dönemde güvenli birey, uzun saatler çalışmaktan ziyade diğer insanlarla vakit geçirmeyi önemseydiği için sunduğu emek miktarı güvensiz bireye

göre daha azdır ($L_a^I < L_a^{II}$). İnsanlara güvenmekte zorlanan güvensiz birey, yakın kişisel ilişkilerini önemli ölçüde azalttığından ilişkisel mala diğer mallara göre daha az önem vermektedir. İlişkisel maldan daha fazla tüketen I'inci gruptaki güvenli bireyin fayda düzeyinin mallara ne kadar önem verildiğini gösteren her üç sıralama için yüksek olması beklenmektedir. Ancak iki gruptaki birey de ekonomik mala, sosyalleşme dışı boş zamana göre daha fazla önem verdiğinde (I'inci sıralama), güvenli bireyin zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi daha yüksek olsa da II'nci gruba göre daha az fayda elde etmektedir. Pugno'nun çalışmasında ise α ve β parametrelerinin çeşitli sıralamaları için güvenli bireyin fayda düzeyi, güvensiz bireye göre daha yüksektir. Bu bağlamda Pugno'nun modeline sosyalleşme dışı boş zaman eklendiğinde, ilişkisel mala daha fazla önem veren ($\beta_a^I > \beta_a^{II}$) güvenli birey, güvensiz bireye göre her zaman yüksek mutluluk düzeyine ulaşamamaktadır.

Tablo 3.5¹⁷: Pugno (2005)'nin Modelinde Üç Farklı Dönem İçin Sonuçların Özeti

Gençlik Dönemi	$r_y^I > r_y^{II}$	$\beta_y^I > \alpha_y^I$ $\beta_y^{II} > \alpha_y^{II}$	$U_y^I > U_y^{II}$	
Yetişkinlik Dönemi	$r_a^I = 1 > r_a^{II}$	$\beta_a^I > \alpha_a^I$ $\alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$	$U_a^I > U_a^{II}$	$L_a^I < L_a^{II}$
Gençlikten Yetişkinliğe Geçiş Dönemi	$r_y^I < r_a^I$, $r_y^{II} > r_a^{II}$	$\beta_y^I = \beta_a^I, \alpha_y^I = \alpha_a^I$ $\beta_y^{II} > \beta_a^{II}, \alpha_y^{II} < \alpha_a^{II}$	$U_y^I < U_a^I$, $U_y^{II} < U_a^{II}$	

Tablo 3.5'e göre, gençlik döneminde I'inci gruptaki güvenli bireyin zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi daha yüksek ($r_y^I > r_y^{II}$) olduğu için elde ettiği fayda düzeyi de daha yüksektir. Pugno'nun modelinde, sosyalleşme dışı boş zaman olmadığı için I'inci gruptaki güvenli birey sadece ilişkisel mala ($\beta_a^I > \alpha_a^I$), II'nci gruptaki güvensiz birey ise sadece ekonomik mala ($\alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$) daha fazla önem vermektedir. Yetişkinlik döneminde,

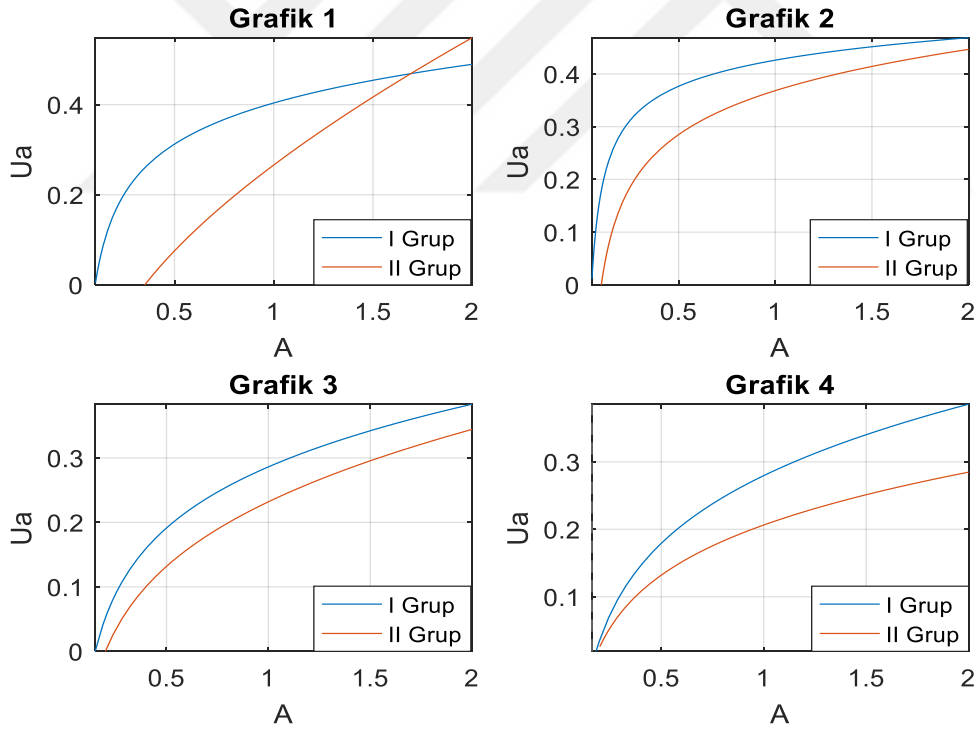
¹⁷ Tablo 3.5'teki sonuçların ispatı Ek'te yer almaktadır.

güvenli bireyin ilişkisel mala verdiği önem ve zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi güvensiz bireye kıyasla daha fazladır. Bu nedenle güvensiz bireye göre daha az çalışırken, daha fazla fayda elde etmektedir. Dolayısıyla Pugno'nun modeline sosyalleşme dışı boş zaman eklendiğinde ulaşılan sonuçtan farklı olarak, ilişkisel mala daha fazla önem veren ($\beta_a^I > \beta_a^{II}$) I'inci grupta güvenli bireyin mutluluk düzeyi her zaman daha yüksektir.

3.5. GELİR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ

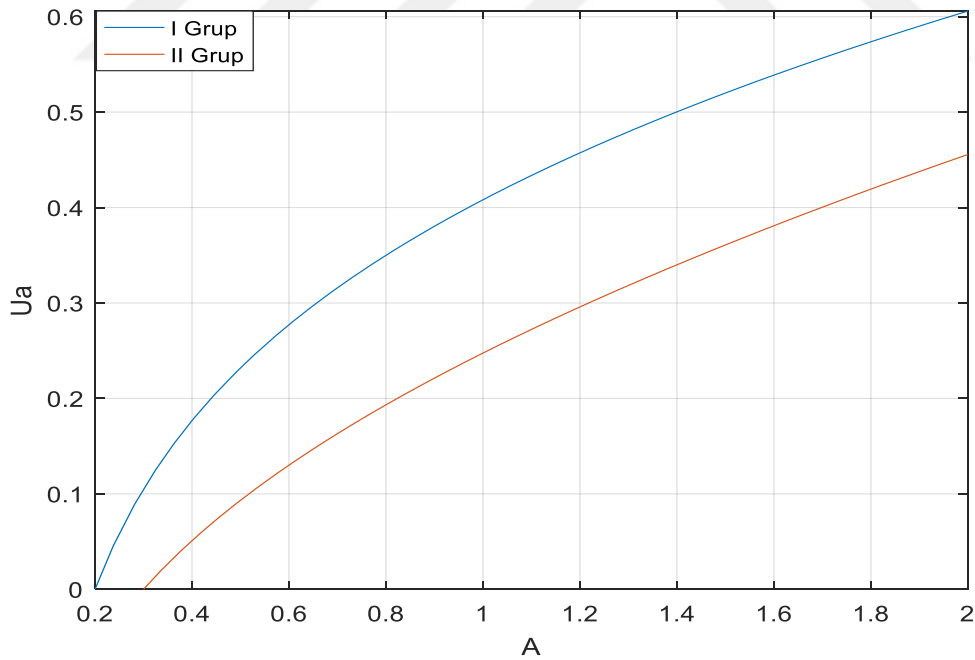
Bu kısımda, gelir artışını sağlayan teknik ilerlemenin (A) güvenli ve güvensiz bireylerin mutluluk düzeylerini nasıl etkilediği Şekil 3.1 ve Şekil 3.2 yardımıyla incelenmektedir.

Şekil 3.1: Gelir Artışının Bireylerin Fayda Düzeyleri Üzerindeki Etkisi



Şekil 3.1’de güvenli ve güvensiz bireylerin mallara ne kadar önem verdiklerini gösteren sıralamalara¹⁸ göre çeşitli grafikler yer almaktadır. Grafik 2, 3 ve 4’e göre, gelir artışını sağlayan zaman birimi başına emek verimliliğinde (A) artış gerçekleştiğinde, ilişkisel mala daha fazla önem veren I’inci gruptaki güvenli bireyin fayda düzeyi II’nci gruptaki güvensiz bağlanan bireye göre daha yüksektir. Ancak grafik 1’de, her iki gruptaki birey ekonomik mala sosyalleşme dışı boş zamana göre daha fazla önem verdiğinde, II’nci gruptaki güvensiz bağlanan birey zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi az olsa da belli bir noktadan sonra güvenli bireye kıyasla daha fazla fayda elde eder. Ancak Pugno (2005)’nun modelinde, α ve β parametrelerinin belirli değerleri için farklı sonuca ulaşılmıştır.

Şekil 3.2: Pugno (2005)’nun Modelinde Gelir Artışının Bireylerin Fayda Düzeyleri Üzerindeki Etkisi



¹⁸ Grafik 1’de grup I için $\beta_a^I > \alpha_a^I > \theta_a^I$ ve grup II için $\alpha_a^{II} > \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$, Grafik 2’de grup I için $\beta_a^I > \theta_a^I > \alpha_a^I$ ve grup II için $\theta_a^{II} > \alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$, Grafik 3’te grup I için $\beta_a^I > \alpha_a^I = \theta_a^I$ ve grup II için $\alpha_a^{II} = \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$ ve Grafik 4’te grup I için $\beta_a^I = \alpha_a^I = \theta_a^I$ ve grup II için $\alpha_a^{II} = \theta_a^{II} = \beta_a^{II}$ sıralamaları gösterilmektedir.

Pugno'nun analizinde, sosyalleşme dışı boş zaman olmadığı için mallara ne kadar önem verildiği ile ilgili sadece bir sıralama (I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I$ ve II'nci grup için $\alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$) geçerlidir. Bu nedenle Şekil 3.2'de sadece bir grafik yer almaktadır. Buna göre gelir arttığında, güvenli bireyin ilişkisel mala verdiği önem ve zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi güvensiz bireye göre daha fazla olduğu için elde ettiği fayda düzeyi de daha fazladır.

3.6. MODELİN SONUÇLARI

Pugno'nun modeline bireylerin sadece kendileri için ayırdıkları boş zaman (sosyalleşme dışı boş zaman) eklenerek model yeniden kurgulandığında, ilişkilere yeterince vakit ayırarak ilişkisel maldan daha fazla tüketen bireylerin gelirleri arttığında mutluluk düzeylerinin her zaman yüksek olmadığı sonucuna varılmıştır. Modele göre geliri artan güvenli birey, çalışmaya yalnız vakit geçirmeye kıyasla daha fazla önem verdiğinde, ilişki kurma yeteneği ($D_a^{M,I} > D_a^{m,II}$) daha yüksek olsa bile güvensiz bireye göre daha mutlu değildir. Geliri artan güvensiz bireyin ise zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimi ($r_a^{II} < r_a^I$) ve ilişkisel mala verdiği önem ($\beta_a^{II} < \beta_a^I$) daha az olmasına karşın güvenli bireye göre daha mutludur. Ancak başkalarına karşı yakın ve sıcak davranmaktan korkmayan empati yeteneği gelişmiş güvenli bireyin gelir arttığında, üzülmemek için başkalarıyla yakın bağ kurmaktan kaçınan güvensiz bireye göre daha mutlu olması beklenmektedir. Dolayısıyla gruplar bazında bir paradoks ortaya çıkmaktadır. Gelir aynı düzeyde arttığında aile, akraba, arkadaş, komşu ve diğer tanıdıklarıyla daha sık vakit geçiren (ilişkisel maldan daha fazla üreten/tüketen) bireylerin mutluluk düzeylerinin de daha yüksek olduğunu ifade eden ilişkisel mutluluk teorisine göre bu paradoks açıklanamamaktadır.

Pugno'nun modelinde, bireylerin kendilerine ne kadar zaman ayırdıkları bilinmediği için sadece çalışmaya ve kişisel ya da sosyal ilişkiler geliştirmeye ayrılan

zaman dikkate alınarak analizler yapılabilir. Buna göre geliri artan güvensiz bireyin ilişki kurma yeteneği ($D_a^{m,II} < D_a^{M,I}$) ve dolayısıyla zaman birimi başına ilişki mal tüketimi ($r_a^{II} < r_a^I$) daha az olduğu için güvenli bireye kıyasla mutluluk düzeyi daha düşüktür. Güvenli bireyin ise gelir arttığında ilişki kurma yeteneği ($D_a^{M,I} > D_a^{m,II}$) ve zaman birimi başına ilişki mal tüketimi ($r_a^I > r_a^{II}$) daha fazla olduğu için beklenildiği gibi güvensiz bireye kıyasla mutluluk düzeyi daha yüksektir. İlişkisel mutluluk teorisiyle uyumlu olarak sosyal ortamlarda kendini rahat ve güvende hisseden ve dolayısıyla başkalarıyla kolay bir şekilde iletişime geçebilen güvenli bireyin geliri arttığında mutluluk düzeyi her durumda yüksek olacaktır.

Özetle geliri artan bireyler, bireysel boş zaman etkinliklerinden çok çalışmaya daha fazla önem verdiklerinde güvenli bağlanmaya sahip olsalar da daha yüksek mutluluk düzeyine ulaşamamaktadır. Gelir arttığında, bireyler zamanlarını sadece sosyal ilişkiler geliştirmek için değil, kitap okumak, alışverişe çıkmak, egzersiz yapmak, yemek yapmak gibi kendileri için de kullanırlarsa yüksek mutluluğa sahip olabilmektedir. Başka bir deyişle, bireylerin gelirleri arttığında sadece başkalarıyla aktivite yaparak değil, bireysel olarak yapabileceği aktiviteler (günlük yazmak, film ya da dizi izlemek, müzik dinlemek, bisiklet sürmek vb.) ile de keyifli zaman geçirerek mutlu olabilmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE'DE İLİŞKİSEL MALLAR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Çalışmanın bu bölümünde, ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki Türkiye özelinde incelenecektir.

4.1. VERİ SETİ VE MODEL

Analizler kapsamında kullanılan ilk veri seti TÜİK 2015 yılı Yaşam Memnuniyeti Araştırması (YMA)'dır. 2003 yılından beri TÜİK tarafından düzenli olarak her yıl uygulanan YMA'da mutluluk düzeyi, temel yaşam alanlarındaki genel memnuniyet, kamu hizmetlerinden memnuniyet, genel yaşam memnuniyeti, sağlık, eğitim, gelir, güvenlik algısı, beklenti ve umut düzeyi, ülke sorunları gibi pek çok konu hakkında bilgiler yer almaktadır. Bu bilgiler, 18 ve daha üzeri yaştaki kişilerle yüz yüze görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. 2015 yılı YMA kapsamında ise 9397 kişi ile görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. 2003-2012 döneminde YMA'nın örneklem büyüklüğü, kırk-kent bazında tahminler olacak şekilde tasarlanmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğüne ilk olarak 2013 yılında iller eklenmiştir. 2014-2022 yılları arasında ise örneklem büyüklüğü Türkiye genelinde tahminler verecek şekilde dizayn edilmiştir.

Analizlerde kullanılan ikinci veri seti TÜİK 2014-2015 yılı Zaman Kullanım Araştırması (ZKA)'dır. İlk olarak TÜİK tarafından 2006 yılında yapılan Zaman Kullanım Araştırması'nın ikinci ve son uygulaması 2014-2015 yılında yapılmıştır. Gün boyunca bireylerin zamanlarını nasıl kullandıklarını araştıran 2014-2015 yılı ZKA'da, Türkiye genelinde 11440 hane ve 10 yaş ve üzerindeki toplam 25109 kişi ile görüşülmüştür. ZKA'da veriler, biri hafta içi ve diğeri hafta sonu olmak üzere iki günde yapılan tüm faaliyetleri 10'ar dakika arayla günlüklere kaydetme yöntemiyle toplanmıştır. 2006 yılından daha kapsamlı hazırlanan 2014-2015 anketine yaşlı bakımı ile ilgili sorular ile

birlikte günlük faaliyetlerin nerede yapıldığının bilinmesine yönelik sorular da eklenmiştir (TÜİK, 2016: 15-16).

Türkiye’de ilişkisel malların üretiminin/tüketiminin bireylerin beyan ettiği mutluluk düzeyini nasıl etkilediği aşağıdaki mikroekonometrik mutluluk modeli ile tahmin edilmiştir:

$$h_i = \alpha + \beta R_i + \theta X_i + \varepsilon_i \quad (4.1)$$

Modelde h_i , i bireyinin bildirdiği mutluluk düzeyini, R_i , ilişkisel malları, X_i , sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik faktörleri, ε_i , hata terimini göstermektedir. Bağımlı değişken olan mutluluk düzeyi, “1. Çok Mutlu, 2. Mutlu, 3. Orta, 4. Mutsuz, 5. Çok Mutsuz” biçiminde sıralı kategorilere sahip bir cevap değişkeni olduğu için analiz yöntemi olarak sıralı lojistik yöntemi kullanılmıştır. Model tahminleri STATA 16 paket programıyla yapılmıştır.

4.2. ÇALIŞMADA KULLANILAN DEĞİŞKENLERİN TANIMLANMASI

Analizlerde bağımlı değişken olarak mutluluk düzeyi kullanılmıştır. YMA anketinde mutluluk düzeyi, “Yaşamınızı bir bütün olarak düşündüğünüzde ne kadar mutlusunuz?” soru ile ölçülmüş ve bu sorunun cevapları “1. Çok Mutlu, 2. Mutlu, 3. Orta, 4. Mutsuz, 5. Çok Mutsuz” şeklinde kategorize edilmiştir.

Çalışmada yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, bildirilen sağlık düzeyi, gelir sıralaması, çalışma durumu değişkenleri mutluluğun sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik belirleyicileri olarak; aylık gelirden, sosyal hayattan ve ayrılan zamandan memnuniyet durumları ise temel yaşam alanlarında memnuniyeti ölçen değişkenler olarak mikroekonometrik mutluluk modeline eklenmiştir. Çalışmada kullanılan bu değişkenlere ait anket şıkları birer kukla değişkene çevrilerek analize uygun hale getirilmiştir.

YMA’da medeni durum değişkeni “1. Hiç Evlenmedi, 2. Evli, 3. Boşandı, 4. Eşi Öldü” biçiminde 4 seçenekli olarak gruplandırılmıştır. Çalışmada “Hiç evlenmedi”, “Boşandı” ve “Eşi Öldü” seçenekleri “Bekâr” olarak tek seçenekte birleştirilerek medeni durum değişkeni, “Bekâr” ve “Evli” olmak üzere ikili olarak kategorize edilmiştir.

YMA anketinde eğitim durumu, “En son hangi eğitim seviyesini tamamladınız?” sorusu ile ölçölmüş ve katılımcıların cevapları 11 farklı kategoride gruplandırılmıştır. Çalışmada ise eğitim durumu değişkeni, “İlkokul”, “Genel Ortaokul”, “Mesleki veya Teknik Ortaokul” ve “İlköğretim” kategorileri birleştirilerek “**İlköğretim**”; “Genel Lise” ve “Meslek veya Teknik Lise” kategorileri birleştirilerek “**Ortaöğretim**”; “2 veya 3 yıllık Yüksek Okul”, “4 Yıllık Yüksek Okul veya Fakölte”, “Yüksek Lisans” ve “Doktora” kategorileri birleştirilerek “**Yükseköğretim**” olmak üzere üç kategoride toplanmıştır.

YMA’da çalışma durumu, “Son bir hafta içinde ücretli ya da ücretsiz olarak bir işte çalıştınız mı?” sorusu ile 3 kategorili olarak sorulmaktadır (1. Çalıştı, 2. Çalışmadı Fakat İçi ile İlgisi Devam Ediyor, 3. Çalışmadı). Çalışmada 2. ve 3. kategoriler “Çalışmadı” olarak tek kategoride birleştirilmiştir. Böylece çalışma durum değişkeni, “Çalıştı” ve “Çalışmadı” olmak üzere iki kategorili olarak gruplandırılmıştır.

Temel yaşam alanlarındaki memnuniyeti ölçen sağlıktan, aylık gelirden, sosyal hayattan ve ayrılan zamandan memnuniyet durumu değişkenleri YMA anketinde, “1. Çok Memnun, 2. Memnun, 3. Orta, 4. Memnun Değil, 5. Hiç Memnun Değil” olacak şekilde ölçeklendirilmiştir. Çalışmada bu değişkenlerin 1. ve 2. kategorileri “Memnun” olarak ve 4. ve 5. kategorileri “Memnun Değil” olarak yeniden ölçeklendirilmiştir.

YMA’da nispi konumu araştırmak için katılımcılara, “Türkiye’de yaşayan insanların refah düzeyini “0” basamağı en düşük “10” basamağı en yüksek düzey olarak düşündüğünüzde, kendinizi hangi düzeyde göröyorsunuz?” sorusu 11 ölçekli olarak yöneltilmiştir. 1-11 arası ölçekte, 1., 2. ve 3. düzey “Gelir Sıralaması 1”, 4. ve 5. düzey

“Gelir Sıralaması 2’’, 6. ve 7. düzey “Gelir Sıralaması 3’’, 8. ve 9. düzey “Gelir Sıralaması 4” ve 10. ve 11. Düzey “Gelir Sıralaması 5” olarak beş kategoride toplanmıştır.

Literatürde ilişkisel mallar yerine vekil değişken olarak çeşitli göstergeler kullanılmıştır. İlişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisini araştıran çalışmalarda genel olarak kullanılan göstergeler üç başlık altında toplanabilir: (i) Toplumsal Katılım (Gönüllü Çalışma): Kâr amacı gütmeyen herhangi bir kuruluşa aktif¹⁹ ya da pasif üyelik; (ii) Kültürel ve Sosyal Etkinliklere Katılım (Sosyal Yaşam): Sanatsal, sportif ve eğlenceye yönelik etkinliklere (sinema, tiyatro, opera, konser, resim sergisi, kermes, fuar, festival, futbol maçı vb.) katılım ve (iii) Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman: Aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı vb. kişilerle birlikte vakit geçirmek için zaman ayırmak.

Literatüre takiben Türkiye’de ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişkiyi araştırmak için gönüllü çalışma değişkenleri olarak kâr amacı gütmeyen herhangi bir sendikaya ve siyasi partiye üyelik, okul aile birliği ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılım kullanılırken, sosyal yaşam değişkenleri olarak kermes, fuar, festival gibi etkinliklere katılım, doğa yürüyüşü yapmak, sportif faaliyet olarak futbol oynamak, tek başına dinlenmek ya da tatile çıkmak, eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak ve eş ile alışveriş yapmak kullanılmıştır.

ZKA anketinde katılımcılara kendilerini belirli bir toplumsal katılımın içinde tanımlamaları için “Kâr amacı gütmeyen herhangi bir sendikaya üye misiniz?” ve “Kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye üye misiniz?” soruları yöneltilmiş ve cevaplar “Evet” ve “Hayır” olarak gruplandırılmıştır. Çalışmada bu şıklar birer kukla değişkenine çevrilerek “Evet” cevabı sendikaya ve siyasi partiye üyelik değişkeni olarak mutluluk modeline eklenmiştir.

¹⁹ Aktif üyelik, gönüllü kuruluş ya da grupların faaliyetlerine düzenli katılımı ifade eder.

Okul aile birliği ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılım durumu ZKA anketinde, “Son dört hafta boyunca okul aile birliği için ücret almaksızın gönüllü olarak faaliyette bulundunuz mu?” ve “Son dört hafta boyunca mesleki dayanışma dernekleri için ücret almaksızın gönüllü olarak faaliyette bulundunuz mu?” soruları ile araştırılmış ve katılımcıların cevapları “Evet” ve “Hayır” biçiminde kategorize edilmiştir. Çalışmada her kategori için kukla değişken oluşturularak “Evet” kategorisi mutluluk modeline dahil edilmiştir.

ZKA’da, “Son dört hafta boyunca kermese, fuara, festivale vb. gittiniz mi?”, “Son dört hafta boyunca günü birlik turlara, doğa yürüyüşlerine katıldınız mı?” ve “Son dört hafta boyunca sportif faaliyet olarak futbol oynadınız mı?” soruları kapsamında katılımcıların sosyal etkinliklere ilgisi ölçülmüştür. Bu soruların cevap kategorileri (1. Evet ve 2. Hayır) kukla değişkene dönüştürülerek “Evet” kategorisi analizlere dahil edilmiştir.

ZKA anketinde katılımcıların biri hafta içi, diğeri ise hafta sonu olmak üzere iki gün içinde yaptıkları tüm faaliyetlerin neler olduğu sorgulanmıştır. Çalışmada tüm alternatif cevaplar için kukla değişken oluşturularak “Dinlenme ve Tatil” kategorisi boş zaman aktivitesi olan “Dinlenmek ve Tatile Çıkmak” değişkeni olarak tanımlanmıştır.

ZKA’da katılımcıların gün boyunca faaliyetleri gerçekleştirirken yanında kimin olduğu araştırılmıştır. Anketten katılımcıların hangi faaliyetleri kimlerle gerçekleştirdiği bilgisine ulaşabilmektedir. Çalışmada bu bilgiden yola çıkarak “Kaydetmiş olduğunuz faaliyetleri gerçekleştirirken eşiniz yanınızda mıydı?” sorusunun “Evet” cevabı ile “Ne yapıyordunuz?” sorusunun “Dinlenme ve Tatil” ve “Alışveriş” cevapları birleştirilerek “Eş ile Dinlenmek ve Tatile Çıkmak” ve “Eş ile Alışveriş Yapmak” olmak üzere iki yeni değişken oluşturulmuştur. Böylece bireylerin eşi ile yapmış oldukları faaliyetlerin mutluluk düzeylerini nasıl etkilediği araştırılmıştır.

4.3. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Tablo 4.1’de mutluluk modelinde yer alan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler gösterilmiştir. Tablo 4.1’deki bilgilere göre, katılımcıların ortalama mutluluk düzeyi 3,519 iken, yaş ortalaması 44’tür. Katılımcıların % 54’ü kadın, % 46’sı erkektir ve % 26’sı bekârdır. Eğitim durumu incelendiğinde, bir okul bitiremeyenlerin oranı % 16 iken, ilköğretim mezunlarının oranı % 49, ortaöğretim mezunlarının oranı % 19, yükseköğretim mezunlarının oranı ise % 16 olduğu görülmektedir. Sağlığından memnun olduğunu bildirenlerin oranı % 68, orta derecede memnun olduğunu bildirenlerin oranı % 18 ve memnun olmadığını bildirenlerin oranı ise % 14’tür. Gelir sıralaması en düşük olan katılımcıların oranı % 16 iken, gelir sıralaması en yüksek olan katılımcıların oranı ise % 4’tür. Çalışanlar % 44’lük bir kesimi oluştururken, çalışmayanlar % 56’lık bir kesimi oluşturmaktadır. Aylık gelirden memnun olanların oranı % 41, orta derecede memnun olanların oranı % 23, memnun olmayanların oranı ise % 36’dır. Sosyal hayattan memnun olduğunu bildirenlerin oranı % 45 iken, kendine ayrılan zamandan memnun olduğunu bildirenlerin oranı ise % 55’tir.

Dernek ve kuruluşların gönüllü faaliyetlerine katılım durumu incelendiğinde, mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılım oranı % 0,08, okul aile birliğinin gönüllü faaliyetlerine katılım oranı ise % 0,2 olduğu görülmektedir. Kermes, fuar ve festival gibi etkinliklere katılanların oranı % 4 iken, doğa yürüyüşü yapanların oranı % 2’dir. Katılımcıların % 3’ü sendikaya üye, % 5’i ise siyasi partiye üyedir. Tek başına dinlenen ve tatile çıkanların oranı % 3, eşi ile dinlenen ve tatile çıkanların oranı ise % 0,3’tür. Eşi ile alışveriş yaptığını bildirenlerin oranı % 0,2 iken, sportif faaliyet olarak futbol oynadığını bildirenlerin oranı % 5’tir.

Tablo 4.1: Tanımlayıcı İstatistikler (Türkiye Geneli)

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Min.	Max.
Mutluluk	3.519	0.850	1	5
Yaş	43.90	16.28	18	96
Yaşın Karesi	2,192	1,579	324	9,216
Erkek	0.465	0.499	0	1
Kadın	0.535	0.499	0	1
Bekâr	0.258	0.437	0	1
Evli	0.742	0.437	0	1
Bir Okul Bitiremeyenler	0.163	0.369	0	1
İlköğretim Mezunu	0.488	0.500	0	1
Ortaöğretim Mezunu	0.187	0.390	0	1
Yükseköğretim Mezunu	0.163	0.369	0	1
Sağlığından Memnun	0.676	0.468	0	1
Sağlığından Orta Memnun	0.181	0.385	0	1
Sağlığından Memnun Değil	0.142	0.349	0	1
Gelir Sıralaması 1	0.164	0.370	0	1
Gelir Sıralaması 2	0.339	0.473	0	1
Gelir Sıralaması 3	0.291	0.454	0	1
Gelir Sıralaması 4	0.161	0.368	0	1
Gelir Sıralaması 5	0.0444	0.206	0	1
Çalışanlar	0.444	0.497	0	1
Çalışmayanlar	0.556	0.497	0	1
Aylık Gelirinden Memnun	0.408	0.491	0	1
Aylık Gelirinden Orta Memnun	0.231	0.422	0	1
Aylık Gelirinden Memnun Değil	0.361	0.480	0	1
Sosyal Hayattan Memnun	0.450	0.498	0	1
Sosyal Hayattan Orta Memnun	0.228	0.420	0	1
Sosyal Hayattan Memnun Değil	0.321	0.467	0	1
Ayrılan Zamandan Memnun	0.550	0.498	0	1
Ayrılan Zamandan Orta Memnun	0.198	0.399	0	1
Ayrılan Zamandan Memnun Değil	0.252	0.434	0	1
Mesleki Derneklere Katılanlar	0.000797	0.0282	0	1
Mesleki Derneklere Katılmayanlar	0.999	0.0282	0	1
Okul Aile Birliğine Katılanlar	0.00203	0.0450	0	1
Okul Aile Birliğine Katılmayanlar	0.998	0.0450	0	1
Fuar ve Festivale Katılanlar	0.0352	0.184	0	1
Fuar ve Festivale Katılmayanlar	0.965	0.184	0	1
Doğa Yürüyüşü Yapanlar	0.0214	0.145	0	1
Doğa Yürüyüşü Yapmayanlar	0.979	0.145	0	1
Sendikaya Üye	0.0313	0.174	0	1
Sendikaya Üye Değil	0.969	0.174	0	1
Siyasi Partiye Üye	0.0543	0.227	0	1
Siyasi Partiye Üye Değil	0.946	0.227	0	1
Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar	0.0319	0.176	0	1
Eş ile Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar	0.00272	0.0521	0	1
Futbol Oynayanlar	0.0499	0.218	0	1
Eş ile Alışveriş Yapanlar	0.00204	0.0451	0	1

4.4. TÜRKİYE GENELİ ANALİZ SONUÇLARI

Türkiye geneli analiz sonuçları Tablo 4.2 ve Tablo 4.3'te sunulmuştur. Mutluluk ile ilişkisel mallar arasındaki ilişki değişkenlerin ayrı ayrı eklendiği dört model ile araştırılmıştır. İlk iki model, mutluluk literatüründe genel kabul görmüş sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik değişkenler dahil edilerek oluşturulmuştur. Literatürde ilişkisel mallar yerine vekil değişken olarak kullanılan gönüllü çalışma ve sosyal yaşam değişkenleri, mutluluk modeline ayrı ayrı eklenerek analiz edilmiştir. Bu nedenle ilişkisel malların net etkisini değerlendirebilmek için iki ayrı model (Model 3 ve Model 4) oluşturulmuştur.

Tablo 4.2 değerlendirildiğinde, sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik değişkenlerinin mutluluk literatüründeki sonuçlar doğrultusunda beklenen işaretlere sahip olduğu görülmektedir. Tablo 4.2 ve Tablo 4.3'te yer alan model 1 sadece yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışma durumu değişkenleri eklenerek oluşturulmuştur. Model 1'deki sonuçlara göre, kadınlar erkeklere kıyasla daha mutludur. Literatür doğrultusunda yaş ile mutluluk arasındaki U şeklindeki ilişkiyi gösterebilmek için yaş değişkeninin karesi mutluluk modeline ilave edilmiştir. U şeklindeki ilişki, orta yaştaki bireylerin en mutsuz kişiler olduğunu göstermektedir. Blanchflower (2021)'a göre orta yaş grubundaki bireylerin genç ve yaşlı bireylere göre daha mutsuz olması, yaşamın ortasında gerçekleştirilmesi zor olan isteklerin bastırılması, ebeveynlik, iş gibi birden fazla sorumluluk üstlenilmesi ve bu yaş döneminde işsizlik, boşanma ve intihar oranlarının yüksek olması ile ilişkilidir. Medeni durum ve çalışma durumu değişkenlerinin katsayıları literatüre uyumlu olarak pozitifdir. Buna göre evliler, bekârlara kıyasla ve bir işte çalışanlar, çalışmayanlara kıyasla daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Frey ve Stutzer (2002)'e göre mutlu bir evliliğe sahip olan bireyler iş, eğitim gibi yaşamın diğer alanlarında yaşayabilecekleri olumsuzluklardan kolayca uzaklaştıkları ve

dolayısıyla depresyon gibi psikolojik rahatsızlık yaşama olasılıkları düşük olduğu için bekârlara kıyasla daha mutludur. Bell ve Blanchflower (2019) çalışmalarında, düzenli bir işte çalışan bireylerin yaşam standartları ve sağlık düzeyleri daha yüksek ve sosyal ilişkileri daha iyi olduğu için işsiz veya yarı zamanlı çalışanlara göre daha mutlu olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4.2’de gösterilen tüm modeller arasında sadece model 1’de eğitim durumu ve mutluluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Analizlere bireylerin gelir düzeyine göre nispi konumlarının nasıl olduğunu gösteren gelir sıralaması eklendiğinde, eğitim durumu değişkenleri pozitif katsayılara sahip değildir. Bu sonuç, Eren ve Aşıcı (2018)’nın belirttiği gibi, insanların mutluluğunu arttıran faktörün daha yüksek eğitim düzeyi olmaktan çok bu eğitim düzeyinin bireylere kazandırdığı ek gelir ya da statü olmasından kaynaklanmaktadır. Becchetti ve diğerleri (2011)’ne göre bireyler için eğitimin getirisi, sadece eğitim düzeyinin sağladığı beşerî sermaye birikiminin gelire olan katkısıdır. Patria (2022)’a göre ise bireyler genellikle eğitim düzeylerine uygun iş bulamadıkları için iyi bir eğitim geçmişi mutluluk kaynağı olmayabilir.

Tablo 4.2’de sunulan model 2, model 1’deki değişkenlere ek olarak gelir sıralaması değişkenleri ve temel yaşam alanlarındaki memnuniyeti ölçen değişkenler ilave edilerek oluşturulmuştur. Model 2’deki bulgulara göre, bildirilen sağlık durumu ile mutluluk arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Frey (2018) çalışmasında, temel yaşam alanları değerlendirildiğinde sağlıktan duyulan memnuniyetin anketlerde en yüksek skora sahip olan değişken olduğunu vurgulamıştır. Bu doğrultuda bireyin kendi sağlığından duyduğu memnuniyet önemli mutluluk kaynakları arasında yer aldığı söylenebilir. Model 2’deki bulgular memnuniyet değişkenleri için incelendiğinde, aylık gelir düzeyinden, sosyal hayatından ve kendine ayırdığı zamandan memnun olan bireylerin memnun olmayanlara göre daha mutlu olduğu görülmektedir. Gelir düzeyinden memnun olan bireyler genel olarak yaşam standartları yüksek olduğundan istedikleri mal ve hizmeti

tüketme imkanına sahiptir. Refah düzeyi yüksek olan bu bireylerin, aylık gelirinden memnun olmayan bireylere göre daha mutlu bir hayat yaşadıkları anlaşılmaktadır. Kendine zaman ayıran bireyler ise aile ve iş hayatının yoğunluğu ve baskısından uzaklaşarak bedensel ve ruhsal olarak iyi hissettiklerinden mutlu olabilirler. Sosyal hayatından memnun olan bireyler eğlence, kültürel ve sportif faaliyetlerde bulunarak bireysel ve toplumsal ilişkilerini geliştirdikleri için kendilerini daha mutlu hissetmektedirler. Model 2'deki nispi gelir konumunu belirten gelir sıralaması değişkenlerinden “Gelir Sıralaması 3” değişkeni referans kategori olarak seçilmiştir. Buna göre referans kategoriye kıyasla yüksek düzeyde sıralama bildirenler daha fazla mutlu iken, düşük düzeyde sıralama bildirenler daha az mutludur.

Zaman Kullanım Araştırması'nda katılımcılara, likert ölçeğine uygun olarak hazırlanan gönüllü çalışma ve sosyal yaşam ile ilgili birçok soru yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen yanıtlar birer kukla değişkenine dönüştürülerek ilişkisel mallara gösterge olarak mutluluk modeline eklenmiştir. Ancak birçoğu istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. Anlamlı bulunan değişkenlerden gönüllü çalışma olarak tanımlanan sendikaya ve siyasi partiye üyelik, okul aile birliği ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılım değişkenleri Tablo 4.2'deki model 3'e eklenmiştir. Model 3'teki bulgulara bakıldığında, bu değişkenlerin katsayıları literatüre uyumlu olarak pozitif olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye ve sendikaya üye olan bireyler, üye olmayan bireylere kıyasla daha mutludur. Okul aile birliği ve mesleki dayanışma dernekleri için ücret almaksızın gönüllü faaliyette bulunan bireyler, bu faaliyetlere katılmayan bireylere göre daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Musick ve Wilson (2003)'a göre, birlikte gönüllü çalışma yapan bireyler gönüllülük vasıtasıyla sosyalleşerek soyutlanma ve yalnızlık gibi olumsuz duygulardan uzaklaşırlar ve böylece sosyal olarak kendilerini daha iyi hisseden gönüllüler, gönüllü çalışma yapmayanlara göre daha mutludurlar.

Tablo 4.2'deki model 4'e ise son olarak sosyal yaşam değişkenleri eklenmiştir. Sosyal yaşam değişkenlerinin tahmin sonuçları incelendiğinde, doğa yürüyüşü yapmak ve dinlenmek ya da tatile çıkmak değişkenlerinin beklenenden farklı olarak negatif katsayılara sahip olduğu görülmektedir. Bu değişkenlerin katsayısının negatif bulunmasının nedeni, başkalarıyla vakit geçirmeden tek olarak doğa yürüyüşü yapılması ve dinlenilmesi ya da tatile çıkılması olabilir. Uhlaner (1989), ilişkisel malların üretilebilmesi için kişiler arasında karşılıklı iletişimin gerekli olduğunu belirtmiştir. Uhlaner (1989) göre ilişkisel mallar, ekonomik işlemleri esnasında ajanlar tarafından ortak olarak üretilen ve birlikte tüketilen değerlerdir. Bu bağlamda tek başına doğa yürüyüşü yapan ve dinlenen ya da tatile çıkan bireyler başkalarıyla iletişime geçerek ortak değerler paylaşmadıkları için bu aktiviteleri yapmayanlara göre daha mutsuz olabilirler. Model 4'teki diğer sosyal yaşam değişkenlerinin katsayıları teorik beklentiye uygun olarak pozitifdir. Bireyler tek başına dinlendiklerinde ya da tatile çıktıklarında mutsuz iken, eşleri ile dinlendiklerinde ya da tatile çıktıklarında mutlu oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca eşi ile alışveriş yapanların, kermes, fuar ve festival gibi etkinliklere katılanların ve sportif faaliyet olarak futbol oynayanların diğerlerine kıyasla daha mutlu olduğu görülmektedir. Bu bulgular, sosyal ve kültürel etkinliklere katılıp sosyalleşen bireylerin başkalarıyla birlikte keyifli vakit geçirerek yüksek mutluluğa sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.2: Türkiye Geneli Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Model 1	(2) Model 2	(3) Model 3	(4) Model 4
Yaş	-0.107*** (0.00752)	-0.0703*** (0.00775)	-0.0805*** (0.00827)	-0.0810*** (0.00770)
Yaşın Karesi	0.00104*** (7.80e-05)	0.000666*** (8.02e-05)	0.000707*** (8.57e-05)	0.000716*** (7.99e-05)
Kadın	0.355*** (0.0456)	0.447*** (0.0473)	0.411*** (0.0506)	0.377*** (0.0470)
Evli	0.871*** (0.0516)	0.920*** (0.0532)	0.935*** (0.0572)	0.947*** (0.0530)

İlköğretim Mezunu	0.108*	-0.205***	-0.174**	-0.149**
	(0.0619)	(0.0644)	(0.0694)	(0.0641)
Ortaöğretim Mezunu	0.195***	-0.324***	-0.272***	-0.246***
	(0.0749)	(0.0783)	(0.0845)	(0.0779)
Yükseköğretim Mezunu	0.384***	-0.290***	-0.239***	-0.210**
	(0.0777)	(0.0822)	(0.0886)	(0.0818)
Çalışanlar	0.152***	0.142***	0.222***	0.197***
	(0.0480)	(0.0504)	(0.0541)	(0.0502)
Gelir Sıralaması 1		-0.588***	-0.681***	-0.652***
		(0.0658)	(0.0708)	(0.0655)
Gelir Sıralaması 2		-0.154***	-0.210***	-0.185***
		(0.0513)	(0.0549)	(0.0511)
Gelir Sıralaması 4		0.434***	0.396***	0.421***
		(0.0646)	(0.0694)	(0.0644)
Gelir Sıralaması 5		0.918***	0.860***	0.902***
		(0.110)	(0.118)	(0.110)
Aylık Gelirinden Memnun		0.844***	0.940***	0.906***
		(0.0538)	(0.0575)	(0.0535)
Aylık Gelirinden Orta Memnun		0.368***	0.436***	0.413***
		(0.0555)	(0.0592)	(0.0551)
Sosyal Hayattan Memnun		0.609***	0.628***	0.666***
		(0.0597)	(0.0641)	(0.0594)
Sosyal Hayattan Orta Memnun		0.351***	0.392***	0.375***
		(0.0619)	(0.0664)	(0.0616)
Ayrılan Zamandan Memnun		0.596***	0.726***	0.646***
		(0.0604)	(0.0650)	(0.0600)
Ayrılan Zamandan Orta Memnun		0.357***	0.368***	0.371***
		(0.0670)	(0.0720)	(0.0668)
Sendikaya Üye			0.191*	
			(0.114)	
Siyasi Partiye Üye			0.213**	
			(0.0874)	
Okul Aile Birliğine Katılanlar			0.607*	
			(0.366)	
Mesleki Derneklere Katılanlar			0.956*	
			(0.550)	
Sağlığından Memnun		1.006***		
		(0.0640)		
Sağlığından Orta Memnun		0.480***		
		(0.0713)		
Doğa Yürüyüşü Yapanlar				-0.239*
				(0.125)
Fuar ve Festivale Katılanlar				0.175*
				(0.101)
Futbol Oynayanlar				0.157*
				(0.0906)
Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar				-0.204*
				(0.117)
Eş ile Dinlenenler ve Tatil Çıkanlar				0.591*
				(0.331)

Eş ile Alışveriş Yapanlar				0.590* (0.325)
Eşik1	-5.150*** (0.176)	-3.227*** (0.200)	-4.101*** (0.207)	-4.125*** (0.192)
Eşik2	-3.541*** (0.166)	-1.471*** (0.192)	-2.369*** (0.197)	-2.405*** (0.183)
Eşik3	-1.649*** (0.162)	0.749*** (0.191)	-0.177 (0.194)	-0.236 (0.180)
Eşik4	1.134*** (0.162)	3.935*** (0.195)	2.973*** (0.198)	2.904*** (0.184)
Gözlem	9,397	9,397	8,097	9,389
Pseudo R-kare	0.0185	0.112	0.103	0.100
LR Ki-kare	421.2	2558	2034	2292
Prob > Ki-kare	0	0	0	0

Not= Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 4.3'te değişkenlerin fark oranları (odds ratio)²⁰ yer almaktadır. Model 1'de cinsiyet değişkeninin fark oranı 1,426 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre, kadınların erkeklere kıyasla yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,426 kat daha fazladır. Frey ve Stutzer (2002)'e göre kadınların daha mutlu olmasının nedeni, erkeklerle karşılaştırıldığında duygularını daha yoğun yaşadıklarından anketlerde “çok mutlu” olduklarını bildirme olasılıklarının yüksek olmasıdır. Montgomery (2022)'e göre ise kadınlar yüksek bir empati yeteneğine sahip olduğundan başkaları ile olan iletişimleri daha iyidir ve bu iletişim yeteneği erkeklere göre daha mutlu olmalarını sağlar. Model 1'deki fark oranına göre evliler, bekarlara oranla 2,390 kat daha mutludur. Çalışma durumu değişkeninin fark oranı 1,164 bulunmuştur. Bu doğrultuda bir işte çalışanlar, çalışmayanlara kıyasla 1,164 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Eğitim durumu değerlendirildiğinde, bir okul bitiremeyenlere göre ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim düzeylerinde eğitimi tamamlayanların yüksek düzeyde mutlu olma

²⁰ Sıralı logit modelde tahmin edilen regresyon katsayıları doğrudan yorumlanamadığından fark oranı değerleri elde edilerek yorumlar yapılacaktır.

olasılıkları sırasıyla 1,114, 1,215 ve 1,468 kat daha fazla olduğu ifade edilebilir. Eğitim düzeyi arttıkça bireylerin daha mutlu olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.3'te yer alan model 2'de mutluluk düzeyine en yüksek katkı yapan değişken sağlıktır. Hesaplanan fark oranına göre, sağlığından memnun ve orta derecede memnun olanlar, memnun olmayanlara kıyasla yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 2,734 ve 1,616 kat daha fazladır. Bireylerin gelir düzeyi açısından kendini kıyasladıkları gelir sıralaması değişkeninin referans kategorisine göre daha yüksek sıralama bildirenlerin yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları 1.544 ve 2,504 kat daha fazla iken, daha düşük sıralama bildirenlerin yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları 0,556 ve 0,857 kat daha azdır. Buna göre kişinin kendi durumunu karşılaştırdığı referans noktasından daha iyi durumda ise mutluluğunu olumlu etkilediği, tersi ise mutluluğunu olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Bireylerin aylık gelir düzeyinden memnuniyet durumları incelendiğinde, aylık gelir düzeyinden memnun ve orta derecede memnun olanlar, memnun olmayanlara oranla sırasıyla 2,325 ve 1,445 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Model 2'de sağlık değişkeninden sonra mutluluğu en yüksek katkı yapan değişkenlerin aylık gelir düzeyinden memnun olmak ve yüksek gelir konumu bildirmek olduğu görülmektedir. Model 2'deki fark oranlarına göre, sosyal hayatından memnun ve orta düzeyde memnun olan bireyler, memnun olmayan bireylere oranla sırasıyla 1,839 ve 1,421 kat daha mutludur. Ayrıca kendine ayırdığı zamandan memnun ve orta düzeyde memnun olan bireylerin memnun olmayan bireylere göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,815 ve 1,429 kat daha fazladır. Bireyin kendine ayırdığı zamandan ve sosyal hayatından memnuniyet düzeyi arttığında mutluluk düzeyinin de artacağı anlaşılmaktadır.

Model 3'te sendika ve siyasi partiye üye değişkenleri için fark oranları sırasıyla 1,211 ve 1,238'dir. Kâr amacı gütmeyen herhangi bir sendikaya ve siyasi partiye üye olan bireyler, üye olmayan bireylere oranla sırasıyla 1,211 ve 1,238 kat daha fazla mutludur.

Okul aile birliğinin ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılan bireyler, katılmayanlara kıyasla yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,834 ve 2,602 kat daha fazladır. Model 3’te mutluluğa en yüksek katkı yapan değişken mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılmaktır. Karşılık beklemeksizin birlikte gönüllü çalışma yapanlar, yüksek nispi konum bildiren ve aylık gelir düzeyinden memnun olan bireyler ile eşdeğer düzeyde mutlu oldukları görölmektedir. Bu bağlamda ilişkisel malların mutluluk modelinde önemli belirleyiciler arasında yer aldığı ifade edilebilir.

Model 4’te sunulan sosyal yaşam değişkenlerinin fark oranları doğrultusunda, kermes, fuar ve festival gibi etkinliklere katılan bireylerin, bu tür etkinliklere katılmayan bireylere göre 1,191 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahip olduğu söylenebilir. Sportif faaliyet olarak futbol oynayanlar, bu faaliyete katılmayanlara kıyasla 1,169 kat daha fazla mutlu olduğu görölmektedir. Ayrıca eşi ile dinlenenler ya da tatile çıkanlar ve eşi ile alışveriş yapanlar, bu boş zaman etkinliklerini eşi ile yapmayanlara oranla yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,806 ve 1,804 kat daha fazla olduğu belirlenmiştir. Model 4’te mutluluğu olumlu etkileyen en yüksek faktör evliliğdir. Bruni ve diğerleri (2019) evliliği, iki kişi arasındaki “romantik ilişki” sonucunda yapılan bir yaşam tercihi olarak değerlendirmişlerdir. Bu açıdan evliliği, kişisel ilişkiler içinde ortaya çıkan en önemli ilişkisel mallardan biri olarak görmüşlerdir. Aslında evlilik, bireylerin yaşamlarını birlikte geçirmek üzere oluşturdukları bir ilişki biçimidir. Evlilik ilişkisi, Uhlaner (1989)’in ilişkisel mal olarak örneklendirdiği başkası tarafından kabul edilme arzusu, bir kimliği sürdürme isteği, beğenilme gibi duygusal gereksinimleri karşıladığı için ilişkisel mallar içinde sınıflandırılabilir. Medeni durum değişkeni ilişkisel mal olarak değerlendirildiğinde, Tablo 4.3’teki tüm modellerde mutluluğa en yüksek katkı yapan faktörün ilişkisel mal olduğu görölmektedir. Bu anlamda ilişkisel malları üreten/tüketen kişilerin en yüksek mutluluk düzeyine sahip olabilecekleri ifade edilebilir.

Tablo 4.3: Türkiye Geneli Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Model 1	(2) Model 2	(3) Model 3	(4) Model 4
Yaş	0.899*** (0.00676)	0.932*** (0.00722)	0.923*** (0.00763)	0.922*** (0.00710)
Yaşın Karesi	1.001*** (7.81e-05)	1.001*** (8.02e-05)	1.001*** (8.58e-05)	1.001*** (8.00e-05)
Kadın	1.426*** (0.0650)	1.564*** (0.0740)	1.508*** (0.0763)	1.458*** (0.0685)
Evli	2.390*** (0.123)	2.508*** (0.133)	2.548*** (0.146)	2.577*** (0.137)
İlköğretim Mezunu	1.114* (0.0689)	0.815*** (0.0525)	0.840** (0.0583)	0.861** (0.0552)
Ortaöğretim Mezunu	1.215*** (0.0910)	0.723*** (0.0567)	0.762*** (0.0644)	0.782*** (0.0610)
Yükseköğretim Mezunu	1.468*** (0.114)	0.748*** (0.0615)	0.787*** (0.0698)	0.810** (0.0663)
Çalışanlar	1.164*** (0.0558)	1.152*** (0.0581)	1.249*** (0.0676)	1.218*** (0.0612)
Gelir Sıralaması 1		0.556*** (0.0366)	0.506*** (0.0358)	0.521*** (0.0341)
Gelir Sıralaması 2		0.857*** (0.0440)	0.811*** (0.0445)	0.831*** (0.0425)
Gelir Sıralaması 4		1.544*** (0.0997)	1.485*** (0.103)	1.523*** (0.0980)
Gelir Sıralaması 5		2.504*** (0.275)	2.363*** (0.279)	2.465*** (0.270)
Aylık Gelirinden Memnun		2.325*** (0.125)	2.560*** (0.147)	2.474*** (0.132)
Aylık Gelirinden Orta Memnun		1.445*** (0.0802)	1.546*** (0.0916)	1.512*** (0.0833)
Sosyal Hayattan Memnun		1.839*** (0.110)	1.873*** (0.120)	1.947*** (0.116)
Sosyal Hayattan Orta Memnun		1.421*** (0.0880)	1.480*** (0.0982)	1.455*** (0.0897)
Ayrılan Zamandan Memnun		1.815*** (0.110)	2.067*** (0.134)	1.907*** (0.114)
Ayrılan Zamandan Orta Memnun		1.429*** (0.0957)	1.444*** (0.104)	1.448*** (0.0968)
Sendikaya Üye			1.211* (0.138)	
Siyasi Partiye Üye			1.238** (0.108)	
Okul Aile Birliğine Katılanlar			1.834* (0.671)	
Mesleki Derneklere Katılanlar			2.602* (1.431)	
Sağlığından Memnun		2.734*** (0.175)		
Sağlığından Orta Memnun		1.616***		

		(0.115)		
Doğa Yürüyüşü Yapanlar				0.787*
				(0.0986)
Fuar ve Festivale Katılanlar				1.191*
				(0.120)
Futbol Oynayanlar				1.169*
				(0.106)
Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar				0.816*
				(0.0957)
Eş ile Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar				1.806*
				(0.597)
Eş ile Alışveriş Yapanlar				1.804*
				(0.587)
Eşik1	0.00580***	0.0397***	0.0166***	0.0162***
	(0.00102)	(0.00794)	(0.00343)	(0.00311)
Eşik2	0.0290***	0.230***	0.0936***	0.0903***
	(0.00480)	(0.0440)	(0.0184)	(0.0165)
Eşik3	0.192***	2.115***	0.838	0.790
	(0.0311)	(0.404)	(0.163)	(0.142)
Eşik4	3.109***	51.16***	19.54***	18.25***
	(0.505)	(9.999)	(3.874)	(3.355)
Gözlem	9,397	9,397	8,097	9,389
Pseudo R-kare	0.0185	0.112	0.103	0.100
LR Ki-kare	421.2	2558	2034	2292
Prob > Ki-kare	0	0	0	0

Not= Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Bireyler cinsiyetleri, çalışma durumları ve medeni durumlarına göre farklı düzeylere ilişkisel mallar üretilip tüketmektedirler. Bu nedenle ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki bu değişkenler için ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Tablo 4.4'te gönüllü çalışma değişkenleri için alt grup sonuçları rapor edilmiştir. Sonuçlara göre, kadınlar için sadece okul aile birliğinin gönüllü faaliyetlerine katılmak anlamlıdır. Kadınlarda okul aile birliği için ücret almaksızın gönüllü faaliyette bulunmak mutluluğu olumlu yönde etkilemektedir. Erkekler için sendikaya üyelik ve okul aile birliğinin gönüllü faaliyetlerine katılım değişkenleri anlamsız bulunmuştur. Ancak erkeklerde siyasi partiye üyelik ve mesleki dayanışma dernekleri için ücret almaksızın gönüllü olarak faaliyette bulunmak mutluluğu anlamlı ve pozitif olarak etkilemektedir. Evliler için de sadece okul aile birliğinin gönüllü faaliyetlerine katılmak mutluluk

modelinde anlamlı değildir. Evliler için diğer gönüllü çalışma değişkenlerinin katsayıları literatüre uyumlu olarak pozitif ve anlamlı bulunmuştur. Bekârlar ise sadece okul aile birliğinin gönüllü faaliyetlerine katıldıklarında mutlu olabilmektedir. Bekârlar için diğer gönüllü çalışma faaliyetlerine katılmak anlamlı değildir. Bir işte çalışanlar için de sadece kâr amacı gütmeyen bir siyasi partiye üye olmak ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılmak anlamlıdır. Bu tür gönüllü çalışmalar, çalışanların mutluluğunu pozitif yönde etkilemektedir.



Tablo 4.4: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Gönüllü Çalışma Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Çalışıyor	(4) Çalışmıyor	(5) Evli	(6) Bekâr
Yaş	-0.0749*** (0.0108)	-0.0961*** (0.0133)	-0.0978*** (0.0174)	-0.0729*** (0.0101)	-0.0775*** (0.0112)	-0.0869*** (0.0126)
Yaşın Karesi	0.000633*** (0.000113)	0.000874*** (0.000136)	0.000867*** (0.000199)	0.000645*** (0.000102)	0.000641*** (0.000116)	0.000789*** (0.000131)
Evli	0.786*** (0.0763)	1.101*** (0.0970)	1.024*** (0.0912)	0.873*** (0.0745)		
İlköğretim Mezunu	-0.158* (0.0834)	-0.139 (0.137)	-0.234 (0.158)	-0.126 (0.0794)	-0.165** (0.0791)	-0.217 (0.148)
Ortaöğretim Mezunu	-0.254** (0.111)	-0.239 (0.152)	-0.347** (0.170)	-0.191* (0.107)	-0.287*** (0.0995)	-0.270 (0.167)
Yükseköğretim Mezunu	-0.347*** (0.118)	-0.0717 (0.157)	-0.230 (0.169)	-0.256** (0.126)	-0.211** (0.105)	-0.330* (0.173)
Çalışınlar	0.0696 (0.0768)	0.367*** (0.0829)			0.160** (0.0657)	0.274*** (0.102)
Gelir Sıralama 1	-0.560*** (0.0969)	-0.827*** (0.104)	-0.762*** (0.110)	-0.601*** (0.0934)	-0.734*** (0.0829)	-0.607*** (0.138)
Gelir Sıralama 2	-0.188** (0.0748)	-0.244*** (0.0812)	-0.218*** (0.0830)	-0.196*** (0.0738)	-0.187*** (0.0632)	-0.280** (0.112)
Gelir Sıralama 4	0.465*** (0.0983)	0.317*** (0.0986)	0.399*** (0.0960)	0.397*** (0.101)	0.437*** (0.0810)	0.273** (0.136)
Gelir Sıralama 5	0.843*** (0.160)	0.846*** (0.175)	1.000*** (0.170)	0.717*** (0.165)	0.932*** (0.140)	0.603*** (0.224)
Aylık Gelirinden Memnun	0.973*** (0.0797)	0.902*** (0.0838)	0.817*** (0.0859)	1.036*** (0.0783)	1.008*** (0.0675)	0.759*** (0.111)
Aylık Gelirinden Orta Memnun	0.392*** (0.0808)	0.481*** (0.0876)	0.410*** (0.0890)	0.434*** (0.0801)	0.434*** (0.0687)	0.423*** (0.118)
Sosyal Hayattan Memnun	0.722*** (0.0870)	0.543*** (0.0958)	0.450*** (0.0978)	0.771*** (0.0854)	0.573*** (0.0745)	0.819*** (0.127)
Sosyal Hayattan Orta Memnun	0.352*** (0.0890)	0.437*** (0.100)	0.246** (0.101)	0.494*** (0.0883)	0.304*** (0.0769)	0.649*** (0.132)

Ayrılan Zamandan Memnun	0.706*** (0.0885)	0.748*** (0.0962)	0.789*** (0.0949)	0.684*** (0.0909)	0.733*** (0.0749)	0.748*** (0.133)
Ayrılan Zamandan Orta Memnun	0.361*** (0.0975)	0.358*** (0.108)	0.531*** (0.102)	0.237** (0.103)	0.382*** (0.0831)	0.354** (0.147)
Sendikaya Üye	0.223 (0.158)	0.129 (0.165)	0.209 (0.170)	0.172 (0.154)	0.221* (0.133)	0.0928 (0.220)
Siyasi Partiye Üye	0.155 (0.119)	0.296** (0.130)	0.294** (0.131)	0.146 (0.118)	0.221** (0.100)	0.214 (0.178)
Okul Aile Birliğine Katılanlar	1.374** (0.589)	0.188 (0.461)	0.628 (0.554)	0.606 (0.489)	0.454 (0.394)	1.722* (0.960)
Mesleki Derneklere Katılanlar	0.646 (0.913)	1.171* (0.697)	1.447* (0.832)	0.519 (0.758)	1.097* (0.614)	0.273 (1.236)
Kadın			0.236*** (0.0735)	0.578*** (0.0708)	0.306*** (0.0629)	0.588*** (0.0957)
Eşik1	-4.396*** (0.273)	-4.366*** (0.315)	-4.765*** (0.382)	-3.805*** (0.268)	-5.035*** (0.291)	-4.263*** (0.351)
Eşik2	-2.794*** (0.258)	-2.490*** (0.299)	-3.207*** (0.370)	-1.934*** (0.253)	-3.447*** (0.281)	-2.235*** (0.330)
Eşik3	-0.622** (0.254)	-0.266 (0.295)	-0.888** (0.365)	0.175 (0.251)	-1.192*** (0.277)	-0.174 (0.326)
Eşik4	2.601*** (0.258)	2.816*** (0.301)	2.099*** (0.368)	3.482*** (0.257)	1.948*** (0.278)	3.056*** (0.337)
Gözlem	4,338	3,759	3,608	4,489	6,037	2,060
Pseudo R-kare	0.106	0.102	0.0952	0.114	0.100	0.102
LR Ki-kre	1099	945.2	833.5	1237	1447	527
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 4.5’te alt gruplara göre gönüllü çalışma değişkenlerinin fark oranları yer almaktadır. Kadınlar için okul aile birliğinin gönüllü faaliyetlerine katılmak değişkeninin fark oranı 3,951 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre, okul aile birliği için ücret almaksızın gönüllü olarak faaliyette bulunan kadınlar, bu faaliyete katılmayan kadınlara göre 3,951 kat daha fazla mutludur. Erkekler için ise siyasi partiye üyelik ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılmak değişkenlerinin fark oranları sırasıyla 1,344 ve 3,225 olarak tespit edilmiştir. Bu doğrultuda kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye üye olan ve mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılan erkekler, bu tür gönüllü çalışmalara katılmayan erkeklere oranla sırasıyla 1,344 ve 3,225 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Gönüllü çalışma değişkenleri arasında erkeklerin mutluluğuna en yüksek katkı yapan faktörün mesleki dayanışma derneklerinin gönüllü faaliyetlerine katılmak olduğu görülmektedir. Erkekler sosyal çevre edinerek işe girmeyi kolaylaştırdığını düşündükleri için diğer gönüllü kuruluşlara kıyasla mesleki derneklerin gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılabilirler. Bu nedenle erkekler bu tür derneklerde gönüllü olarak faaliyette bulunduklarında yüksek mutluluk düzeyine ulaşabilmektedir. Evliler için sonuçlar değerlendirildiğinde, kâr amacı gütmeyen herhangi bir sendikaya ve siyasi partiye üye olan evliler, üye olmayan evlilere kıyasla yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,247 ve 1,248 kat daha fazla olduğu ifade edilebilir. Ayrıca mesleki dayanışma derneklerin gönüllü faaliyetlerine katılan evliler, bu faaliyetlere katılmayan evlilere göre 2,994 kat daha fazla mutlu olduğu görülmektedir. Bekârlar için sonuçlar değerlendirildiğinde ise okul aile birliği için gönüllü olarak faaliyette bulunan bekârlar, bu tür faaliyetlere katılmayan bekârlara göre 5,596 kat daha fazla mutlu olduğu ifade edilebilir. Bir işte çalışanlar için siyasi partiye üyelik ve mesleki dayanışma derneklerin gönüllü faaliyetlerine katılmak değişkenlerinin fark oranları sırasıyla 1,342 ve 4,252 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre, kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye üye olan ve mesleki dayanışma derneklerinin

gönüllü faaliyetlerine katılan çalışanlar, bu tür gönüllü çalışmalara katılmayan çalışanlara oranla sırasıyla 1,342 ve 4,252 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Bir işte çalışanlar için mutluluğu olumlu etkileyen en yüksek faktör, mesleki dayanışma derneklerin gönüllü faaliyetlerine katılmaktır. Bu sonuç, çalışanlar kariyerlerine faydası olması ve kendilerini geliştirmek için tabipler odası, mimarlar odası gibi mesleki dernekler için aktif olarak gönüllü faaliyette bulunmasıyla ilişkili olabilir.



Tablo 4.5: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Gönüllü Çalışma Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Çalışıyor	(4) Çalışmıyor	(5) Evli	(6) Bekâr
Yaş	0.928*** (0.0101)	0.908*** (0.0121)	0.907*** (0.0157)	0.930*** (0.00935)	0.925*** (0.0104)	0.917*** (0.0115)
Yaşın Karesi	1.001*** (0.000113)	1.001*** (0.000137)	1.001*** (0.000199)	1.001*** (0.000102)	1.001*** (0.000116)	1.001*** (0.000131)
Evli	2.195*** (0.167)	3.007*** (0.292)	2.784*** (0.254)	2.394*** (0.178)		
İlköğretim Mezunu	0.854* (0.0712)	0.870 (0.119)	0.792 (0.125)	0.882 (0.0700)	0.848** (0.0670)	0.805 (0.119)
Ortaöğretim Mezunu	0.776** (0.0859)	0.787 (0.120)	0.707** (0.120)	0.826* (0.0883)	0.750*** (0.0747)	0.763 (0.128)
Yükseköğretim Mezunu	0.707*** (0.0836)	0.931 (0.147)	0.794 (0.134)	0.774** (0.0973)	0.810** (0.0848)	0.719* (0.125)
Çalışanlar	1.072 (0.0824)	1.444*** (0.120)			1.173** (0.0771)	1.315*** (0.134)
Gelir Sıralama 1	0.571*** (0.0554)	0.438*** (0.0456)	0.467*** (0.0512)	0.548*** (0.0512)	0.480*** (0.0398)	0.545*** (0.0752)
Gelir Sıralama 2	0.829** (0.0620)	0.783*** (0.0636)	0.804*** (0.0667)	0.822*** (0.0607)	0.829*** (0.0524)	0.755** (0.0843)
Gelir Sıralama 4	1.592*** (0.157)	1.373*** (0.135)	1.491*** (0.143)	1.487*** (0.151)	1.548*** (0.125)	1.314** (0.178)
Gelir Sıralama 5	2.322*** (0.373)	2.330*** (0.409)	2.718*** (0.463)	2.049*** (0.338)	2.541*** (0.355)	1.828*** (0.409)
Aylık Gelirinden Memnun	2.645*** (0.211)	2.466*** (0.207)	2.264*** (0.195)	2.817*** (0.221)	2.741*** (0.185)	2.136*** (0.237)
Aylık Gelirinden Orta Memnun	1.480*** (0.120)	1.617*** (0.142)	1.507*** (0.134)	1.544*** (0.124)	1.544*** (0.106)	1.526*** (0.180)
Sosyal Hayattan Memnun	2.058*** (0.179)	1.721*** (0.165)	1.569*** (0.153)	2.162*** (0.185)	1.773*** (0.132)	2.269*** (0.288)
Sosyal Hayattan Orta Memnun	1.421*** (0.126)	1.548*** (0.155)	1.279** (0.129)	1.638*** (0.145)	1.356*** (0.104)	1.913*** (0.253)

Ayrılan Zamandan Memnun	2.025*** (0.179)	2.114*** (0.203)	2.201*** (0.209)	1.981*** (0.180)	2.081*** (0.156)	2.112*** (0.280)
Ayrılan Zamandan Orta Memnun	1.435*** (0.140)	1.430*** (0.154)	1.700*** (0.173)	1.268** (0.131)	1.465*** (0.122)	1.425** (0.210)
Sendikaya Üye	1.249 (0.197)	1.138 (0.188)	1.233 (0.209)	1.188 (0.183)	1.247* (0.166)	1.097 (0.241)
Siyasi Partiye Üye	1.168 (0.139)	1.344** (0.174)	1.342** (0.176)	1.158 (0.136)	1.248** (0.125)	1.239 (0.221)
Okul Aile Birliğine Katılanlar	3.951** (2.328)	1.207 (0.556)	1.875 (1.038)	1.832 (0.896)	1.575 (0.620)	5.596* (5.370)
Mesleki Derneklere Katılanlar	1.908 (1.743)	3.225* (2.248)	4.252* (3.536)	1.681 (1.275)	2.994* (1.839)	1.314 (1.624)
Kadın			1.266*** (0.0930)	1.783*** (0.126)	1.358*** (0.0855)	1.800*** (0.172)
Eşik1	0.0123*** (0.00336)	0.0127*** (0.00400)	0.00853*** (0.00326)	0.0223*** (0.00596)	0.00651*** (0.00189)	0.0141*** (0.00494)
Eşik2	0.0612*** (0.0158)	0.0829*** (0.0248)	0.0405*** (0.0150)	0.145*** (0.0365)	0.0319*** (0.00894)	0.107*** (0.0353)
Eşik3	0.537** (0.136)	0.767 (0.226)	0.411** (0.150)	1.191 (0.299)	0.304*** (0.0842)	0.840 (0.274)
Eşik4	13.48*** (3.474)	16.72*** (5.030)	8.154*** (2.998)	32.52*** (8.368)	7.017*** (1.951)	21.24*** (7.154)
Gözlem	4,338	3,759	3,608	4,489	6,037	2,060
Pseudo R-kare	0.106	0.102	0.0952	0.114	0.100	0.102
LR Ki-kare	1099	945.2	833.5	1237	1447	527
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 4.6'daki sosyal yaşam değişkenlerinin alt grup sonuçlarına göre, kadınlarda sadece eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak ve futbol oynamak mutluluğu anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir. Erkeklerde ise sadece kermes, fuar ve festival gibi etkinliklere katılmak anlamlıdır ve bu boş zaman etkinliği erkeklerin mutluluğunu arttırmaktadır. Bir işte çalışanlar için sonuçlar incelendiğinde, sadece eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak mutluluk modelinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bir işte çalışanların kısıtlı zamanları olduğu için diğer boş zaman etkinlikleri yerine eşi ile dinlenerek ya da tatile çıkarak birlikte vakit geçirmeyi tercih edebilir. Bu nedenle bir işte çalışanlar için diğer sosyal yaşam değişkenleri anlamlı bulunmamış olabilir. Çalışmayanlar açısından ise doğa yürüyüşü yapmak, futbol oynamak ve eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak anlamlı değildir. Ancak çalışmayan kişiler kermese, fuara, festivale vb. etkinliklere gittiklerinde ve eşi ile alışveriş yaptıklarında mutlulukları artmaktadır. Evliler için eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak ve eş ile alışveriş yapmak anlamlıdır ve beklenildiği gibi mutluluğu pozitif etkilemektedir. Öte yandan evli olup tek başına dinlenmek ya da tatile çıkmak ve tek başına doğa yürüyüşü yapmak mutluluğu olumsuz etkilemektedir. Bekârlar için ise eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak ve eş ile alışveriş yapmak anlamlı değildir. Bekârlar eş ile birlikte vakit geçirip ilişkisel mallardan tüketemeyecekleri için evli bireylerin yapabilecekleri bu tür etkinlikler bekârlar için anlamsız bulunmuş olabilir.

Tablo 4.6: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Sosyal Yaşam Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Çalışıyor	(4) Çalışmıyor	(5) Evli	(6) Bekâr
Yaş	-0.0743*** (0.0101)	-0.0995*** (0.0124)	-0.0854*** (0.0163)	-0.0798*** (0.00932)	-0.0822*** (0.0104)	-0.0810*** (0.0117)
Yaşın Karesi	0.000634*** (0.000106)	0.000919*** (0.000127)	0.000745*** (0.000187)	0.000718*** (9.43e-05)	0.000697*** (0.000108)	0.000742*** (0.000122)
Evli	0.823*** (0.0705)	1.080*** (0.0901)	0.979*** (0.0852)	0.910*** (0.0688)		
İlköğretim Mezunu	-0.148* (0.0769)	-0.0497 (0.128)	-0.268* (0.146)	-0.0779 (0.0732)	-0.157** (0.0734)	-0.128 (0.134)
Ortaöğretim Mezunu	-0.226** (0.102)	-0.149 (0.141)	-0.391** (0.157)	-0.140 (0.0981)	-0.296*** (0.0922)	-0.139 (0.152)
Yükseköğretim Mezunu	-0.323*** (0.109)	0.0312 (0.146)	-0.261* (0.157)	-0.205* (0.115)	-0.195** (0.0970)	-0.248 (0.157)
Çalışanlar	0.0210 (0.0715)	0.377*** (0.0766)			0.150** (0.0609)	0.238** (0.0943)
Gelir Sıralama 1	-0.545*** (0.0894)	-0.775*** (0.0968)	-0.713*** (0.102)	-0.601*** (0.0860)	-0.718*** (0.0767)	-0.534*** (0.127)
Gelir Sıralama 2	-0.152** (0.0696)	-0.228*** (0.0756)	-0.217*** (0.0773)	-0.160** (0.0685)	-0.149** (0.0591)	-0.293*** (0.102)
Gelir Sıralama 4	0.489*** (0.0915)	0.341*** (0.0912)	0.422*** (0.0893)	0.412*** (0.0936)	0.467*** (0.0754)	0.282** (0.125)
Gelir Sıralama 5	0.914*** (0.148)	0.866*** (0.164)	1.026*** (0.157)	0.778*** (0.153)	0.962*** (0.129)	0.678*** (0.209)
Aylık Gelirinden Memnun	0.923*** (0.0742)	0.883*** (0.0778)	0.832*** (0.0804)	0.954*** (0.0722)	0.976*** (0.0628)	0.716*** (0.103)
Aylık Gelirinden Orta Memnun	0.395*** (0.0752)	0.430*** (0.0816)	0.388*** (0.0831)	0.412*** (0.0742)	0.423*** (0.0642)	0.360*** (0.108)
Sosyal Hayattan Memnun	0.741*** (0.0806)	0.592*** (0.0886)	0.560*** (0.0910)	0.759*** (0.0788)	0.588*** (0.0691)	0.919*** (0.117)
Sosyal Hayattan Orta Memnun	0.340*** (0.0832)	0.406*** (0.0924)	0.275*** (0.0942)	0.444*** (0.0818)	0.297*** (0.0714)	0.599*** (0.123)

Ayrılan Zamandan Memnun	0.668*** (0.0819)	0.624*** (0.0888)	0.621*** (0.0876)	0.674*** (0.0840)	0.662*** (0.0694)	0.632*** (0.121)
Ayrılan Zamandan Orta Memnun	0.371*** (0.0909)	0.356*** (0.0991)	0.480*** (0.0949)	0.291*** (0.0956)	0.396*** (0.0771)	0.334** (0.136)
Doğa Yürüyüşü Yapanlar	-0.251 (0.175)	-0.206 (0.180)	-0.489*** (0.186)	-0.0164 (0.170)	-0.255* (0.152)	-0.169 (0.223)
Fuar ve Festivale Katılanlar	0.0943 (0.135)	0.271* (0.152)	0.0646 (0.154)	0.254* (0.134)	0.164 (0.119)	0.180 (0.191)
Futbol Oynayanlar	0.286** (0.127)	0.0202 (0.130)	0.161 (0.132)	0.155 (0.125)	0.110 (0.104)	0.290 (0.188)
Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar	-0.261 (0.164)	-0.165 (0.169)	0.0195 (0.173)	-0.396** (0.159)	-0.238* (0.135)	-0.104 (0.236)
Eş ile Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar	0.822* (0.424)	0.275 (0.535)	1.177** (0.595)	0.484 (0.398)	0.803** (0.361)	-0.520 (0.804)
Eş ile Alışveriş Yapanlar	0.447 (0.421)	0.798 (0.512)	0.379 (0.471)	0.801* (0.451)	0.663* (0.358)	0.244 (0.797)
Kadın			0.155** (0.0685)	0.585*** (0.0654)	0.291*** (0.0585)	0.521*** (0.0882)
Eşik1	-4.358*** (0.254)	-4.374*** (0.292)	-4.605*** (0.357)	-3.890*** (0.247)	-5.173*** (0.272)	-4.084*** (0.324)
Eşik2	-2.728*** (0.240)	-2.551*** (0.277)	-3.054*** (0.346)	-2.038*** (0.233)	-3.588*** (0.262)	-2.102*** (0.305)
Eşik3	-0.585** (0.236)	-0.342 (0.274)	-0.764** (0.341)	0.0551 (0.231)	-1.350*** (0.258)	-0.0671 (0.302)
Eşik4	2.623*** (0.240)	2.737*** (0.279)	2.239*** (0.344)	3.330*** (0.237)	1.781*** (0.259)	3.140*** (0.312)
Gözlem	5,021	4,368	4,166	5,223	6,973	2,416
Pseudo R-kare	0.104	0.0979	0.0925	0.111	0.0971	0.0985
LR Ki-kare	1261	1047	932.6	1406	1614	597
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 4.7’de çeşitli alt gruplar için sosyal yaşam değişkenlerinin fark oranları rapor edilmiştir. Kadınlar için eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak değişkeninin fark oranı 2,274 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre, eş ile dinlenen ya da tatile çıkan kadınlar, eşi ile bu etkinlikleri yapmayan kadınlara göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 2,274 kat daha fazladır. Kadınlar genel olarak paylaşma, anlaşılma, beğenilme gibi duygusal özellikleriyle hareket ettikleri için ilişki içinde olduğu kişilere bağılıdır. Bu nedenle eşi ile dinlenen ya da tatile çıkan kadınlar daha mutlu olabilir. Erkekler için ise kermes, fuar ve festival gibi etkinliklere katılmak değişkeninin fark oranı 1,312’dir. Bu doğrultuda kermes, fuar ve festival gibi etkinliklere katılan erkekler, bu etkinliklere katılmayan erkeklere kıyasla 1,312 kat daha fazla mutludur. Bir işte çalışanlar için sonuçlar değerlendirildiğinde, eşi ile dinlenen ya da tatile çıkan çalışanlar, eşi ile bu tür etkinlikler yapmayan çalışanlara kıyasla 3,244 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahip olduğu söylenebilir. Sonuçlar çalışmayanlar için değerlendirildiğinde ise kermese, fuara, festivale vb. etkinliklere giden çalışmayan bireyler, bu tür etkinliklere gitmeyen çalışmayan bireylere oranla yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,290 kat daha fazla olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte eşi ile alışveriş yapan çalışmayan bireyler, bu etkinliği eşi ile yapmayan çalışmayan bireylere göre 2,227 kat daha fazla mutlu olduğu görülmektedir. Evliler için hesaplanan fark oranlarına göre, eşi ile dinlenen ya da tatile çıkan ve eşi ile alışveriş yapan evliler, eşi ile bu boş zaman etkinliklerini yapmayan evlilere kıyasla sırasıyla 2,233 ve 1,940 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Ancak tek başına doğa yürüyüşü yapan ve dinlenen ya da tatile çıkan evliler, bu tür etkinlik yapmayan evlilere göre sırasıyla 0,775 ve 0,788 kat daha az mutludur. Bu bağlamda evlilik ilişkisi içinde birbirlerine zaman ayırmayan çiftlerin birlikte ilişkisel mallardan üretmedikleri/tüketemedikleri için mutsuz olabilecekleri ifade edilebilir.

Tablo 4.7: Türkiye Geneli Alt Gruplar İçin Sosyal Yaşam Değişkenlerinin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Çalışıyor	(4) Çalışmıyor	(5) Evli	(6) Bekâr
Yaş	0.928*** (0.00938)	0.905*** (0.0112)	0.918*** (0.0150)	0.923*** (0.00860)	0.921*** (0.00961)	0.922*** (0.0108)
Yaşın Karesi	1.001*** (0.000106)	1.001*** (0.000127)	1.001*** (0.000187)	1.001*** (9.44e-05)	1.001*** (0.000108)	1.001*** (0.000122)
Evli	2.278*** (0.161)	2.944*** (0.265)	2.663*** (0.227)	2.485*** (0.171)		
İlköğretim Mezunu	0.863* (0.0663)	0.951 (0.121)	0.765* (0.112)	0.925 (0.0677)	0.854** (0.0627)	0.880 (0.118)
Ortaöğretim Mezunu	0.797** (0.0810)	0.862 (0.121)	0.676** (0.106)	0.869 (0.0853)	0.744*** (0.0686)	0.870 (0.132)
Yükseköğretim Mezunu	0.724*** (0.0790)	1.032 (0.151)	0.770* (0.121)	0.815* (0.0939)	0.823** (0.0798)	0.780 (0.123)
Çalışınlar	1.021 (0.0730)	1.458*** (0.112)			1.162** (0.0708)	1.269** (0.120)
Gelir Sıralama 1	0.580*** (0.0518)	0.461*** (0.0446)	0.490*** (0.0502)	0.548*** (0.0471)	0.488*** (0.0374)	0.587*** (0.0747)
Gelir Sıralama 2	0.859** (0.0598)	0.796*** (0.0601)	0.805*** (0.0622)	0.852** (0.0584)	0.862** (0.0509)	0.746*** (0.0764)
Gelir Sıralama 4	1.630*** (0.149)	1.406*** (0.128)	1.525*** (0.136)	1.510*** (0.141)	1.595*** (0.120)	1.325** (0.165)
Gelir Sıralama 5	2.494*** (0.369)	2.379*** (0.390)	2.790*** (0.439)	2.177*** (0.333)	2.617*** (0.338)	1.970*** (0.411)
Aylık Gelirinden Memnun	2.516*** (0.187)	2.417*** (0.188)	2.299*** (0.185)	2.596*** (0.188)	2.653*** (0.167)	2.047*** (0.210)
Aylık Gelirinden Orta Memnun	1.485*** (0.112)	1.538*** (0.125)	1.475*** (0.123)	1.510*** (0.112)	1.526*** (0.0980)	1.433*** (0.155)
Sosyal Hayattan Memnun	2.099*** (0.169)	1.807*** (0.160)	1.751*** (0.159)	2.137*** (0.168)	1.801*** (0.124)	2.508*** (0.293)
Sosyal Hayattan Orta Memnun	1.406*** (0.117)	1.501*** (0.139)	1.316*** (0.124)	1.559*** (0.128)	1.346*** (0.0961)	1.821*** (0.224)

Ayrılan Zamandan Memnun	1.950*** (0.160)	1.866*** (0.166)	1.861*** (0.163)	1.961*** (0.165)	1.939*** (0.135)	1.881*** (0.228)
Ayrılan Zamandan Orta Memnun	1.449*** (0.132)	1.428*** (0.142)	1.616*** (0.153)	1.338*** (0.128)	1.486*** (0.115)	1.397** (0.190)
Doğa Yürüyüşü Yapanlar	0.778 (0.136)	0.813 (0.146)	0.614*** (0.114)	0.984 (0.167)	0.775* (0.118)	0.844 (0.188)
Fuar ve Festivale Katılanlar	1.099 (0.149)	1.312* (0.199)	1.067 (0.164)	1.290* (0.173)	1.179 (0.140)	1.197 (0.229)
Futbol Oynayanlar	1.331** (0.168)	1.020 (0.133)	1.175 (0.155)	1.167 (0.146)	1.117 (0.116)	1.336 (0.251)
Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar	0.770 (0.126)	0.848 (0.143)	1.020 (0.177)	0.673** (0.107)	0.788* (0.107)	0.901 (0.213)
Eş ile Dinlenenler ve Tatile Çıkanlar	2.274* (0.964)	1.317 (0.704)	3.244** (1.931)	1.622 (0.645)	2.233** (0.805)	0.594 (0.478)
Eş ile Alışveriş Yapanlar	1.563 (0.659)	2.221 (1.137)	1.461 (0.689)	2.227* (1.004)	1.940* (0.694)	1.277 (1.018)
Kadın			1.168** (0.0800)	1.795*** (0.117)	1.337*** (0.0782)	1.684*** (0.149)
Eşik1	0.0128*** (0.00325)	0.0126*** (0.00368)	0.0100*** (0.00357)	0.0204*** (0.00504)	0.00567*** (0.00154)	0.0168*** (0.00545)
Eşik2	0.0653*** (0.0157)	0.0780*** (0.0216)	0.0472*** (0.0163)	0.130*** (0.0304)	0.0277*** (0.00724)	0.122*** (0.0373)
Eşik3	0.557** (0.131)	0.710 (0.194)	0.466** (0.159)	1.057 (0.244)	0.259*** (0.0670)	0.935 (0.283)
Eşik4	13.78*** (3.305)	15.44*** (4.304)	9.382*** (3.228)	27.94*** (6.612)	5.936*** (1.537)	23.10*** (7.214)
Gözlem	5,021	4,368	4,166	5,223	6,973	2,416
Pseudo R-kare	0.104	0.0979	0.0925	0.111	0.0971	0.0985
LR Ki-kare	1261	1047	932.6	1406	1614	597
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. DÜNYA GENELİNDE İLİŞKİSEL MALLAR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Bu bölümün birinci kısmında, dünya genelinde ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisi analiz edilecek; ikinci kısmında ise yüksek gelir düzeyine sahip gelişmiş ülkelerdeki bireylerin neden daha fazla mutlu olamadığı ilişkisel mutluluk teorisi ile araştırılacaktır.

5.1. DÜNYA GENELİNDE İLİŞKİSEL MALLARIN MUTLULUĞA ETKİSİ

İlişkisel mallar kavramı kapsamında, sosyal ve kültürel etkinliklere katılan, birlikte gönüllü çalışmalar yapan ve aile, akraba, arkadaş, komşu ve diğer tanıdıklarıyla daha sık vakit geçiren bireylerin birbirleriyle paylaştıkları duygu ve deneyimleri mutlu olmalarını sağlamaktadır. Literatürdeki bu bilgiden yola çıkarak çalışmanın bu kısmında, çeşitli ülkelerde ilişkisel malların bireysel mutluluk üzerindeki etkisi incelenecektir.

5.1.1. Veri Seti ve Model

Gerçekleştirilen analizlerde Dünya Değerler Araştırması (WVS)'nin üçüncü (1995-1998), dördüncü (1999-2004), beşinci (2005-2009), altıncı (2010-2014) ve yedinci (2017-2020) dalgası kullanılmıştır. WVS, sosyal, politik, ekonomik, dini ve kültürel değerlerin karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi amacıyla oluşturulan uluslararası bir araştırma programıdır. Amerikalı siyaset bilimci Ronald Inglehart önderliğinde 1981 yılında başlayan ve her 5 yılda bir küresel olarak gerçekleştirilen araştırma, dünya üzerinde 100'den fazla ülkede ortak bir anket formu kullanılarak uygulanan ulusal düzeyde temsili anketlerden oluşmaktadır.

İlk olarak birinci dalgası 1981-1984 döneminde 10 ülkede yapılan araştırma, ikinci dalgası 1990-1994 döneminde 18 ülke, üçüncü dalgası 1995-1998 döneminde 56

ülke, dördüncü dalgası 1999-2004 döneminde 41 ülke, beşinci dalgası 2005-2009 döneminde 42 ülke, altıncı dalgası 2010-2014 döneminde 56 ülke ve yedinci dalgası 2017-2020 döneminde 49 ülke kapsamında tamamlanmıştır. Zaman içinde yoksul ülkelere zengin ülkelere kadar dünyanın belli başlı tüm kültürel bölgelerinde gerçekleştirilen WVS, eğitim, sağlık, ekonomi, demokrasi, politika, sosyal yaşam, çevre, din gibi birçok konuda bilgi sağlamaktadır.

WVS'nin 1995-2020 dönemi verileri toplam 101 ülkede ²¹ 15 yaş ve üstündeki yaklaşık 400000 katılımcıyla görüşmeler yapılarak toplanmıştır. WVS'de sadece 1995-2020 dönemi için katılımcılara sosyalleşmeye ayrılan zaman ve gönüllü kuruluşların faaliyetlerine katılıma ilişkin sorular yöneltilmiştir. Bu nedenle çalışmada, sosyal yaşam ve gönüllü çalışma hakkında bilgileri içeren 1995-2020 dönemi verileri kullanılmıştır.

Dünya genelinde ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki aşağıdaki mikroekonometrik mutluluk modeli ile araştırılmıştır:

$$h_{i,t} = \alpha + \beta R_{i,t} + \gamma X_{i,t} + n_t + f_i + \varepsilon_{i,t} \quad (5.1)$$

²¹ WVS 1995-2020 dönemi kapsamında yer alan ülkeler şu şekilde sıralanabilir: ABD, Almanya, Andora, Arjantin, Arnavutluk, Avustralya, Azerbaycan, Bangladeş, Bolivya, Bosna Hersek, Brezilya, Belarus, Bulgaristan, Burkina Faso, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Çin, Dominik Cumhuriyeti, Endonezya, Ermenistan, Ekvador, El Salvador, Etiyopya, Estonya, Fas, Finlandiya, Fransa, Filistin, Filipinler, Gana, Guatemala, Gürcistan, Güney Afrika, Güney Kore, Haiti, Hırvatistan, Hindistan, Hong Kong, Hollanda, Irak, İngiltere, İtalya, İspanya, İsveç, İsviçre, İran, Japonya, Kanada, Karadağ, Katar, Kazakistan, Kıbrıs, Kırgızistan, Kolombiya, Kuveyt, Kuzey Makedonya, Letonya, Libya, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Makao, Malezya, Mali, Meksika, Moldova, Myanmar, Mısır, Nikaragua, Nijerya, Norveç, Özbekistan, Pakistan, Peru, Polonya, Portekiz, Porto Riko, Romanya, Rusya, Ruanda, Sırbistan, Singapur, Slovakya, Slovenya, Şili, Tacikistan, Tayland, Tayvan, Trinidad ve Tobago, Tunus, Türkiye, Ukrayna, Uruguay, Ürdün, Venezuela, Vietnam, Yemen, Yeni Zelanda, Yunanistan, Zambiya, Zimbabve.

Modelde $h_{i,t}$ i bireyin t dönemimde bildirdiği mutluluk düzeyini, $R_{i,t}$ ilişkisel malları, X_{it} mutluluğu etkileyen diğer faktörleri (sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik faktörler, bireysel ve toplumsal özellikler), n_t zaman sabit etkisini, f_i ülke sabit etkisini, $\varepsilon_{i,t}$ hata terimini temsil etmektedir. Çeşitli anket dalgaları arasındaki farklılığı kontrol etmek için zaman sabit etkileri ve ülkeler arasındaki kültürel ve coğrafi farklılıkları dikkate almak için ise ülke sabit etkileri modele eklenmiştir. Mutluluk düzeyi sıralı kategorilere sahip bir bağımlı değişken olması nedeniyle model tahminleri için sıralı lojistik yöntemi kullanılmıştır. Verilerin analizi STATA 16 paket programı ile yapılmıştır.

5.1.2. Değişkenlerin Açıklamaları

Çalışmada bağımlı değişken olarak mutluluk düzeyi kullanılmıştır. WVS’de mutluluk, “Bugünlerde genel olarak mutlu olup olmadığınızı söyler misiniz?” sorusu ile 1’den 4’e kadar değişen bir ölçekte ölçülmüştür. Bu soruya verilen cevaplar, “1. Çok Mutluyum, 2. Biraz Mutluyum, 3. Pek Mutlu Değilim, 4. Hiç Mutlu Değilim” şeklinde 4’lü likert ölçeği üzerinden değerlendirilmiştir.

Çalışmada kontrol değişkenleri olarak yaş, cinsiyet, medeni durum, sağlık, gelir, gelir sıralaması, eğitim düzeyi, çalışma durumu ve çocuk sayısını içeren sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik faktörler ile birlikte güven, özgürlük, insan hakları, din gibi toplumsal ve bireysel özellikleri gösteren faktörler kullanılmıştır.

WVS’de eğitim durumu, “Eğitim durumunuz nedir? En son hangi okulu bitirdiniz ya da yarım bıraktınız?” sorusu ile araştırılmıştır. Çalışmada bu sorunun cevaplarından “Bir Okul Bitirmedi”, “İlkokul Mezunu”, “Ortaokul Mezunu”, “Lise Mezunu” ve “Üniversite Mezunu” kategorileri birer kukla değişkene dönüştürülerek mutluluk modeline eklenmiştir.

WVS anketinde çalışma durumu değişkeni, “1. Ücretli ve Tam Zamanlı Çalışıyorum, 2. Ücretli ve Yarı Zamanlı Çalışıyorum, 3. Kendi İşimin Sahibiyim, 4. Emekli, 5. Ev Kadını, 6. Öğrenci, 7. İşsiz” biçiminde 7 seçenekli olarak kategorize edilmiştir. Çalışmada tüm seçenekler için kukla değişken oluşturularak “İşsiz” kategorisi analizlere dahil edilmiştir.

WVS anketinde katılımcıların sağlık düzeyi, “Bugünlerde genel olarak sağlık durumunuz nasıl?” sorusu ile ölçülmüş ve cevaplar “1. Çok İyi, 2. İyi, 3. Fena Değil, 4. Kötü, 5. Çok Kötü” olarak ölçeklendirilmiştir. Çalışmada 1. ve 2. kategoriler birleştirilerek “İyi” ve 4. ve 5. kategoriler birleştirilerek “Kötü” biçiminde yeniden gruplandırılmıştır.

Medeni durum değişkeni WVS’de, “1. Evli, 2. Evli Gibi Birlikte Yaşamakta, 3. Boşanmış, 4. Evli Fakat Eşinden Ayrı Yaşıyor, 5. Eşi Ölmüş Yani Dul, 6. Bekâr” olarak 6 şıklı cevaplandırılmıştır. Bu değişken mutluluk modeline dahil edilirken 1. ve 2. kategorileri birleştirilip “Evli” ve 3., 4., 5. ve 6. kategorileri birleştirilip “Bekâr” olacak şekilde adlandırılarak iki kategoride toplanmıştır.

WVS’de nispi gelir durumu, “Ülkenizde yaşayan insanların, gelir durumları bakımından 10 puanlı bir cetvele yerleştirilirse, siz kendinizi bu cetvelin neresinde görürsünüz?” sorusu ile 10 ölçekli olarak sorulmuştur. Çalışmada bu soruya, “1. En Alt Gelir Grubu”dan “10. En Üst Gelir Grubu”na kadar değişen bir ölçek üzerinden verilen cevaplar “Gelir Sıralaması” değişkeni olarak analizlere eklenmiştir.

Çalışmada gelir değişkeni olarak Dünya Bankası’nın yayınladığı 1999-2004 dönemini kapsayan Satın Alma Gücü Paritesi cinsinden ortalama kişi başına reel GSYİH kullanılmıştır.

WVS anketinde, “Kaç çocuğunuz var?” sorusu kapsamında katılımcıların sahip olduğu çocuk sayısı araştırılmıştır. Çalışmada bu soruya verilen cevaplar “Çocuk Sayısı” şeklinde tanımlanarak mutluluk modeline eklenmiştir.

WVS’de insanlara duyulan güven, “Genel olarak insanların çoğunluğuna güvenilebilir mi? Başkalarıyla ilişki kurarken ya da iş yaparken çok dikkatli olmak mı gerekir?” sorusuyla ölçülmüş ve katılımcıların cevapları “İnsanların Çoğuna Güvenilebilir” ve “Çok Dikkatli Olmak Gerekir” olarak kategorize edilmiştir. Çalışmada iki kategori için de kukla değişken oluşturularak “İnsanların Çoğuna Güvenilebilir” kategorisi “Güven” değişkeni olarak kodlanmıştır.

WVS’de insanların kendi yaşamları üzerinde özgür bir seçim hakkına sahip olduğuna ve yaşamlarını kendilerinin kontrol ettiğine ilişkin inançlarını sorgulamak için katılımcılara, “Hayatınızın gidişatı üzerinde ne kadar özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunuzu düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Cevaplar “1. İnsan Hayatını Kendi Kontrol Edemez” ile “10. İnsan Hayatını Kontrolde Tamamen Özgürdür” arasında ölçeklendirilmiştir. Çalışmada kendini 1-5 arasında olduğunu düşünenler “Seçim Özgürlüğü ve Kontrolü Düşük” ve 6-10 arasında olduğunu düşünenler “Seçim Özgürlüğü ve Kontrolü Yüksek” olarak tanımlanmıştır.

WVS’de “Ülkenizde bugünlerde insan haklarına ne kadar saygı gösteriliyor?” sorusu kapsamında katılımcıların insan haklarına ilgisi ölçülmüştür. Katılımcıların cevapları “1. Büyük Ölçüde Saygı Gösteriliyor, 2. Biraz Saygı Gösteriliyor, 3. Pek Saygı Gösterilmiyor, 4. Hiç Saygı Gösterilmiyor” olarak 4 kategoride gruplandırılmıştır. Çalışmada 1. ve 2. kategoriler birleştirilerek “İnsan Haklarına Saygılı”, 3. ve 4. kategoriler birleştirilerek “İnsan Haklarına Saygılı Değil” olarak iki kategoride toplanmıştır.

Dindarlık durumu WVS’de, “Dini bir kuruluşa gidip gitmediğinize bakmaksızın kendinizi dindar bir kişi olarak görür müsünüz?” sorusu ile 3 kategorili olarak sorulmuştur (1. Dindar, 2. Dindar Değil, 3. Ateist). Çalışmada tüm kategoriler kukla değişkene çevrilerek “Dindar” kategorisi “Din” değişkeni olarak analizlere eklenmiştir.

Çalışmada ilişkisel mallar yerine vekil değişken olarak gönüllü kuruluşlara aktif üyelik ve aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı vb. kişiler ile geçirilen zaman kullanılmıştır.

WVS’nin üçüncü, beşinci, altıncı ve yedinci dalgasında gönüllü kuruluşlara üyelik ile ilgili verilere ulaşılabilmektedir. Katılımcılardan (a) dini dernek, vakıf, kuruluş, (b) spor kulüpleri, boş zamanı değerlendirmeye yönelik kuruluşlar, (c) eğitim, kültür, müzik, sanat gibi alanlarda faaliyette bulunan kuruluşlar, (d) işçi sendikası, (e) siyasi parti, (f) çevreci kuruluşlar, çevre koruma dernekleri, vakıflar, (g) meslek odaları, esnaf odaları, barolar gibi meslek kuruluşları ve (h) hayır kuruluşları, yardım dernekleri, insani örgütler gibi gönüllü kuruluşların faaliyetlerine katılım hakkında bilgiler elde edilmiştir.

WVS’de katılımcıların listelenen bu gönüllü kuruluşlara üye olup olmadıkları, “Aşağıdaki gönüllü kuruluşlar için üye olup olmadığınızı belirtiniz. Eğer bu tür gönüllü kuruluşlara üye iseniz, aktif bir üye misiniz, yoksa pasif yani faaliyete pek katılmayan bir üye mi?” sorusu ile araştırılmış ve katılımcıların cevapları, “Aktif Üye”, “Pasif Üye”, “Üye Değil” olarak gruplandırılmıştır. Çalışmada tüm kategoriler için kukla değişken oluşturularak “Aktif Üye” kategorisi her bir gönüllü kuruluş için “Aktif Üyelik” değişkeni olarak tanımlanmıştır.

Dünya Değerler Araştırması’nın sadece dördüncü dalgasında katılımcıların başkalarıyla vakit geçirmek için ne kadar zaman ayırdıkları hakkında bilgiye ulaşılmaktadır. Katılımcılara, (a) aile ve akrabalar, (b) arkadaşlar, (c) iş arkadaşları, (d) ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ve (e) kulüplerdeki (spor, kültür gibi) kişiler ile hangi sıklıkla zaman geçirdikleri sorulmuştur. Katılımcıların bu sorulara verdikleri

cevaplar: (a) her hafta, (b) ayda bir ya da iki kez, (c) yılda en az bir kez ve (d) hiçbir zaman şeklinde kategorize edilmiştir. Çalışmada her bir soru için ayrı ayrı “Her Hafta” ve “Ayda Bir ya da İki Kez” kategorileri birleştirilerek “Geçirilen Zaman Fazla” ve “Yılda En Az Bir Kez” ve “Hiçbir Zaman” kategorileri birleştirilerek “Geçirilen Zaman Az” olmak üzere iki kategorili yeni bir değişken oluşturulmuştur. Ayrıca Becchetti ve diğerleri (2008, 2011, 2012)’nin çalışmalarında kullandıkları yöntem referans alınarak bu cevap kategorileri ile sosyal ve kişisel ilişkilere ayrılan zamanı ölçen bir endeks oluşturmuştur. İlişkisel zaman sorularının cevapları, ilişkiler için ayrılan zaman içinde artan değerler ile bir ölçekte sıralanıp ((a) her hafta için 3, (b) ayda bir ya da iki kez için 2, (c) yılda en az bir kez için 1 ve (d) hiçbir zaman için 0 değerleri verilerek) her bir katılımcı için tüm farklı ilişkisel zaman türlerinde ortalaması alınarak ilişkisel zaman endeksi oluşturulmuştur. İlişkisel zaman endeksi, katılımcı her hafta aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı ve diğer tanıdıklarıyla bir araya gelip vakit geçirirse maksimum 3, ilişkisel mallara hiçbir zaman yatırımı yapmazsa minimum 0 değerini almaktadır. Aslında ilişkisel zaman endeksi, tüm bileşenleri aynı ağırlığa sahip olduğu için sosyal etkinlikler arasında tam ikameye izin veren beş zaman kullanım sorusuna verilen puanların ortalamasıdır. Becchetti ve diğerleri (2011)’ne göre, ilişkisel zaman sorularına verilen cevaplardan “her hafta” ile “ayda bir ya da iki kez” arasındaki fark, “hiçbir zaman” ile “ayda bir ya da iki kez” arasındaki farka kıyasla mutlulukta daha fazla bir artışa karşılık gelmektedir. Bu nedenle ilişkisel zaman endeksi, yüksek yoğunluklu yanıtları indirgeyebilir ve gerçek gözlemlenmemiş değişkenin bir tür logaritmik dönüşümü olarak düşünülebilir.

Çalışmada ilişkisel mallar yerine vekil olarak iki farklı gösterge kullanıldığı için analiz sonuçları iki ayrı başlık altında sunulacaktır.

5.1.3. Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenlerin Analiz Sonuçları

Tablo 5.1’de ilişkisel mallara gösterge olarak kullanılan sosyalleşme ayrılan zamanın mutluluk üzerindeki etkisini araştırmak için mutluluk modeline dahil edilen

değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur. Tablo 5.1'e göre ankete katılanların yaş ortalaması 39 iken, ortalama mutluluk düzeyi 3,076'dır. Katılımcıların % 51'i kadın, % 49'u ise erkektir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, % 60'ının evli, % 40'ının bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcıların sahip olduğu çocuk sayısı ortalaması 2,2 iken, ortalama gelir düzeyi 14837'dir. Eğitim durumuna bakıldığında, katılımcıların % 15'inin ilkokul, % 15'inin ortaokul, % 17'sinin lise, % 13'ünün ise üniversite düzeyinde eğitimlerini tamamladığı gözlenmektedir. Sağlığının iyi olduğunu bildirenlerin oranı % 68, orta olduğunu bildirenlerin oranı % 25, kötü olduğunu bildirenlerin oranı ise % 7'dir. Katılımcıların ortalama nispi gelir durumu 4,537 iken, aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı, kulüplerdeki (spor, kültür vb.) kişiler ve ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile geçirdikleri ortalama zaman 1,77'dir. İşsizler % 11'lik bir kesimi oluştururken, dindar olduğunu bildirenler % 78'lik bir kesimi oluşturmaktadır. Yaşamları üzerinde yüksek düzeyde özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunu düşünenlerin oranı %80 iken, ülkesinde insan haklarına büyük ölçüde saygı gösterildiğini düşünenlerin oranı % 56'dır. İnsanların çoğunluğunu güvenilir bulanların oranı % 28, insanlara karşı çok dikkatli olunmasını gerektiğini inananların oranı ise % 72'dir.

Araştırmaya katılanların sosyalleşmeye ayırdıkları zaman incelendiğinde, aile ve akraba ile birlikte vakit geçirmek için fazla zaman ayıranların oranı % 85 iken, arkadaşlarıyla bir araya gelip vakit geçirmek için fazla zaman ayıranların oranı % 82 olduğu görülmektedir. Ayrıca iş arkadaşlarıyla bir araya gelip dostluk veya sohbet etmek için fazla zaman ayırdığını bildirenlerin oranı % 55 iken, ibadet yerinde aynı dine inanan kişilerle vakit geçirmek için fazla zaman ayırdığını bildirenlerin oranı % 49'dur. Spor, kültür gibi kulüplerde tanıdığı kişilerle aktivite yapmak ya da sohbet etmek için fazla zaman ayıranların oranı ise % 28'dir.

Tablo 5.1: Dünya Geneli Tanımlayıcı İstatistikler (Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman)

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Min.	Max.
Mutluluk	3.076	0.758	1	4
Yaş	38.63	15.24	13	99
Yaşın Karesi	1,724	1,362	169	9,801
Erkek	0.493	0.500	0	1
Kadın	0.506	0.500	0	1
Evli	0.603	0.489	0	1
Bekâr	0.394	0.489	0	1
Çocuk Sayısı	2.200	2.183	0	17
İşsiz	0.111	0.314	0	1
İlkokul Mezunu	0.146	0.353	0	1
Ortaokul Mezunu	0.154	0.361	0	1
Lise Mezunu	0.171	0.376	0	1
Üniversite Mezunu	0.134	0.341	0	1
Gelir	14,837	14,243	1,326	56,860
Gelir Sıralaması	4.537	2.319	1	10
Sağlık İyi	0.683	0.465	0	1
Sağlık Orta	0.252	0.434	0	1
Sağlık Kötü	0.0653	0.247	0	1
İnsanlara Güvenilir	0.281	0.449	0	1
İnsanlara Karşı Dikkatli Olunması Gerekir	0.719	0.449	0	1
İnsan Haklarına Saygılı	0.556	0.497	0	1
İnsan Haklarına Saygılı Değil	0.444	0.497	0	1
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Düşük	0.202	0.401	0	1
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.798	0.401	0	1
Dindar	0.781	0.414	0	1
Aile-Akraba Geçirilen Zaman Fazla	0.852	0.355	0	1
Aile-Akraba Geçirilen Zaman Az	0.148	0.355	0	1
Arkadaşlar Geçirilen Zaman Fazla	0.818	0.386	0	1
Arkadaşlar Geçirilen Zaman Az	0.182	0.386	0	1
İş Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla	0.551	0.497	0	1
İş Arkadaşı Geçirilen Zaman Az	0.449	0.497	0	1
İbadet Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla	0.488	0.500	0	1
İbadet Arkadaşı Geçirilen Zaman Az	0.512	0.500	0	1
Kulüpteki Kişiler Geçirilen Zaman Fazla	0.285	0.451	0	1
Kulüpteki Kişiler Geçirilen Zaman Az	0.715	0.451	0	1
İlişkisel Zaman Endeksi	1.770	0.638	0	3

Tablo 5.2: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Ana

Modelin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Model 1	(2) Model 2	(3) Model 3
Yaş	-0.0589*** (0.00393)	-0.0594*** (0.00403)	-0.0574*** (0.00444)
Yaşın Karesi	0.000627*** (4.21e-05)	0.000641*** (4.32e-05)	0.000612*** (4.74e-05)
Gelir	3.78e-05*** (2.04e-06)	3.72e-05*** (2.05e-06)	3.75e-05*** (2.18e-06)
Gelir Sıralaması	0.0856*** (0.00488)	0.0847*** (0.00500)	0.0843*** (0.00545)
Çocuk Sayısı	0.000596 (0.00574)	0.00363 (0.00598)	0.00309 (0.00657)
Kadın	0.202*** (0.0198)	0.262*** (0.0210)	0.219*** (0.0232)
Evli	0.435*** (0.0246)	0.455*** (0.0252)	0.422*** (0.0276)
İşsiz	-0.248*** (0.0325)	-0.225*** (0.0335)	-0.244*** (0.0372)
İlkokul Mezunu	0.0611* (0.0312)	0.0690** (0.0325)	0.00779 (0.0368)
Ortaokul Mezunu	0.111*** (0.0306)	0.113*** (0.0312)	0.126*** (0.0341)
Lise Mezunu	0.0728** (0.0304)	0.0660** (0.0311)	0.0931*** (0.0342)
Üniversite Mezunu	0.0463 (0.0323)	0.0284 (0.0334)	0.0603* (0.0361)
Sağlık İyi	1.009*** (0.0233)	1.002*** (0.0239)	1.034*** (0.0267)
İnsanlara Güvenilir	0.230*** (0.0231)	0.194*** (0.0240)	0.186*** (0.0265)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.427*** (0.0208)	0.404*** (0.0215)	0.481*** (0.0238)
İnsan Haklarına Saygılı	0.278*** (0.0214)	0.244*** (0.0220)	0.224*** (0.0243)
Dindar	0.232*** (0.0265)	0.193*** (0.0273)	0.173*** (0.0301)
Aile-Akraba Geçirilen Zaman Fazla			0.174*** (0.0323)
Arkadaşlar Geçirilen Zaman Fazla			0.0677** (0.0317)
İş Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla			0.0604** (0.0252)
İbadet Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla			0.170*** (0.0258)
Kulüplerdeki Kişiler Geçirilen Zaman Fazla			0.108*** (0.0263)
İlişkisel Zaman Endeksi		0.247***	

Eşik1	-1.386*** (0.118)	(0.0182) -1.071*** (0.123)	-1.349*** (0.138)
Eşik2	0.779*** (0.116)	1.163*** (0.121)	1.076*** (0.135)
Eşik3	3.580*** (0.117)	3.984*** (0.123)	3.952*** (0.137)
Gözlem	40,981	38,924	32,395
Pseudo R-kare	0.108	0.108	0.116
LR Ki-kare	9742	9083	8061
Prob > Ki-kare	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Dünya genelinde sosyalleşmeye ayrılan zamanın mutluluk üzerindeki etkisini araştırmak için üç ayrı model oluşturulmuştur. İlk model sadece sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik faktörler, bireysel ve toplumsal özellikler; ikinci model ilişkisel zaman endeksi ve üçüncü model tüm sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenleri eklenerek oluşturulmuştur. Böylece ilişkisel zaman göstergelerinin mutluluk üzerindeki net etkisi değerlendirilmektedir.

Tablo 5.2'deki Model 1'de, sosyo-demografik değişkenlerin (cinsiyet, yaş, medeni durum, sağlık, eğitim düzeyi, çocuk sayısı), sosyo-ekonomik değişkenlerin (gelir, gelir sıralaması, çalışma durumu) ve bireysel ve toplumsal özelliklerin (güven, özgürlük, din, insan hakları) mutluluk üzerinde önemli etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu değişkenlerin analiz sonuçları, mutluluk üzerine yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlar ile tutarlıdır. Bu doğrultuda kadınların daha mutlu olduğu, evlilerin bekârlara kıyasla daha yüksek mutluluğa sahip olduğu ve yaş ile mutluluk arasında U şeklinde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sağlığın iyi olduğunu bildirmek mutluluğu olumlu etkilerken, işsiz olmak mutluluğu olumsuz etkilemektedir. Bir okul bitirmeyenlere kıyasla ilkokul, ortaokul ve lise düzeyinde eğitimini tamamlayanlar daha mutlu olduğu ifade edilebilir. Ayrıca gelir düzeyi artan ve kendini kıyasladığı kişilere göre daha yüksek gelire sahip olan bireyler, mutluluk düzeylerinin yüksek olduğunu bildirmektedir. Ancak

bireyler için sahip olduğu çocuk sayısı mutluluk modelinde anlamlı değildir. Bireysel ve toplumsal özellikler incelendiğinde, insanların çoğunu güvenilir bulan ve hayatının akışı veya başına gelenler konusunda yüksek düzeyde özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunu düşünen bireylerin daha yüksek mutluluk düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Kendini dindar olarak değerlendirenlerin ise dindar olmayanlara ya da ateistlere kıyasla daha mutlu olduğu söylenebilir.

Tablo 5.2’de yer alan Model 2, bireylerin hangi sıklıkla birlikte vakit geçirdiğini gösteren ilişkisel zaman endeksi eklenerek oluşturulmuştur. Teorik beklentiye uygun olarak ilişkisel zaman endeksi ile mutluluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Model 3 ise sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenleri eklenmiştir. Model 3’deki bulgulara göre, sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenlerinin tümü anlamlı ve pozitif katsayılarla sahiptir. Aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı, kulüplerdeki (spor, kültür vb.) kişiler ve aynı dine inanan kişiler ile bir araya gelip daha fazla vakit geçiren (ilişkisel mallardan daha fazla üreten/tüketen) bireylerin daha mutlu olduğu anlaşılmaktadır. Donati (2019)’ye göre ilişkisel mallar, insanların kendilerini güvende hissetmesini ve mutlu olmasını sağlayan bir gruba ait olma (aile, arkadaşlar, iş vb.) hissi, insanlar tarafından kabul edilme ve benimsenme duygusu, sevgi, ilgi gibi sosyal ihtiyaçları karşılar. Sevgi ve aidiyeti içeren bu ihtiyaçlar, tıpkı barınma ve yeme içme gibi Maslow’un beş kategoride incelediği temel insani ihtiyaçlardan birisidir. Bireylerin sosyalleşme ihtiyacını karşılayabilmesi için olumlu aile ve arkadaşlık ilişkileri kurması gerekmektedir. Eğer bu ihtiyaçları gideremezse bireylerde yalnızlık, yabancılaşma, güvensizlik, karamsarlık gibi olumsuz duygular ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda aile, akraba, arkadaşlar ve diğer tanıdıklar ile zaman içinde kurulan ilişki biçimleri insanların sosyalleşebilmesini ve dolayısıyla iyi ve mutlu hissetmesini sağlar.

Tablo 5.3: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Ana

Modelin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Model 1	(2) Model 2	(3) Model 3
Yaş	0.943*** (0.00370)	0.942*** (0.00380)	0.944*** (0.00419)
Yaşın Karesi	1.001*** (4.21e-05)	1.001*** (4.32e-05)	1.001*** (4.75e-05)
Gelir	1.000*** (2.04e-06)	1.000*** (2.05e-06)	1.000*** (2.18e-06)
Gelir Sıralaması	1.089*** (0.00531)	1.088*** (0.00544)	1.088*** (0.00593)
Çocuk Sayısı	1.001 (0.00574)	1.004 (0.00601)	1.003 (0.00659)
Kadın	1.224*** (0.0242)	1.300*** (0.0273)	1.245*** (0.0289)
Evli	1.545*** (0.0379)	1.576*** (0.0397)	1.525*** (0.0421)
İşsiz	0.780*** (0.0253)	0.799*** (0.0268)	0.783*** (0.0291)
İlkokul Mezunu	1.063* (0.0332)	1.071** (0.0348)	1.008 (0.0371)
Ortaokul Mezunu	1.117*** (0.0342)	1.120*** (0.0350)	1.134*** (0.0386)
Lise Mezunu	1.075** (0.0327)	1.068** (0.0333)	1.098*** (0.0376)
Üniversite Mezunu	1.047 (0.0339)	1.029 (0.0344)	1.062* (0.0384)
Sağlık İyi	2.744*** (0.0639)	2.723*** (0.0652)	2.812*** (0.0751)
İnsanlara Güvenilir	1.259*** (0.0290)	1.215*** (0.0291)	1.205*** (0.0320)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	1.533*** (0.0319)	1.498*** (0.0321)	1.618*** (0.0385)
İnsan Haklarına Saygılı	1.320*** (0.0282)	1.276*** (0.0281)	1.251*** (0.0304)
Dindar	1.261*** (0.0335)	1.213*** (0.0331)	1.189*** (0.0358)
Aile-Akraba Geçirilen Zaman Fazla			1.190*** (0.0385)
Arkadaşlar Geçirilen Zaman Fazla			1.070** (0.0340)
İş Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla			1.062** (0.0267)
İbadet Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla			1.186*** (0.0306)
Kulüplerdeki Kişiler Geçirilen Zaman Fazla			1.114*** (0.0293)
İlişkisel Zaman Endeksi		1.280*** (0.0233)	

Eşik1	0.250*** (0.0294)	0.343*** (0.0423)	0.259*** (0.0358)
Eşik2	2.180*** (0.252)	3.199*** (0.387)	2.933*** (0.395)
Eşik3	35.89*** (4.207)	53.75*** (6.614)	52.06*** (7.122)
Gözlem	40,981	38,924	32,395
Pseudo R-kare	0.108	0.108	0.116
LR Ki-kare	9742	9083	8061
Prob > Ki-kare	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.3'te sunulan model 1'deki bulgulara göre, cinsiyet değişkeninin fark oranı 1,224 olarak hesaplanmıştır. Bu değer doğrultusunda kadınların erkeklere göre 1,224 kat daha fazla mutlu olduğu ifade edilebilir. Medeni durum değerlendirildiğinde, evlilerin bekârlara kıyasla yüksek düzeyde mutlu olma olasılığının 1,545 kat daha fazla olduğu görülmektedir. İşsiz olanlar ise çalışma durumu diğer olan bireylere göre 0,780 kat daha az mutludur. Model 1'de mutluluğu en yüksek katkı yapan değişken sağlıktır. Sağlığının iyi olduğunu bildirenlerin diğerlerine oranla mutluluk düzeyi 2,744 kat daha fazladır. Gelir değişkeninin mutluluk üzerindeki etkisi oldukça düşük olduğu görülmektedir. Buna göre bireylerin gelir düzeyi arttığında yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,000 kat artmaktadır. Bireylerin gelir durumu göre sıralaması bir üst seviyeye çıktığında ise yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,089 kat artmaktadır. Bu sonuç, nispi geliri artan bireylerin daha yüksek mutluluk düzeyine sahip olduğu şeklinde değerlendirilebilir. Eğitim durumuna bakıldığında, üniversite kategorisinin 0,10 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir. Literatürde eğitim ve mutluluk arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Çoğu çalışmada artan eğitim ile birlikte mutluluğun da arttığı bulunmuş, ancak bazı çalışmalarda eğitim ile mutluluk arasında bir ilişkiye rastlanamamıştır. Model 1'de ise ilkökul, ortaokul ve liseden mezun olanların bir okul bitirmeyenlere kıyasla yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,063, 1,117 ve 1,075 kat daha fazla olduğu bulunmuştur. Frey ve Stutzer (2002)'e göre yüksek eğitim

düzeyi, bireylerin kendilerini daha güvende hissetmesini sağlayarak mutluluklarını arttırmaktadır.

Model 1’de güven değişkeninin fark oranı 1,259’dur. Bu değere göre insanların çoğunu güvenilir bulanlar, başkalarıyla iş yaparken ya da ilişki kurarken dikkatli olunması gerektiğini düşünenlere göre 1,259 kat daha fazla mutludur. Öztöpcü (2017)’ya göre tüm ilişkiler belirli bir güven düzeyi üzerine inşa edilmiştir. Güven düzeyi arttıkça korkusuz, kaygısız ve çatışmasız ilişkiler kurulabilmektedir. Güven duygusu ilişkilerin daha güçlü olmasına ve tanışıklığın bağlılığa dönüşmesini sağlayarak ilişkisel malların üretimini/tüketimini kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle başkalarına güvenen insanlar daha mutlu olabilir. Model 1’deki hesaplanan fark oranına göre kendi yaşamları üzerinde yüksek düzeyde özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunu düşünenler, böyle bir düşünceye sahip olmayanlara oranla mutluluk düzeyi 1,533 kat daha fazladır. Yaşamları üzerinde seçim özgürlüğü ve kontrolü yüksek olan bireylerin mutlu olması, kendi duygu ve düşüncelerine, yeteneklerine, değerlerine güven duyması yani sağlıklı bir özgüven duygusu geliştirmiş olmasıyla ilişkili olabilir. Bu bireyler iyi ve pozitif duygular ile kendilerini daha mutlu hissederek kendisi ve etrafındaki insanlar ile barışık olduklarından kolayca ilişkiler kurabilirler. Model 1’de insan haklarına saygılı değişkeninin fark oranı 1,320 bulunmuştur. Yaşadığı ülkede insan haklarına büyük ölçüde saygı gösterildiğini bildiren bireyler, insan haklarına pek saygı gösterilmediğini bildiren bireylere göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,320 kat daha fazladır. Bireylerin özgür bir şekilde düşüncelerini açıklayabildiği, ilişkilerinde eşit muamele gördüğü, istediği yere yerleşebildiği bir toplum genel olarak insan haklarına saygı gösterilen bir toplumdur. Kurumların iyi işlediği bu toplumlarda mutluluk düzeyinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Model 1’deki bulgulara göre kendini dindar olarak görenler, dindar olmayanlara ya da ateistlere kıyasla 1,261 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Literatüre uyumlu olarak din olgusunun mutluluk üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu

görülmektedir. Akyürek (2019) çalışmasında, dinin toplumdan kendini soyutlamış insanları bir araya getirerek insanların yalnızlığına çözüm olma açısından önemli bir kurum olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda kendini dindar olarak nitelendiren insanlar ilişkisel mallardan daha fazla üreterek/tüketerek mutlu olabilirler.

Model 2’de ilişkisel zaman endeksinin fark oranı 1,280 bulunmuştur. Buna göre bireylerin kişisel ve sosyal ilişkilere ayırdığı zaman arttığında yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,280 kat artmaktadır. Model 2’de kişinin beyan ettiği mutluluğu en yüksek katkı yapan faktör sağlıktır. İkinci en yüksek katkı yapan faktör ise evliliğidir. Üç model incelendiğinde, sağlık değişkeninden sonra medeni durum değişkeninin mutluluk üzerinde oldukça yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Literatürde medeni durum değişkenini ilişkisel mal olarak değerlendiren çalışmalar referans alındığında, Türkiye genelinde elde edilen sonuçlara benzer şekilde ilişkisel malları üreten/tüketen kişilerin yüksek mutluluk düzeylerine ulaştıkları gözlenmektedir. Model 3’deki bulgular doğrultusunda, aile-akraba, arkadaşlar ve iş arkadaşları ile bir araya gelip daha fazla vakit geçiren bireyler, daha az vakit geçirenlere göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,190, 1,070 ve 1.062 kat daha fazladır. Bununla birlikte spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ve ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile dostluk ya da sohbet etmek için daha fazla zaman ayıran bireyler, daha az zaman ayıran bireylere kıyasla sırasıyla 1,114 ve 1,186 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenleri arasında mutluluk üzerinde en güçlü etkiye sahip olan gösterge, aile ve akrabalar ile geçirilen zamandır. Bu bulgu, aile ile yaşanan ve geçmişte paylaşılan zaman ve deneyimin yoğunluğunun ilişkisel malların değerini arttırdığını ifade eden Adam Smith’in duygudaşlık (fellow feeling) kavramıyla tutarlıdır. Ayrıca Kahneman ve diğerleri (2004)’nin günlük yeniden yapılandırma yöntemi (day reconstruction method-DRM) kullanarak yaptıkları çalışmadan elde ettikleri sonuç ile de tutarlıdır. Araştırmaya göre, aile ve arkadaşlar ile birlikte kahvaltı yapmak ya da akşam

yemeği yemek gibi sosyal ve kişisel ilişkilere ayrılan zaman gün içinde mutluluğu olumlu etkileyen en yüksek faaliyetlerdir.

Kadın, erkek, gelir tatmini düşük, gelir tatmini y ksek²², gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler olmak üzere veri seti altı alt gruba ayrılarak da dünya genelinde ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisi araştırılmıştır.



²² WVS’de katılımcıların gelirinin ne kadar tatmin edici olduğu, “Hanenizin maddi durumunu ne kadar tatmin edici buluyorsunuz?” sorusu ile ölçmüştür. Katılımcılar bu soruyu “1. Gelir Hiç Tatmink r Değil” den “10. Gelir Son Derece Tatmink r” a kadar değişen bir ölçek üzerinden cevaplandırmışlardır. Çalışmada 1 ile 5 arasında olduğunu bildirenler “Gelir Tatmini Düşük” ve 6 ile 10 arasında olduğunu bildirenler “Gelir Tatmini Yüksek” olarak tanımlanmıştır.

Tablo 5.4: Dünya Geneli İlişkisel Zaman Endeksi İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Gelir Tatmini Düşük	(4) Gelir Tatmini Yüksek	(5) GÜ	(6) GOÜ
Yaş	-0.0624*** (0.00576)	-0.0575*** (0.00580)	-0.0630*** (0.00559)	-0.0415*** (0.00596)	-0.0572*** (0.00755)	-0.0576*** (0.00506)
Yaşın Karesi	0.000656*** (6.27e-05)	0.000639*** (6.09e-05)	0.000671*** (6.03e-05)	0.000445*** (6.34e-05)	0.000607*** (7.86e-05)	0.000611*** (5.46e-05)
Gelir	3.99e-05*** (2.84e-06)	3.47e-05*** (2.99e-06)	4.01e-05*** (3.04e-06)	2.48e-05*** (3.19e-06)	-2.98e-05*** (6.17e-06)	0.000845*** (5.99e-05)
Gelir Sıralaması	0.0895*** (0.00710)	0.0800*** (0.00711)	0.0765*** (0.00745)	0.0340*** (0.00721)	0.0664*** (0.00984)	0.0905*** (0.00615)
Çocuk Sayısı	0.0113 (0.00870)	-0.00564 (0.00833)	0.0134* (0.00798)	-0.00315 (0.00918)	0.0243* (0.0146)	0.00193 (0.00694)
Evli	0.426*** (0.0345)	0.471*** (0.0389)	0.479*** (0.0340)	0.408*** (0.0384)	0.525*** (0.0507)	0.471*** (0.0312)
İşsiz	-0.178*** (0.0493)	-0.265*** (0.0462)	-0.189*** (0.0416)	-0.180*** (0.0576)	-0.262*** (0.0706)	-0.299*** (0.0413)
İlkokul Mezunu	0.124*** (0.0449)	0.00715 (0.0474)	0.0297 (0.0412)	0.150*** (0.0535)	-0.0815 (0.0787)	0.0805** (0.0384)
Ortaokul Mezunu	0.130*** (0.0448)	0.0950** (0.0438)	0.124*** (0.0429)	0.0889* (0.0466)	0.0768 (0.0668)	0.108*** (0.0380)
Lise Mezunu	0.0487 (0.0446)	0.0766* (0.0438)	0.0634 (0.0425)	0.0446 (0.0468)	-0.0152 (0.0595)	0.0788** (0.0384)
Üniversite Mezunu	-0.0478 (0.0497)	0.0914** (0.0456)	0.00448 (0.0489)	0.0473 (0.0470)	-0.0583 (0.0672)	0.0482 (0.0403)
Sağlık İyi	1.040*** (0.0338)	0.966*** (0.0341)	0.968*** (0.0310)	0.906*** (0.0388)	0.920*** (0.0522)	1.011*** (0.0289)
İnsanlara Güvenilir	0.153*** (0.0345)	0.243*** (0.0335)	0.181*** (0.0338)	0.193*** (0.0348)	0.180*** (0.0494)	0.217*** (0.0286)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.432*** (0.0307)	0.390*** (0.0302)	0.267*** (0.0287)	0.347*** (0.0344)	0.607*** (0.0455)	0.328*** (0.0259)

İnsan Haklarına Saygılı	0.190*** (0.0316)	0.294*** (0.0310)	0.263*** (0.0296)	0.176*** (0.0337)	0.147*** (0.0444)	0.269*** (0.0270)
Dindar	0.163*** (0.0413)	0.211*** (0.0368)	0.157*** (0.0372)	0.200*** (0.0409)	0.239*** (0.0529)	0.154*** (0.0329)
İlişkisel Zaman Endeksi	0.235*** (0.0259)	0.277*** (0.0269)	0.253*** (0.0245)	0.201*** (0.0276)	0.363*** (0.0385)	0.199*** (0.0221)
Kadın			0.282*** (0.0287)	0.233*** (0.0313)	0.277*** (0.0423)	0.241*** (0.0257)
Eşik1	-1.440*** (0.173)	-0.981*** (0.176)	-0.787*** (0.161)	-2.690*** (0.212)	-4.511*** (0.330)	4.204*** (0.467)
Eşik2	0.845*** (0.169)	1.221*** (0.173)	1.442*** (0.160)	-0.160 (0.197)	-2.006*** (0.321)	6.365*** (0.467)
Eşik3	3.697*** (0.172)	4.037*** (0.176)	4.114*** (0.162)	3.030*** (0.199)	0.818** (0.320)	9.210*** (0.470)
Gözlem	19,387	19,518	20,374	18,282	9,169	26,548
Pseudo R-kare	0.112	0.107	0.0907	0.0977	0.0894	0.110
LR Ki-kare	4659	4569	4233	3373	1701	6362
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.4’te ilişkisel zaman endeksinin alt grup sonuçları sunulmuştur. Tüm alt gruplarda, ilişkisel zaman endeksi ile mutluluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda hem kadınların hem de erkeklerin kişisel ve sosyal ilişkilere ayırdıkları zaman arttığında mutlulukları da artmaktadır. Aynı şekilde gelir tatmininin düşük ve yüksek olduğunu bildiren bireylerin sosyalleşmeye ayırdıkları zaman arttığında mutluluklarının da arttığı anlaşılmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireyler aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı, spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ve aynı dine inanan kişiler ile geçirdikleri vakit arttığında mutluluk düzeylerinin de arttığı ifade edilebilir.



Tablo 5.5: Dünya Geneli İlişkisel Zaman Endeksi İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Gelir Tatmini Düşük	(4) Gelir Tatmini Yüksek	(5) GÜ	(6) GOÜ
Yaş	0.939*** (0.00541)	0.944*** (0.00547)	0.939*** (0.00525)	0.959*** (0.00572)	0.944*** (0.00713)	0.944*** (0.00478)
Yaşın Karesi	1.001*** (6.28e-05)	1.001*** (6.09e-05)	1.001*** (6.03e-05)	1.000*** (6.34e-05)	1.001*** (7.86e-05)	1.001*** (5.46e-05)
Gelir	1.000*** (2.84e-06)	1.000*** (2.99e-06)	1.000*** (3.04e-06)	1.000*** (3.19e-06)	1.000*** (6.17e-06)	1.001*** (6.00e-05)
Gelir Sıralaması	1.094*** (0.00776)	1.083*** (0.00770)	1.079*** (0.00805)	1.035*** (0.00746)	1.069*** (0.0105)	1.095*** (0.00673)
Çocuk Sayısı	1.011 (0.00880)	0.994 (0.00828)	1.014* (0.00809)	0.997 (0.00915)	1.025* (0.0150)	1.002 (0.00695)
Evli	1.531*** (0.0528)	1.602*** (0.0622)	1.614*** (0.0549)	1.503*** (0.0577)	1.690*** (0.0857)	1.601*** (0.0500)
İşsiz	0.837*** (0.0413)	0.767*** (0.0354)	0.828*** (0.0344)	0.835*** (0.0481)	0.769*** (0.0543)	0.741*** (0.0306)
İlkokul Mezunu	1.132*** (0.0508)	1.007 (0.0477)	1.030 (0.0425)	1.161*** (0.0622)	0.922 (0.0725)	1.084** (0.0416)
Ortaokul Mezunu	1.139*** (0.0510)	1.100** (0.0482)	1.132*** (0.0485)	1.093* (0.0509)	1.080 (0.0722)	1.114*** (0.0423)
Lise Mezunu	1.050 (0.0468)	1.080* (0.0473)	1.065 (0.0453)	1.046 (0.0489)	0.985 (0.0586)	1.082** (0.0416)
Üniversite Mezunu	0.953 (0.0474)	1.096** (0.0499)	1.004 (0.0491)	1.048 (0.0493)	0.943 (0.0634)	1.049 (0.0423)
Sağlık İyi	2.830*** (0.0957)	2.627*** (0.0895)	2.632*** (0.0816)	2.475*** (0.0959)	2.510*** (0.131)	2.750*** (0.0794)
İnsanlara Güvenilir	1.165*** (0.0401)	1.275*** (0.0428)	1.199*** (0.0405)	1.213*** (0.0423)	1.197*** (0.0592)	1.242*** (0.0355)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	1.541*** (0.0472)	1.478*** (0.0446)	1.307*** (0.0376)	1.415*** (0.0486)	1.834*** (0.0835)	1.388*** (0.0360)
İnsan Haklarına Saygılı	1.209***	1.341***	1.300***	1.192***	1.158***	1.309***

	(0.0381)	(0.0416)	(0.0385)	(0.0402)	(0.0514)	(0.0354)
Dindar	1.177***	1.234***	1.171***	1.222***	1.270***	1.166***
	(0.0486)	(0.0454)	(0.0436)	(0.0500)	(0.0672)	(0.0383)
İlişkisel Zaman Endeksi	1.265***	1.319***	1.289***	1.222***	1.438***	1.220***
	(0.0328)	(0.0355)	(0.0316)	(0.0338)	(0.0554)	(0.0270)
Kadın			1.326***	1.262***	1.319***	1.273***
			(0.0381)	(0.0396)	(0.0558)	(0.0327)
Eşik1	0.237***	0.375***	0.455***	0.0679***	0.0110***	66.97***
	(0.0410)	(0.0661)	(0.0734)	(0.0144)	(0.00362)	(31.25)
Eşik2	2.328***	3.391***	4.229***	0.852	0.135***	580.9***
	(0.393)	(0.588)	(0.676)	(0.168)	(0.0431)	(271.4)
Eşik3	40.33***	56.66***	61.19***	20.69***	2.266**	9,993***
	(6.921)	(9.976)	(9.941)	(4.113)	(0.726)	(4,693)
Gözlem	19,387	19,518	20,374	18,282	9,169	26,548
Pseudo R-kare	0.112	0.107	0.0907	0.0977	0.0894	0.110
LR Ki-kare	4659	4569	4233	3373	1701	6362
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.5’te alt gruplar için ilişkisel zaman endeksinin fark oranları rapor edilmiştir. Erkeklerde aile, akraba, arkadaşlar, iş arkadaşları çevresindeki diğer kişilerle geçirdikleri vakit arttığında yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,319 kat artmaktadır. Kadınlar için ilişkisel zaman endeksinin fark oranı 1,265’dir. Sosyalleşmeye ayrılan zamanın mutluluk üzerindeki etkisi erkeklerde daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde sosyal ve kişisel ilişkilere ayrılan zaman arttığında yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,438 kat artmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde bu oran 1,220’dir. İlişkisel mallara yapılan zaman yatırımının gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyleri daha fazla etkilediği ifade edilebilir. Gelir tatmin düzeyi düşük olan bireylerin sosyalleşmeye ayırdıkları zaman arttığında yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,289 kat arttığı görülmektedir. Bu değer gelir tatmin düzeyi yüksek olan bireyler için 1,222’dir. İlişkisel malların üretimi/tüketimi için ayrılan zaman gelir tatmin düzeyi düşük olan bireyleri daha fazla etkilemektedir. Bu sonuç, Becchetti ve diğerleri (2011)’nin yüksek gelir düzeylerinin ilişkisel malları dışladığı, yani gelir düzeyi arttıkça bireylerin ilişkiler için daha az zaman ayırdığı bulgusu ile tutarlıdır. Becchetti ve diğerleri (2011)’ne göre yüksek gelir, gelir etkisiyle sosyal ilişkilere ayrılan boş zamanı arttırabilir. Ancak yüksek gelire sahip bireyler genel olarak ilişkilere ayrılan zaman için yüksek fırsat maliyetine sahip olan gelir grubundaki kişilerle ilişki içindedir. İlişkisel mallar, en az iki kişinin karşılıklı iletişimini gerektirdiği için ikame etkisi, ortak üreticilerden sadece biri için gelir etkisinden daha yüksek ise ilişkisel malların üretimi/tüketimi azalmaktadır. Bu bağlamda gelir tatmini yüksek olan bireyler daha az ilişkisel mal üretmekte/tüketmektedir.

Tablo 5.6: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Gelir Tatmini Düşük	(4) Gelir Tatmini Yüksek	(5) GÜ	(6) GOÜ
Yaş	-0.0608*** (0.00640)	-0.0553*** (0.00631)	-0.0607*** (0.00628)	-0.0412*** (0.00643)	-0.0563*** (0.00788)	-0.0534*** (0.00577)
Yaşın Karesi	0.000634*** (6.94e-05)	0.000604*** (6.63e-05)	0.000639*** (6.76e-05)	0.000430*** (6.82e-05)	0.000584*** (8.20e-05)	0.000557*** (6.20e-05)
Gelir	3.92e-05*** (3.03e-06)	3.60e-05*** (3.18e-06)	4.13e-05*** (3.21e-06)	2.32e-05*** (3.41e-06)	-3.14e-05*** (6.29e-06)	0.000862*** (7.20e-05)
Gelir Sıralaması	0.0943*** (0.00787)	0.0761*** (0.00764)	0.0776*** (0.00825)	0.0337*** (0.00775)	0.0647*** (0.0103)	0.0927*** (0.00688)
Çocuk Sayısı	0.00716 (0.00970)	-0.00400 (0.00902)	0.0115 (0.00895)	-0.00380 (0.00981)	0.0267* (0.0153)	0.000890 (0.00778)
Evli	0.386*** (0.0382)	0.441*** (0.0418)	0.446*** (0.0379)	0.383*** (0.0412)	0.484*** (0.0527)	0.433*** (0.0353)
İşsiz	-0.190*** (0.0544)	-0.302*** (0.0515)	-0.189*** (0.0467)	-0.225*** (0.0626)	-0.307*** (0.0737)	-0.346*** (0.0475)
İlkokul Mezunu	0.0543 (0.0521)	-0.0232 (0.0525)	-0.0452 (0.0479)	0.0921 (0.0587)	-0.121 (0.0812)	0.0118 (0.0454)
Ortaokul Mezunu	0.131*** (0.0497)	0.125*** (0.0471)	0.135*** (0.0475)	0.0879* (0.0500)	0.0669 (0.0687)	0.129*** (0.0428)
Lise Mezunu	0.0667 (0.0491)	0.108** (0.0481)	0.109** (0.0477)	0.0508 (0.0502)	-0.00821 (0.0624)	0.117*** (0.0434)
Üniversite Mezunu	-0.00732 (0.0540)	0.123** (0.0491)	0.0138 (0.0538)	0.0949* (0.0500)	-0.0498 (0.0697)	0.0914** (0.0446)
Sağlık İyi	1.073*** (0.0384)	0.995*** (0.0373)	1.000*** (0.0352)	0.928*** (0.0423)	0.954*** (0.0546)	1.040*** (0.0333)
İnsanlara Güvenilir	0.149*** (0.0389)	0.227*** (0.0364)	0.177*** (0.0382)	0.188*** (0.0377)	0.167*** (0.0513)	0.211*** (0.0326)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.513*** (0.0346)	0.460*** (0.0331)	0.351*** (0.0324)	0.391*** (0.0377)	0.631*** (0.0475)	0.425*** (0.0298)

İnsan Haklarına Saygılı	0.161*** (0.0352)	0.277*** (0.0337)	0.233*** (0.0332)	0.169*** (0.0364)	0.143*** (0.0463)	0.244*** (0.0306)
Dindar	0.117** (0.0455)	0.211*** (0.0405)	0.130*** (0.0419)	0.187*** (0.0440)	0.220*** (0.0565)	0.126*** (0.0368)
Aile-Akraba Geçirilen Zaman Fazla	0.160*** (0.0453)	0.192*** (0.0466)	0.181*** (0.0428)	0.120** (0.0505)	0.139** (0.0576)	0.233*** (0.0434)
Arkadaşlar Geçirilen Zaman Fazla	0.0727* (0.0425)	0.0599 (0.0484)	0.0469 (0.0423)	0.0646 (0.0493)	0.172*** (0.0612)	0.0639 (0.0394)
İş Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla	0.0276 (0.0362)	0.103*** (0.0357)	0.0882** (0.0345)	0.0344 (0.0374)	0.0585 (0.0465)	0.0303 (0.0323)
İbadet Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla	0.208*** (0.0378)	0.163*** (0.0379)	0.177*** (0.0354)	0.154*** (0.0385)	0.353*** (0.0504)	0.0510 (0.0323)
Kulüplerdeki Kişiler Geçirilen Zaman Fazla	0.0511 (0.0407)	0.151*** (0.0350)	0.140*** (0.0378)	0.0432 (0.0376)	0.140*** (0.0478)	0.0979*** (0.0345)
Kadın			0.242*** (0.0325)	0.199*** (0.0339)	0.229*** (0.0446)	0.181*** (0.0293)
Eşik1	-1.745*** (0.195)	-1.207*** (0.196)	-1.028*** (0.182)	-3.051*** (0.236)	-4.767*** (0.345)	4.075*** (0.546)
Eşik2	0.754*** (0.189)	1.168*** (0.192)	1.419*** (0.180)	-0.397* (0.216)	-2.263*** (0.335)	6.505*** (0.546)
Eşik3	3.631*** (0.192)	4.064*** (0.195)	4.163*** (0.183)	2.823*** (0.217)	0.543 (0.335)	9.456*** (0.549)
Gözlem	15,581	16,795	16,298	15,862	8,477	20,907
Pseudo R-kare	0.121	0.115	0.101	0.0981	0.0886	0.125
LR Ki-kare	3996	4164	3710	2896	1555	5605
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.6’da sunulan sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenlerinin alt grup sonuçlarına göre, kadınlarda aile-akraba, arkadaş ve aynı dine inanan kişilerle bir araya gelip daha sık vakit geçirmek mutluluklarını arttırmaktadır. Ancak kadınlar için iş arkadaşları ve spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ile daha sık vakit geçirmek anlamlı değildir. Erkekler için ise sadece arkadaşlarla daha fazla zaman geçirmek anlamlı değildir. Aile-akraba, iş arkadaşları, ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ve kulüplerdeki (spor, kültür vb.) kişiler ile bir araya gelip daha fazla zaman geçiren erkekler, daha az zaman geçiren erkeklere göre daha mutludur. Gelir tatmini yüksek bireylerde sadece aile-akraba ve aynı dine inanan kişiler ile daha sık vakit geçirmek anlamlıdır ve bu kişilere sosyalleşmek için zaman ayırmak gelir tatmini yüksek bireylerin mutluluğunu arttırmaktadır. Gelir tatmini düşük bireylerde ise aile-akraba, iş arkadaşları, aynı dine inanan kişiler ve spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ile bir araya gelip daha sık vakit geçirmek mutluluğu anlamlı ve pozitif olarak etkilemektedir. Gelir tatmini düşük bireyler için arkadaşlar ile daha sık vakit geçirmek mutluluk modelinde anlamlı değildir. Gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireyler sadece aile-akraba ve kulüplerdeki kişiler ile daha fazla zaman geçirdiklerinde mutlu olabilmektedir. Bu ülkelerde yaşayan bireyler için diğer sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenleri anlamsız bulunmuştur. Gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyler için ise aile-akraba, arkadaşlar, ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ve kulüplerdeki kişiler ile bir araya gelip arkadaşlık ya da sohbet etmek, bir etkinliğe katılmak için daha fazla zaman ayırmak anlamlıdır ve beklenildiği gibi mutluluğu olumlu etkilemektedir. Gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyler için sadece iş arkadaşlarıyla daha fazla zaman geçirmek anlamlı değildir. Bu ülkelerde haftalık ortalama çalışma saati daha az olduğu için bireyler iş arkadaşlarıyla birlikte geçirdikleri vakit fazla olmayabilir. Bu nedenle iş arkadaşları ile daha fazla zaman geçirmek değişkeni gelişmiş ülkeler için anlamsız bulunmuş olabilir.

Genel olarak alt grup sonuçları incelendiğinde, tüm alt gruplarda ilişkisel zaman göstergeleri arasında sadece aile ve akrabalar ile bir araya gelip birlikte daha sık vakit geçirmek mutluluğu anlamlı ve olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Bu bulgu, tatile gitmek, egzersiz yapmak, yürüyüşe çıkmak, etkinliklere katılmak gibi aile ile birlikte geçirilen zamanın en önemli mutluluk kaynaklarından biri olduğunu göstermektedir. Aile, bireylerin küçük yaşta sevgi, güven, aidiyet gibi duygusal ihtiyaçların karşılanabileceği tek yapıdır. Aile üyeleri arasındaki paylaşım, ailenin güvende ve sağlıklı olması bireylerin mutlu olmasını sağlayan önemli faktörlerdir.



Tablo 5.7: Dünya Geneli Sosyalleşmeye Ayrılan Zaman Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Gelir Tatmini Düşük	(4) Gelir Tatmini Yüksek	(5) GÜ	(6) GOÜ
Yaş	0.941*** (0.00603)	0.946*** (0.00597)	0.941*** (0.00591)	0.960*** (0.00617)	0.945*** (0.00745)	0.948*** (0.00547)
Yaşın Karesi	1.001*** (6.95e-05)	1.001*** (6.63e-05)	1.001*** (6.76e-05)	1.000*** (6.82e-05)	1.001*** (8.21e-05)	1.001*** (6.20e-05)
Gelir	1.000*** (3.03e-06)	1.000*** (3.18e-06)	1.000*** (3.21e-06)	1.000*** (3.41e-06)	1.000*** (6.29e-06)	1.001*** (7.21e-05)
Gelir Sıralaması	1.099*** (0.00865)	1.079*** (0.00824)	1.081*** (0.00891)	1.034*** (0.00802)	1.067*** (0.0110)	1.097*** (0.00755)
Çocuk Sayısı	1.007 (0.00977)	0.996 (0.00899)	1.012 (0.00906)	0.996 (0.00977)	1.027* (0.0158)	1.001 (0.00779)
Evli	1.471*** (0.0562)	1.554*** (0.0649)	1.562*** (0.0592)	1.467*** (0.0605)	1.623*** (0.0855)	1.543*** (0.0545)
İşsiz	0.827*** (0.0450)	0.739*** (0.0381)	0.828*** (0.0386)	0.799*** (0.0500)	0.736*** (0.0542)	0.707*** (0.0336)
İlkokul Mezunu	1.056 (0.0550)	0.977 (0.0513)	0.956 (0.0458)	1.096 (0.0643)	0.886 (0.0720)	1.012 (0.0459)
Ortaokul Mezunu	1.140*** (0.0567)	1.133*** (0.0533)	1.145*** (0.0544)	1.092* (0.0546)	1.069 (0.0734)	1.138*** (0.0486)
Lise Mezunu	1.069 (0.0524)	1.114** (0.0535)	1.115** (0.0532)	1.052 (0.0529)	0.992 (0.0619)	1.125*** (0.0488)
Üniversite Mezunu	0.993 (0.0537)	1.131** (0.0555)	1.014 (0.0546)	1.100* (0.0550)	0.951 (0.0663)	1.096** (0.0489)
Sağlık İyi	2.924*** (0.112)	2.706*** (0.101)	2.718*** (0.0957)	2.529*** (0.107)	2.597*** (0.142)	2.829*** (0.0943)
İnsanlara Güvenilir	1.160*** (0.0452)	1.255*** (0.0457)	1.194*** (0.0456)	1.207*** (0.0455)	1.182*** (0.0607)	1.236*** (0.0403)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	1.671*** (0.0578)	1.584*** (0.0524)	1.420*** (0.0460)	1.479*** (0.0557)	1.879*** (0.0893)	1.530*** (0.0456)
İnsan Haklarına Saygılı	1.174***	1.319***	1.263***	1.184***	1.154***	1.277***

Dindar	(0.0413) 1.124**	(0.0445) 1.235***	(0.0419) 1.139***	(0.0431) 1.205***	(0.0535) 1.246***	(0.0391) 1.134***
Aile-Akraba Geçirilen Zaman Fazla	(0.0512) 1.173***	(0.0500) 1.212***	(0.0477) 1.198***	(0.0530) 1.128**	(0.0704) 1.149**	(0.0417) 1.262***
Arkadaşlar Geçirilen Zaman Fazla	(0.0532) 1.075*	(0.0565) 1.062	(0.0513) 1.048	(0.0569) 1.067	(0.0662) 1.188***	(0.0548) 1.066
İş Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla	(0.0457) 1.028	(0.0514) 1.109***	(0.0443) 1.092**	(0.0526) 1.035	(0.0727) 1.060	(0.0420) 1.031
İbadet Arkadaşı Geçirilen Zaman Fazla	(0.0372) 1.231***	(0.0396) 1.177***	(0.0377) 1.194***	(0.0387) 1.166***	(0.0494) 1.424***	(0.0332) 1.052
Kulüplerdeki Kişiler Geçirilen Zaman Fazla	(0.0465) 1.052	(0.0446) 1.163***	(0.0423) 1.150***	(0.0449) 1.044	(0.0717) 1.151***	(0.0340) 1.103***
	(0.0428)	(0.0406)	(0.0434)	(0.0392)	(0.0550)	(0.0380)
Kadın			1.274*** (0.0413)	1.221*** (0.0414)	1.258*** (0.0561)	1.199*** (0.0351)
Eşik1	0.175*** (0.0341)	0.299*** (0.0587)	0.358*** (0.0651)	0.0473*** (0.0111)	0.00850*** (0.00294)	58.87*** (32.14)
Eşik2	2.125*** (0.402)	3.216*** (0.618)	4.134*** (0.744)	0.672* (0.145)	0.104*** (0.0349)	668.4*** (365.3)
Eşik3	37.75*** (7.243)	58.21*** (11.36)	64.27*** (11.76)	16.82*** (3.658)	1.721 (0.576)	12,788*** (7,025)
Gözlem	15,581	16,795	16,298	15,862	8,477	20,907
Pseudo R-kare	0.121	0.115	0.101	0.0981	0.0886	0.125
LR Ki-kare	3996	4164	3710	2896	1555	5605
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke s<abit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.7'deki sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenlerin fark oranlarına göre, aile-akraba ve arkadaşlar ile bir araya gelip daha fazla zaman geçiren kadınlar, daha az zaman geçiren kadınlara oranla mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,173 ve 1,075 kat daha fazladır. İbadet yerinde aynı dine inanan kişilerle arkadaşlık ya da sohbet etmek için daha fazla zaman ayıran kadınlar, daha az zaman ayıran kadınlara göre 1,231 kat daha fazla mutludur. Bu değer erkekler için 1,777 olarak hesaplanmıştır. Aynı dine inanan kişilerle daha sık vakit geçirmek kadınları daha fazla etkilemektedir. Aile-akraba, iş arkadaşları ve spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ile daha fazla zaman geçiren erkekler, daha az zaman geçiren erkeklere kıyasla sırasıyla 1,212, 1,109 ve 1,163 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Gelir tatmin düzeyine göre sonuçlar değerlendirildiğinde, aile-akraba ve aynı dine inanan kişiler ile daha sık vakit geçirmenin mutluluk üzerindeki etkisi gelir tatmini düşük olan bireylerde daha fazla olduğu görülmektedir. Buna göre aile-akraba ve aynı dine inanan kişiler ile daha sık vakit geçirmek değişkenlerin fark oranları, gelir tatmini yüksek bireyler için sırasıyla 1,128 ve 1,166 iken, gelir tatmini düşük bireyler için bu değerler sırasıyla 1,198 ve 1,194'dür. Ayrıca gelir tatmini düşük bireyler için iş arkadaşları ve kulüplerdeki kişiler ile daha sık vakit geçirmek değişkenlerin fark oranları sırasıyla 1,092 ve 1,150 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda iş arkadaşları ve kulüplerdeki kişiler ile bir araya gelip daha sık vakit geçiren gelir tatmini düşük bireyler, daha az vakit geçiren gelir tatmini düşük bireylere oranla mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,092 ve 1,150 kat daha fazla olduğu söylenebilir. Gelişmiş ülkelerde aile-akraba ile daha fazla zaman geçirenler, daha az zaman geçirenlere göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılığı 1,149 kat daha fazladır. Gelişmekte olan ülkelerde bu oran 1,262'dir. Aile ve akrabaya zaman ayırmak gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireyleri daha fazla etkilemektedir. Ancak spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ile birlikte aktivite yapmak ya da sohbet etmek için daha fazla zaman ayırmak gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyleri daha fazla etkilemektedir. Gelişmiş ülkelerdeki bireyler yüksek gelir düzeyine sahip oldukları

için spor, kültür, sanat gibi etkinliklere daha fazla katılarak güçlü bağlar kurabilirler. Bu nedenle bu tür etkinliklere zaman ayırdıklarında, gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireylere göre daha mutlu olabilirler. Bununla birlikte gelişmiş ülkelerde arkadaşlar ve aynı dine inanan kişiler ile daha fazla zaman geçirenler, daha az vakit geçirenlere kıyasla sırasıyla 1,188 kat ve 1,424 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Ancak gelişmekte olan ülkelerde arkadaşlar ve aynı dine inanan kişiler ile daha sık vakit geçirmek anlamlı değildir.

Alt grup sonuçlarına göre mutluluğa en yüksek katkı yapan sosyalleşmeye ayrılan zaman göstergeleri, aile-akraba ve ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile daha fazla zaman geçirmektir. Erkekler, gelir tatmini düşük olanlar ve gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireyler aile-akraba ile bir araya gelip daha sık vakit geçirdiklerinde yüksek mutluluk düzeylerine sahip olurken; kadınlar, gelir tatmini yüksek olanlar ve gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyler ise ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile bir araya gelip daha sık vakit geçirdiklerinde yüksek mutluluk düzeylerine sahip olmaktadır. Genel olarak bireyler aile, akrabalar ve ibadet arkadaşlarına zaman ayırarak sevgi, aidiyet, sosyal onay, dayanışma gibi değerler paylaşıp mutlu olabilmektedir. Dolayısıyla aile ve din insanları mutlu eden önemli etkenler olduğu anlaşılmaktadır.

5.1.4. Gönüllü Çalışma Değişkenlerin Analiz Sonuçları

Tablo 5.8'te gönüllü çalışma ile mutluluk arasındaki ilişkiyi araştırmak için mutluluk modelinde yer alan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler rapor edilmiştir. Tablo 5.8'e göre, araştırmaya katılanların ortalama mutluluk düzeyi 3,087, yaş ortalaması ise 42'dir. Katılımcıların % 48'i erkek, % 52'si kadın ve % 57'si evli, % 43'ü ise bekârdır. İlkokul mezunları % 13'lük bir kesimi oluştururken, ortaokul mezunları % 19'luk, lise mezunları % 17'lik ve üniversite mezunları % 16'lık bir kesimi oluşturmaktadır. Katılımcıların sahip olduğu çocuk sayısı ortalaması 1,9 iken, ortalama nispi gelir konumu 4,7'dir. Katılımcıların sağlık durumuna bakıldığında, sağlığını iyi olarak bildirenlerin

oranı % 66, orta olarak bildirenlerin oranı % 27, kötü olarak bildirenlerin oranı ise % 7 olduğu gözlenmektedir. İşsiz olduğunu bildirenlerin oranı % 9, dindar olduğunu bildirenlerin oranı ise % 68'dir. İnsanların çoğunun güvenilir olduğunu düşünenlerin oranı % 26 iken, insanlara karşı çok dikkatli olunmasını gerektiğini düşünenlerin oranı % 74'dür. Hayatının akışı ve başına gelenler konusunda yüksek düzeyde özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunu bildirenlerin oranı % 73, düşük düzeyde özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunu bildirenlerin oranı ise % 27'dir. Ülkesinde insan haklarına büyük ölçüde saygı gösterildiğini düşünenlerin oranı % 60 iken, pek saygı gösterilmediğini düşünenlerin oranı % 40'dır.

Araştırmaya katılanların gönüllü çalışma durumu incelendiğinde, spor kulüpleri ve boş zamanı değerlendirmeye yönelik kuruluşların gönüllü olarak yönetimde görev alanların ya da önemli faaliyetlerine katılanların oranı % 12 iken, dini dernek, vakıf ya da kuruluşların faaliyetlerine gönüllü olarak katılanların oranı % 20 olduğu görülmektedir. Eğitim, müzik, kültür, sanat gibi alanlarda çalışan kuruluşların gönüllü faaliyetlerine katılanların oranı % 9, hayır kuruluşları, yardım dernekleri, insani örgütlerin gönüllü faaliyetlerine katılanların oranı ise % 8'dir. İşçi sendikasının gönüllü olarak faaliyetlerine katılanların oranı % 8, siyasi partilerin gönüllü olarak faaliyetlerine katılanların oranı ise % 6'dır. Çevre koruma dernekleri, vakıfları gibi çevreci kuruluşların gönüllü etkinliklerinde yer alanların oranı % 5 iken, meslek odaları, esnaf odaları, barolar gibi meslek kuruluşların gönüllü etkinliklerinde yer alanların oranı % 7'dir.

Tablo 5.8: Dünya Geneli Tanımlayıcı İstatistikler (Gönüllü Çalışma)

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Min.	Max.
Mutluluk	3.087	0.742	1	4
Yaş	41.73	16.34	15	103
Yaşın Karesi	2,008	1,523	225	10,609
Erkek	0.478	0.500	0	1
Kadın	0.522	0.500	0	1
Evli	0.571	0.495	0	1
Bekâr	0.429	0.495	0	1

Çocuk Sayısı	1.856	1.764	0	24
İşsiz	0.0913	0.288	0	1
İlkokul Mezunu	0.134	0.340	0	1
Ortaokul Mezunu	0.187	0.390	0	1
Lise Mezunu	0.165	0.371	0	1
Üniversite Mezunu	0.157	0.364	0	1
Gelir Sıralaması	4.669	2.263	1	10
Sağlık İyi	0.661	0.473	0	1
Sağlık Orta	0.268	0.443	0	1
Sağlık Kötü	0.0708	0.256	0	1
İnsanlara Güvenilir	0.258	0.426	0	1
İnsanlara Karşı Dikkatli Olunması Gerekir	0.736	0.441	0	1
İnsan Haklarına Saygılı	0.596	0.491	0	1
İnsan Haklarına Saygılı Değil	0.404	0.491	0	1
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Düşük	0.268	0.443	0	1
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.732	0.443	0	1
Dindar	0.685	0.465	0	1
Spor Kulübüne Aktif Üye	0.124	0.329	0	1
Dini Derneklere Aktif Üye	0.197	0.398	0	1
Sanat-Müzik Kuruluşlarına Aktif Üye	0.0917	0.289	0	1
İşçi Sendikasına Aktif Üye	0.0802	0.272	0	1
Siyasi Partiye Aktif Üye	0.0636	0.244	0	1
Çevreci Kuruluşlara Aktif Üye	0.0525	0.223	0	1
Meslek Kuruluşlarına Aktif Üye	0.0662	0.249	0	1
Hayır Kuruluşlarına Aktif Üye	0.0780	0.268	0	1

Dünya genelinde gönüllü çalışmanın mutluluk üzerindeki net etkisini araştırmak için değişkenlerin ayrı ayrı eklendiği dokuz model oluşturulmuştur. İlk model sadece sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik faktörler, sonraki yedi model her bir gönüllü çalışma göstergesi ve son model ise tüm gönüllü çalışma değişkenleri ilave edilerek oluşturulmuştur.

Tablo 5.9 incelendiğinde, sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik değişkenlerin analiz sonuçları, sosyalleşmeye ayrılan zamanın mutluluk üzerindeki etkisinin araştırıldığı kısımdaki sonuçlar ile tutarlı olduğu görülmektedir. Farklı olarak model 1’de çocuk sayısı değişkeninin katsayısı pozitif ve anlamlı bulunmuştur. Hesaplanan fark oranına göre, bireylerin sahip olduğu çocuk sayısı arttığında mutlu olma olasılığı 1,027 kat artmaktadır. Literatürdeki çalışmalarda çocuk sayısı ve mutluluk arasında farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Genel olarak çocuk sahibi olmak ve çocuk sayısının artması

mutluluk getirirken, bazı çalışmalarda çocuk sayısının artması mutluluğu anlamlı ya da olumlu etkilemediği bulunmuştur. Becker (1992), bir ailenin geliri çocuklarının sağlık, eğitim gibi masraflarını karşılayamıyorsa ebeveyn olmanın ilave mutluluk getirmediğini; ailenin geliri arttıkça sahip olmak istediği çocuk sayısında bir artış olduğu öne sürmüştür. Shi (2016) çalışmasında, belirli bir sayıda çocuğu en iyi şekilde yetiştirmenin ebeveynlerin yaşlılık döneminde yaşam kalitesini iyileştirmede güçlü bir etkiye sahip olduğunu; ancak çocuk sayısındaki artış yaşam kalitesini olumsuz etkilediğini belirlemiştir. Shi (2016) göre, bazı ailelerin çocuklarına rahatlıkla bakacak ve yetiştirecek kadar yeterli gelirleri olmadığından yaşlılık döneminde kendilerine bakması için daha fazla sayıda çocuk sahibi olmayı isteyebilir. Ancak bu tercihin yaşlılık dönemi için geleceğe yapılmış iyi bir yatırım olarak değerlendirilemeyeceğini belirtmiştir. Genel olarak çocuk sahibi olmanın mali koşullardan bağımsız olarak ebeveynlerin mutlu olmasını sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 5.9’da her bir gönüllü çalışma değişkeni mutluluk modeline ayrı ayrı eklendiğinde literatüre uyumlu olarak tüm değişkenlerin katsayısı anlamlı ve pozitif bulunmuştur. Bu doğrultuda birlikte gönüllü çalışma yapan bireylerin, gönüllü olarak bu tür çalışmalarda bulunmayan bireylere göre yoğun bir sosyal katılım gerçekleştirdiklerinden daha mutlu oldukları ifade edilebilir. Tüm gönüllü çalışma değişkenleri mutluluk modeline eklendiğinde ise siyasi parti, çevreci ve meslek gönüllü kuruluşların faaliyetlerine aktif katılmak değişkenlerinin katsayıları artık anlamlı değildir. Bruni ve Stanca (2008)’ya göre bu sonuç, ilişkisel malların üretilebilmesi/tüketilebilmesi için gerekli olan içtenlik unsurunun mutluluk ile güçlü bir şekilde ilişki olduğunun bir göstergesidir. İlişkisel malları üretmeye/tüketmeye iten içsel güdüler ile hayır kuruluşları, dini dernekler, spor kulüpleri, eğitim, müzik, sanat, kültür gibi kuruluşların gönüllü etkinliklerinde yer almak, ortak bir amaç için bir araya gelen

kuruluşların (siyasi parti, çevreci ve meslek kuruluşları vb.) gönüllü etkinliklerinde yer almaya göre bireysel mutluluk üzerinde daha yüksek bir etkiye sahiptir.



Tablo 5.9: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Model1	(2) Model2	(3) Model3	(4) Model4	(5) Model5	(6) Model6	(7) Model7	(8) Model8	(9) Model9	(10) Model10
Yaş	-0.0496*** (0.00206)	-0.0496*** (0.00210)	-0.0499*** (0.00210)	-0.0497*** (0.00209)	-0.0512*** (0.00212)	-0.0507*** (0.00211)	-0.0505*** (0.00210)	-0.0510*** (0.00211)	-0.0505*** (0.00211)	-0.0503*** (0.00214)
Yaşın Karesi	0.000472*** (2.13e-05)	0.000472*** (2.16e-05)	0.000470*** (2.17e-05)	0.000472*** (2.15e-05)	0.000485*** (2.18e-05)	0.000480*** (2.17e-05)	0.000478*** (2.17e-05)	0.000484*** (2.17e-05)	0.000477*** (2.17e-05)	0.000474*** (2.21e-05)
Gelir Sıralaması	0.116*** (0.00291)	0.115*** (0.00296)	0.117*** (0.00296)	0.115*** (0.00295)	0.115*** (0.00298)	0.116*** (0.00298)	0.117*** (0.00296)	0.116*** (0.00298)	0.117*** (0.00297)	0.115*** (0.00302)
Çocuk Sayısı	0.0270*** (0.00418)	0.0293*** (0.00430)	0.0273*** (0.00431)	0.0293*** (0.00429)	0.0276*** (0.00437)	0.0274*** (0.00437)	0.0285*** (0.00431)	0.0266*** (0.00435)	0.0286*** (0.00432)	0.0279*** (0.00442)
Kadın	0.113*** (0.0113)	0.114*** (0.0115)	0.0945*** (0.0115)	0.101*** (0.0114)	0.109*** (0.0116)	0.108*** (0.0116)	0.103*** (0.0115)	0.106*** (0.0115)	0.0971*** (0.0115)	0.108*** (0.0118)
Evli	0.417*** (0.0136)	0.429*** (0.0138)	0.423*** (0.0139)	0.426*** (0.0138)	0.434*** (0.0139)	0.434*** (0.0139)	0.426*** (0.0138)	0.428*** (0.0139)	0.426*** (0.0139)	0.437*** (0.0141)
İşsiz	-0.255*** (0.0199)	-0.248*** (0.0202)	-0.248*** (0.0203)	-0.250*** (0.0202)	-0.254*** (0.0204)	-0.257*** (0.0204)	-0.255*** (0.0203)	-0.260*** (0.0204)	-0.252*** (0.0203)	-0.250*** (0.0206)
İlkokul Mezunu	0.0618*** (0.0192)	0.0731*** (0.0197)	0.0692*** (0.0198)	0.0714*** (0.0196)	0.0683*** (0.0198)	0.0676*** (0.0198)	0.0694*** (0.0197)	0.0677*** (0.0198)	0.0706*** (0.0198)	0.0752*** (0.0201)
Ortaokul Mezunu	0.0700*** (0.0170)	0.0741*** (0.0173)	0.0763*** (0.0173)	0.0743*** (0.0172)	0.0745*** (0.0174)	0.0744*** (0.0174)	0.0748*** (0.0173)	0.0744*** (0.0173)	0.0727*** (0.0173)	0.0761*** (0.0175)
Lise Mezunu	0.0588*** (0.0175)	0.0623*** (0.0178)	0.0631*** (0.0178)	0.0630*** (0.0177)	0.0649*** (0.0180)	0.0653*** (0.0180)	0.0622*** (0.0178)	0.0630*** (0.0179)	0.0601*** (0.0179)	0.0605*** (0.0181)
Üniversite Mezunu	0.0200 (0.0179)	0.0213 (0.0182)	0.0234 (0.0183)	0.0158 (0.0182)	0.0353* (0.0185)	0.0337* (0.0184)	0.0263 (0.0182)	0.0235 (0.0184)	0.0187 (0.0183)	0.0160 (0.0187)
Sağlık İyi	1.093*** (0.0140)	1.085*** (0.0143)	1.088*** (0.0144)	1.092*** (0.0143)	1.087*** (0.0144)	1.088*** (0.0144)	1.089*** (0.0143)	1.090*** (0.0144)	1.088*** (0.0144)	1.080*** (0.0146)
İnsanlara Güvenilir	0.201*** (0.0139)	0.195*** (0.0142)	0.194*** (0.0143)	0.195*** (0.0142)	0.194*** (0.0144)	0.193*** (0.0144)	0.198*** (0.0142)	0.198*** (0.0143)	0.198*** (0.0143)	0.180*** (0.0146)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.536*** (0.0139)	0.531*** (0.0142)	0.535*** (0.0142)	0.532*** (0.0141)	0.530*** (0.0143)	0.532*** (0.0143)	0.535*** (0.0142)	0.531*** (0.0142)	0.533*** (0.0143)	0.528*** (0.0144)
İnsan Haklarına Saygılı	0.250*** (0.0126)	0.230*** (0.0129)	0.228*** (0.0129)	0.232*** (0.0129)	0.230*** (0.0129)	0.228*** (0.0129)	0.230*** (0.0129)	0.231*** (0.0129)	0.228*** (0.0129)	0.230*** (0.0131)
Dindar	0.196*** (0.0137)	0.200*** (0.0140)	0.160*** (0.0143)	0.200*** (0.0140)	0.207*** (0.0141)	0.209*** (0.0141)	0.203*** (0.0140)	0.201*** (0.0140)	0.198*** (0.0141)	0.165*** (0.0145)
Spor Kulübüne Aktif Üye		0.218*** (0.0178)								0.151*** (0.0191)

Dini Derneklere Aktif Üye			0.265*** (0.0168)							0.228*** (0.0175)
Sanat-Müzik Kuruluşlarına Aktif Üye				0.195*** (0.0207)						0.0832*** (0.0226)
İşçi Sendikasına Aktif Üye					0.149*** (0.0261)					0.0508* (0.0277)
Siyasi Partiye Aktif Üye						0.132*** (0.0275)				0.0257 (0.0290)
Çevreci Kuruluşlara Aktif Üye							0.212*** (0.0307)			0.0334 (0.0344)
Meslek Kuruluşlarına Aktif Üye								0.129*** (0.0254)		0.0125 (0.0278)
Hayır Kuruluşlarına Aktif Üye									0.227*** (0.0232)	0.112*** (0.0258)
Eşik1	-2.400*** (0.0807)	-2.448*** (0.0816)	-2.488*** (0.0816)	-2.455*** (0.0815)	-2.487*** (0.0818)	-2.477*** (0.0817)	-2.473*** (0.0816)	-2.491*** (0.0818)	-2.471*** (0.0817)	-2.493*** (0.0822)
Eşik2	-0.166** (0.0792)	-0.166** (0.0799)	-0.214*** (0.0799)	-0.175** (0.0798)	-0.205** (0.0800)	-0.194** (0.0800)	-0.192** (0.0799)	-0.209*** (0.0800)	-0.196** (0.0799)	-0.217*** (0.0805)
Eşik3	2.795*** (0.0797)	2.805*** (0.0804)	2.744*** (0.0804)	2.796*** (0.0803)	2.762*** (0.0806)	2.771*** (0.0805)	2.778*** (0.0804)	2.761*** (0.0805)	2.764*** (0.0804)	2.747*** (0.0810)
Gözlem	127,278	123,125	122,341	123,844	120,952	121,091	122,819	121,667	121,828	118,665
Pseudo R-kare	0.113	0.110	0.109	0.109	0.109	0.108	0.109	0.109	0.109	0.110
LR Ki-kare	30679	28519	28323	28642	27790	27781	28403	27960	28168	27684
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri ve zaman sabit etkilerini eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler

standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.10’da gönüllü çalışma değişkenlerin fark oranları sunulmuştur. Model 2’de spor kulüplerine aktif üye değişkeninin fark oranı 1,243 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre spor, eğlence gibi boş zamanı değerlendirmeye yönelik kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılan bireyler, pasif yani faaliyetlere pek katılmayan bireylere kıyasla 1,243 kat daha mutludur. Model 3’deki hesaplanan fark oranı göre dini dernek, vakıf ya da kuruluşların yönetiminde görev alan veya önemli faaliyetlerine düzenli olarak katılan bireylerin, diğerlerine oranla mutlu olma olasılığı 1,303 kat daha fazladır. Sanat, müzik, eğitim, kültür gibi gönüllü kuruluşların faaliyetlerine aktif katılan bireylerin, pasif katılan bireylere oranla mutlu olma olasılığı 1,215 kat daha fazla olduğu görülmektedir. İşçi sendikası ve siyasi partiye aktif üyeliğin sonuçları değerlendirildiğinde, işçi sendikası ve siyasi partinin gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılanlar, pek ya da hiç katılmayanlara göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,161 ve 1,141 kat daha fazla olduğu ifade edilebilir. Çevre koruma dernekleri, vakıflar gibi çevreci kuruluşlarda ve meslek odaları, esnaf odaları, barolar gibi meslek kuruluşlarında gönüllü olarak aktif faaliyette bulunanlar, diğerlerine kıyasla sırasıyla 1,236 ve 1,138 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Model 8’de hayır kuruluşlarına aktif üye değişkeninin fark oranı 1,255’tir. Bu orana göre yardım dernekleri, insani örgütler gibi hayır kuruluşlarının gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılan bireyler, faaliyetlere pek ya da hiç katılmayan bireylere kıyasla 1,255 kat daha fazla mutludur. Gönüllü çalışma değişkenleri arasında mutluluğa en yüksek katkı yapan göstergeler, dini derneklerin, hayır kuruluşların ve spor kulüplerin gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmaktır. Morrow-Howel ve diğerleri (2003)’ne göre bireyler din, hayır, sanat, müzik, kültür, spor, eğlenceye yönelik gönüllü kuruluşlara herhangi bir karşılık beklemeden içten gelen yardım ile gönüllü olmakta iken; sendika, siyasi parti, meslek gönüllü kuruluşlarına kendilerini geliştirmek, işe girmek için sosyal çevre edinmek, belirli bir konuda yetkinlik kazanmak gibi dışsal güdülerle gönüllü olmaktadır. Meier ve Stutzer (2008)

alışmalarında, başkalarının yararına kişisel çıkarlardan vazgeçerek hareket eden gönüllülerin, takdir ve övgü kazanmak, özgüveni artırmak gibi dışsal motivasyon ile hareket eden gönüllülere kıyasla daha mutlu olduklarını bulmuşlardır. Bu bağlamda içsel nedenlerle gönüllü faaliyetlere katılanlar aslında bir karşılık beklemezsiniz sadece yardım etmek için başkalarıyla ilişki içinde olduklarından ilişkisel mallardan daha fazla fayda elde ederler. Bu gibi içsel motivasyonlara sahip sosyal bağlantılar bireyleri daha fazla mutlu etmektedir.



Tablo 5.10: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Ana Modelin Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Model1	(2) Model2	(3) Model3	(4) Model4	(5) Model5	(6) Model6	(7) Model7	(8) Model8	(9) Model9	(10) Model10
Yaş	0.952*** (0.00196)	0.952*** (0.00200)	0.951*** (0.00200)	0.952*** (0.00199)	0.950*** (0.00201)	0.951*** (0.00201)	0.951*** (0.00200)	0.950*** (0.00201)	0.951*** (0.00200)	0.951*** (0.00204)
Yaşın Karesi	1.000*** (2.13e-05)	1.000*** (2.16e-05)	1.000*** (2.17e-05)	1.000*** (2.16e-05)	1.000*** (2.18e-05)	1.000*** (2.18e-05)	1.000*** (2.17e-05)	1.000*** (2.17e-05)	1.000*** (2.17e-05)	1.000*** (2.21e-05)
Gelir Sıralaması	1.123*** (0.00327)	1.122*** (0.00332)	1.124*** (0.00333)	1.122*** (0.00331)	1.122*** (0.00335)	1.123*** (0.00335)	1.124*** (0.00333)	1.123*** (0.00335)	1.124*** (0.00334)	1.121*** (0.00339)
Çocuk Sayısı	1.027*** (0.00429)	1.030*** (0.00443)	1.028*** (0.00443)	1.030*** (0.00442)	1.028*** (0.00450)	1.028*** (0.00449)	1.029*** (0.00443)	1.027*** (0.00447)	1.029*** (0.00445)	1.028*** (0.00455)
Kadın	1.119*** (0.0126)	1.121*** (0.0129)	1.099*** (0.0126)	1.106*** (0.0126)	1.115*** (0.0129)	1.114*** (0.0129)	1.108*** (0.0127)	1.112*** (0.0128)	1.102*** (0.0127)	1.114*** (0.0131)
Evli	1.517*** (0.0206)	1.536*** (0.0212)	1.526*** (0.0212)	1.531*** (0.0211)	1.543*** (0.0215)	1.543*** (0.0215)	1.531*** (0.0212)	1.534*** (0.0213)	1.531*** (0.0213)	1.547*** (0.0218)
İşsiz	0.775*** (0.0154)	0.781*** (0.0158)	0.780*** (0.0158)	0.779*** (0.0157)	0.776*** (0.0158)	0.774*** (0.0158)	0.775*** (0.0157)	0.771*** (0.0157)	0.777*** (0.0158)	0.778*** (0.0160)
İlkokul Mezunu	1.064*** (0.0204)	1.076*** (0.0212)	1.072*** (0.0212)	1.074*** (0.0211)	1.071*** (0.0212)	1.070*** (0.0211)	1.072*** (0.0211)	1.070*** (0.0211)	1.073*** (0.0213)	1.078*** (0.0216)
Ortaokul Mezunu	1.073*** (0.0182)	1.077*** (0.0186)	1.079*** (0.0187)	1.077*** (0.0186)	1.077*** (0.0187)	1.077*** (0.0187)	1.078*** (0.0186)	1.077*** (0.0187)	1.075*** (0.0186)	1.079*** (0.0189)
Lise Mezunu	1.061*** (0.0186)	1.064*** (0.0189)	1.065*** (0.0190)	1.065*** (0.0189)	1.067*** (0.0192)	1.068*** (0.0192)	1.064*** (0.0190)	1.065*** (0.0191)	1.062*** (0.0190)	1.062*** (0.0193)
Üniversite Mezunu	1.020 (0.0182)	1.021 (0.0186)	1.024 (0.0187)	1.016 (0.0185)	1.036* (0.0191)	1.034* (0.0191)	1.027 (0.0187)	1.024 (0.0189)	1.019 (0.0186)	1.016 (0.0190)
Sağlık İyi	2.982*** (0.0418)	2.960*** (0.0424)	2.969*** (0.0426)	2.979*** (0.0425)	2.965*** (0.0427)	2.968*** (0.0427)	2.971*** (0.0426)	2.974*** (0.0428)	2.968*** (0.0427)	2.946*** (0.0429)
İnsanlara Güvenilir	1.223*** (0.0170)	1.215*** (0.0173)	1.214*** (0.0174)	1.216*** (0.0172)	1.214*** (0.0174)	1.213*** (0.0174)	1.219*** (0.0174)	1.219*** (0.0174)	1.219*** (0.0175)	1.197*** (0.0174)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	1.709*** (0.0237)	1.700*** (0.0241)	1.707*** (0.0243)	1.703*** (0.0241)	1.699*** (0.0242)	1.703*** (0.0243)	1.707*** (0.0242)	1.701*** (0.0242)	1.705*** (0.0243)	1.695*** (0.0245)
İnsan Haklarına Saygılı	1.285*** (0.0162)	1.258*** (0.0162)	1.257*** (0.0162)	1.262*** (0.0162)	1.258*** (0.0163)	1.256*** (0.0162)	1.259*** (0.0162)	1.260*** (0.0163)	1.256*** (0.0162)	1.258*** (0.0164)
Dindar	1.217*** (0.0166)	1.222*** (0.0171)	1.174*** (0.0168)	1.222*** (0.0171)	1.231*** (0.0173)	1.232*** (0.0174)	1.225*** (0.0172)	1.222*** (0.0172)	1.219*** (0.0172)	1.179*** (0.0171)

Spor Kulübüne Aktif Üye		1.243*** (0.0222)								1.163*** (0.0222)
Dini Derneklere Aktif Üye			1.303*** (0.0219)							1.257*** (0.0220)
Sanat-Müzik Kuruluşlarına Aktif Üye				1.215*** (0.0252)						1.087*** (0.0246)
İşçi Sendikasına Aktif Üye					1.161*** (0.0303)					1.052* (0.0292)
Siyasi Partiye Aktif Üye						1.141*** (0.0314)				1.026 (0.0298)
Çevreci Kuruluşlara Aktif Üye							1.236*** (0.0379)			1.034 (0.0356)
Meslek Kuruluşlarına Aktif Üye								1.138*** (0.0289)		1.013 (0.0281)
Hayır Kuruluşlarına Aktif Üye									1.255*** (0.0291)	1.119*** (0.0289)
Eşik1	0.0908*** (0.00733)	0.0865*** (0.00706)	0.0830*** (0.00678)	0.0858*** (0.00699)	0.0831*** (0.00680)	0.0840*** (0.00686)	0.0843*** (0.00688)	0.0828*** (0.00677)	0.0845*** (0.00690)	0.0827*** (0.00680)
Eşik2	0.847** (0.0671)	0.847** (0.0676)	0.807*** (0.0645)	0.839** (0.0669)	0.815** (0.0652)	0.824** (0.0659)	0.825** (0.0659)	0.811*** (0.0649)	0.822** (0.0657)	0.805*** (0.0648)
Eşik3	16.36*** (1.304)	16.53*** (1.329)	15.55*** (1.250)	16.38*** (1.315)	15.84*** (1.276)	15.97*** (1.285)	16.09*** (1.293)	15.82*** (1.274)	15.86*** (1.275)	15.60*** (1.264)
Gözlem	127,278	123,125	122,341	123,844	120,952	121,091	122,819	121,667	121,828	118,665
Pseudo R-kare	0.113	0.110	0.109	0.109	0.109	0.108	0.109	0.109	0.109	0.110
LR Ki-kare	30679	28519	28323	28642	27790	27781	28403	27960	28168	27684
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri ve zaman sabit etkilerini eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.11’de gönüllü çalışma değişkenlerinin alt grup sonuçları yer almaktadır.

Kadınlar için sadece siyasi parti, çevreci ve meslek kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif katılmak anlamlı değildir. Kadınlarda diğer gönüllü kuruluşların faaliyetlerine katılmak mutluluğu anlamlı ve pozitif olarak etkilemektedir. Erkeklerde ise spor kulüpleri, dini dernekler, eğitim, müzik, kültür, sanat gibi kuruluşlar ve hayır kuruluşları için aktif olarak gönüllü faaliyette bulunmak ile mutluluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak erkekler için işçi sendikası, siyasi parti, çevreci ve meslek kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif katılmak mutluluk modelinde anlamlı değildir. Tüm alt gruplar arasında hayır kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmak sadece gelir tatmini düşük bireyler için anlamsızdır. Bunun nedeni hanesinin maddi durumunu büyük ölçüde tatmin edici bulmayan bireylerin yeterli düzeyde gelire sahip olmadıklarından hayır kuruluşlarına pek bağıшта bulunmaması olabilir. Gelir tatmini düşük bireylerin için ayrıca siyasi parti, çevreci ve meslek kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmak da anlamsızdır. Gelir tatmini yüksek bireylerde ise spor kulüpleri, dini dernekler, eğitim, sanat, müzik, kültür gibi kuruluşlar ve hayır kuruluşları için aktif olarak gönüllü faaliyette bulunmak mutluluğu anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir. Gelir tatmini yüksek bireyler için işçi sendikası, siyasi parti, çevreci ve meslek kuruluşlarının gönüllü faaliyetlerine aktif katılmak anlamlı değildir. Gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyler için spor, din, eğitim, sanat, müzik, kültür, meslek ve hayır gibi gönüllü kuruluşların faaliyetlerine aktif katılmak mutluluğu arttırmaktadır. Ancak işçi sendikası, siyasi parti ve çevreci kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif katılmak anlamlı değildir. Gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireyler için ise sadece siyasi parti, çevreci ve mesleki kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif katılmak anlamlı değildir. Gelişmekte olan ülkelerde spor kulüpleri, dini dernekler, eğitim, sanat, müzik, kültür gibi kuruluşlar, işçi sendikası ve hayır kuruluşları için aktif olarak gönüllü faaliyette bulunmak mutluluğu pozitif olarak etkilemektedir.

Tablo 5.11: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Katsayılar)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Gelir Tatmini Düşük	(4) Gelir Tatmini Yüksek	(5) GÜ	(6) GOÜ
Yaş	-0.0512*** (0.00291)	-0.0456*** (0.00303)	-0.0418*** (0.00315)	-0.0453*** (0.00284)	-0.0693*** (0.00418)	-0.0390*** (0.00253)
Yaşın Karesi	0.000468*** (3.02e-05)	0.000448*** (3.11e-05)	0.000365*** (3.26e-05)	0.000425*** (2.93e-05)	0.000646*** (4.13e-05)	0.000360*** (2.69e-05)
Gelir Sıralaması	0.119*** (0.00422)	0.110*** (0.00435)	0.108*** (0.00500)	0.0520*** (0.00408)	0.0916*** (0.00596)	0.125*** (0.00360)
Çocuk Sayısı	0.0271*** (0.00607)	0.0242*** (0.00646)	0.0292*** (0.00634)	0.0367*** (0.00619)	0.0472*** (0.0105)	0.0248*** (0.00496)
Evli	0.446*** (0.0189)	0.407*** (0.0216)	0.438*** (0.0209)	0.388*** (0.0193)	0.567*** (0.0281)	0.390*** (0.0168)
İşsiz	-0.231*** (0.0299)	-0.262*** (0.0286)	-0.223*** (0.0271)	-0.180*** (0.0319)	-0.420*** (0.0530)	-0.208*** (0.0226)
İlkokul Mezunu	0.0550** (0.0276)	0.0993*** (0.0293)	0.0884*** (0.0291)	0.0380 (0.0280)	-0.0349 (0.0434)	0.0990*** (0.0230)
Ortaokul Mezunu	0.0644*** (0.0247)	0.0865*** (0.0250)	0.0747*** (0.0260)	0.0543** (0.0240)	0.0271 (0.0373)	0.0808*** (0.0203)
Lise Mezunu	0.0268 (0.0255)	0.0921*** (0.0260)	0.0660** (0.0277)	0.0247 (0.0243)	-0.0222 (0.0365)	0.0762*** (0.0214)
Üniversite Mezunu	-0.0383 (0.0267)	0.0689*** (0.0266)	0.0189 (0.0307)	0.00212 (0.0241)	-0.118*** (0.0342)	0.0761*** (0.0234)
Sağlık İyi	1.042*** (0.0200)	1.126*** (0.0213)	1.017*** (0.0204)	1.019*** (0.0212)	1.191*** (0.0310)	1.042*** (0.0170)
İnsanlara Güvenilir	0.191*** (0.0205)	0.170*** (0.0207)	0.208*** (0.0232)	0.148*** (0.0190)	0.247*** (0.0256)	0.165*** (0.0184)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.541*** (0.0198)	0.511*** (0.0211)	0.412*** (0.0188)	0.377*** (0.0234)	0.770*** (0.0315)	0.455*** (0.0167)
İnsan Haklarına Saygılı	0.190*** (0.0182)	0.272*** (0.0188)	0.254*** (0.0192)	0.138*** (0.0181)	0.213*** (0.0274)	0.236*** (0.0153)
Dindar	0.152***	0.175***	0.169***	0.161***	0.160***	0.171***

	(0.0207)	(0.0204)	(0.0226)	(0.0192)	(0.0260)	(0.0184)
Spor Kulübüne Aktif Üye	0.115***	0.178***	0.132***	0.172***	0.191***	0.154***
	(0.0299)	(0.0250)	(0.0333)	(0.0236)	(0.0298)	(0.0262)
Dini Derneklere Aktif Üye	0.218***	0.252***	0.217***	0.210***	0.233***	0.226***
	(0.0242)	(0.0256)	(0.0276)	(0.0229)	(0.0362)	(0.0205)
Sanat-Müzik Kuruluşlarına Aktif Üye	0.0982***	0.0568*	0.137***	0.0493*	0.110***	0.0665**
	(0.0313)	(0.0330)	(0.0387)	(0.0282)	(0.0382)	(0.0291)
İşçi Sendikasına Aktif Üye	0.0829*	0.0280	0.0920**	0.0267	0.0508	0.0569*
	(0.0429)	(0.0365)	(0.0467)	(0.0348)	(0.0501)	(0.0342)
Siyasi Partiye Aktif Üye	0.0419	-0.00237	0.0483	0.0139	-0.0670	0.0395
	(0.0474)	(0.0368)	(0.0462)	(0.0377)	(0.0648)	(0.0329)
Çevreci Kuruluşlara Aktif Üye	0.0366	0.0349	-0.0238	0.0502	0.0677	0.0255
	(0.0506)	(0.0470)	(0.0577)	(0.0434)	(0.0719)	(0.0398)
Meslek Kuruluşlarına Aktif Üye	0.00227	0.0203	0.00422	0.0123	0.0856*	-0.00660
	(0.0418)	(0.0373)	(0.0491)	(0.0342)	(0.0470)	(0.0351)
Hayır Kuruluşlarına Aktif Üye	0.109***	0.120***	0.0571	0.129***	0.146***	0.102***
	(0.0353)	(0.0380)	(0.0449)	(0.0319)	(0.0439)	(0.0330)
Kadın			0.113***	0.108***	0.178***	0.0836***
			(0.0178)	(0.0159)	(0.0235)	(0.0140)
Eşik1	-2.748***	-2.278***	-2.188***	-3.456***	-3.975***	-2.746***
	(0.115)	(0.116)	(0.125)	(0.116)	(0.124)	(0.0919)
Eşik2	-0.449***	-0.0254	0.121	-1.035***	-1.548***	-0.500***
	(0.113)	(0.113)	(0.124)	(0.109)	(0.115)	(0.0900)
Eşik3	2.514***	2.951***	2.880***	2.270***	2.095***	2.242***
	(0.113)	(0.114)	(0.125)	(0.109)	(0.115)	(0.0904)
Gözlem	61,236	57,481	50,063	68,284	32,612	82,495
Pseudo R-kare	0.114	0.108	0.0997	0.0862	0.115	0.110
LR Ki-kare	14789	13153	11415	10938	7049	19900
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri ve zaman sabit etkilerini eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.12'deki gönüllü çalışma değişkenlerin fark oranlarına göre, kadınlar içinde spor kulüpleri ve dini dernekler için aktif olarak gönüllü faaliyette bulunanlar, diğer kadınlara oranla mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,122 ve 1,243 kat daha fazladır. Erkekler için bu oranlar sırasıyla 1,195 ve 1,287 bulunmuştur. Bu gönüllü kuruluşların faaliyetlerine aktif olarak katılmanın mutluluk üzerindeki etkisi erkeklerde daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Saz-Gil ve diğerleri (2019) göre erkeklerin bu tür gönüllü faaliyetlere katıldıklarında yüksek mutluluk düzeyine ulaşmaları, kadınlarla karşılaştırıldığında din, spor ve eğitime yönelik gönüllü faaliyetlere daha fazla ilgi duydıklarından yoğun bir katılım gerçekleştirmeleri ile ilişkilidir. Kadınlardan sanat, müzik, eğitim, kültür gibi kuruluşlar, işçi sendikası ve hayır kuruluşları için aktif olarak gönüllü faaliyetlere katılanlar, diğer kadınlara göre yüksek düzeyde mutlu olma olasılıkları sırasıyla 1,103, 1,086 ve 1,115 kat daha fazladır. Erkeklerden ise eğitim, sanat, müzik, kültür gibi alanlarda faaliyet gösteren bir kuruluşa ve hayır kuruluşlarına gönüllü olarak aktif katılanlar, pasif yani katılmayan erkeklere kıyasla sırasıyla 1,058 ve 1,257 kat daha fazla mutludur. Gelir tatmin düzeyine göre sonuçlar değerlendirildiğinde, spor kulüplerin ve boş zamanı değerlendirmeye yönelik kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmak gelir tatmini yüksek bireyleri daha fazla etkilediği; dini derneklerin ve eğitim, sanat, müzik, kültür gibi kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmak ise gelir tatmini düşük bireyleri daha fazla etkilediği ifade edilebilir. Gelir tatmini düşük bireylerden işçi sendikasının yönetiminde görev alan veya önemli faaliyetlerine düzenli olarak katılanlar, pek ya da hiç katılmayanlara oranla mutlu olma olasılığı 1,096 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Gelir tatmini yüksek bireylerden ise yardım dernekleri, insani örgütler gibi hayır kuruluşların aktif olarak gönüllü etkinliklerinde yer alanlar, diğerlerine göre 1,138 kat daha yüksek mutluluk düzeyine sahiptir. Ülkelere göre sonuçlar incelendiğinde, spor kulüpleri, dini dernekler, eğitim, sanat, müzik, kültür gibi kuruluşlar ve hayır kuruluşları için aktif olarak gönüllü faaliyette

bulunmanın mutluluk üzerindeki etkisi, gelişmiş ülkelerde daha fazla olduğu görülmektedir. Saz-Gil ve diğerleri (2019)'ne göre gelir düzeyi yüksek, eğitilmiş ve sosyal toplumlarda gönüllülük oranları yüksek olduğu için bu toplumlarda yaşayan bireyler daha mutludur. Gelişmiş ülkelerde meslek kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılan bireyler, pasif katılanlara oranla mutlu olma olasılığı 1,089 kat daha fazladır. Gelişmekte olan ülkelerde ise işçi sendikası için aktif olarak gönüllü faaliyette bulunanlar, diğerlerine göre 1,059 kat daha mutludur.

Genel olarak alt grup sonuçları incelendiğinde, tüm alt gruplarda mutluluğa en yüksek katkı yapan gönüllü çalışma değişkeninin dini derneklerin gönüllü faaliyetlerine aktif katılım; ikinci en önemli katkıyı yapan değişkenin ise spor, eğlence gibi boş zamanı değerlendirmeye yönelik kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif katılım olduğu görülmektedir. Bu sonuç din, spor, eğlence gibi gönüllü etkinliklerin sosyal yaşam içinde bireylerin etkileşime geçmesini kolaylaştırarak ilişkisel malların üretimini/tüketimini arttırdığını göstermektedir. Bireyler bu tür etkinliklere katılıp gönüllülük vasıtasıyla sosyal ağını genişletme, sosyal hayatta aktif olarak yer alma gibi sosyal imkanlar elde ederler. Böylece sosyal onay, sosyal tatmin, takdir gibi ilişkisel mallardan daha fazla üreterek/tüketererek daha yüksek mutluluğa sahip olurlar.

Tablo 5.12: Dünya Geneli Gönüllü Çalışma Değişkenleri İçin Alt Grupların Tahmin Sonuçları (Fark Oranları)

Değişkenler	(1) Kadın	(2) Erkek	(3) Gelir Tatmini Düşük	(4) Gelir Tatmini Yüksek	(5) GÜ	(6) GOÜ
Yaş	0.950*** (0.00276)	0.955*** (0.00290)	0.959*** (0.00302)	0.956*** (0.00271)	0.933*** (0.00390)	0.962*** (0.00244)
Yaşın Karesi	1.000*** (3.02e-05)	1.000*** (3.11e-05)	1.000*** (3.26e-05)	1.000*** (2.93e-05)	1.001*** (4.13e-05)	1.000*** (2.69e-05)
Gelir Sıralaması	1.126*** (0.00475)	1.116*** (0.00486)	1.114*** (0.00557)	1.053*** (0.00430)	1.096*** (0.00653)	1.133*** (0.00408)
Çocuk Sayısı	1.027*** (0.00624)	1.025*** (0.00662)	1.030*** (0.00653)	1.037*** (0.00642)	1.048*** (0.0110)	1.025*** (0.00509)
Evli	1.561*** (0.0295)	1.502*** (0.0324)	1.550*** (0.0323)	1.474*** (0.0285)	1.764*** (0.0496)	1.477*** (0.0249)
İşsiz	0.794*** (0.0237)	0.770*** (0.0220)	0.800*** (0.0217)	0.835*** (0.0267)	0.657*** (0.0348)	0.813*** (0.0184)
İlkokul Mezunu	1.057** (0.0291)	1.104*** (0.0324)	1.092*** (0.0318)	1.039 (0.0291)	0.966 (0.0419)	1.104*** (0.0254)
Ortaokul Mezunu	1.067*** (0.0263)	1.090*** (0.0273)	1.078*** (0.0280)	1.056** (0.0253)	1.027 (0.0383)	1.084*** (0.0221)
Lise Mezunu	1.027 (0.0261)	1.096*** (0.0285)	1.068** (0.0296)	1.025 (0.0250)	0.978 (0.0357)	1.079*** (0.0231)
Üniversite Mezunu	0.962 (0.0257)	1.071*** (0.0285)	1.019 (0.0313)	1.002 (0.0242)	0.889*** (0.0304)	1.079*** (0.0252)
Sağlık İyi	2.835*** (0.0567)	3.082*** (0.0656)	2.766*** (0.0564)	2.770*** (0.0588)	3.290*** (0.102)	2.833*** (0.0481)
İnsanlara Güvenilir	1.211*** (0.0248)	1.185*** (0.0246)	1.232*** (0.0286)	1.160*** (0.0221)	1.280*** (0.0328)	1.180*** (0.0217)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	1.718*** (0.0340)	1.667*** (0.0352)	1.509*** (0.0284)	1.459*** (0.0341)	2.161*** (0.0681)	1.577*** (0.0263)
İnsan Haklarına Saygılı	1.209*** (0.0220)	1.312*** (0.0247)	1.289*** (0.0247)	1.148*** (0.0208)	1.237*** (0.0339)	1.267*** (0.0194)
Dindar	1.164***	1.192***	1.184***	1.174***	1.174***	1.186***

	(0.0241)	(0.0243)	(0.0267)	(0.0225)	(0.0306)	(0.0219)
Spor Kulübüne Aktif Üye	1.122***	1.195***	1.141***	1.187***	1.211***	1.167***
	(0.0336)	(0.0298)	(0.0380)	(0.0280)	(0.0360)	(0.0306)
Dini Derneklere Aktif Üye	1.243***	1.287***	1.243***	1.233***	1.263***	1.254***
	(0.0301)	(0.0330)	(0.0343)	(0.0282)	(0.0457)	(0.0257)
Sanat-Müzik Kuruluşlarına Aktif Üye	1.103***	1.058*	1.146***	1.051*	1.116***	1.069**
	(0.0345)	(0.0349)	(0.0444)	(0.0296)	(0.0426)	(0.0311)
İşçi Sendikasına Aktif Üye	1.086*	1.028	1.096**	1.027	1.052	1.059*
	(0.0466)	(0.0375)	(0.0512)	(0.0358)	(0.0528)	(0.0362)
Siyasi Partiye Aktif Üye	1.043	0.998	1.049	1.014	0.935	1.040
	(0.0495)	(0.0367)	(0.0485)	(0.0382)	(0.0606)	(0.0342)
Çevreci Kuruluşlara Aktif Üye	1.037	1.036	0.976	1.051	1.070	1.026
	(0.0525)	(0.0487)	(0.0563)	(0.0456)	(0.0770)	(0.0408)
Meslek Kuruluşlarına Aktif Üye	1.002	1.021	1.004	1.012	1.089*	0.993
	(0.0419)	(0.0380)	(0.0493)	(0.0346)	(0.0512)	(0.0349)
Hayır Kuruluşlarına Aktif Üye	1.115***	1.127***	1.059	1.138***	1.158***	1.107***
	(0.0394)	(0.0429)	(0.0475)	(0.0364)	(0.0508)	(0.0365)
Kadın			1.119***	1.114***	1.195***	1.087***
			(0.0199)	(0.0177)	(0.0281)	(0.0152)
Eşik1	0.0641***	0.102***	0.112***	0.0315***	0.0188***	0.0642***
	(0.00740)	(0.0118)	(0.0140)	(0.00366)	(0.00233)	(0.00589)
Eşik2	0.638***	0.975	1.129	0.355***	0.213***	0.606***
	(0.0721)	(0.110)	(0.140)	(0.0387)	(0.0244)	(0.0546)
Eşik3	12.35***	19.12***	17.81***	9.678***	8.121***	9.414***
	(1.402)	(2.178)	(2.218)	(1.059)	(0.937)	(0.851)
Gözlem	61,236	57,481	50,063	68,284	32,612	82,495
Pseudo R-kare	0.114	0.108	0.0997	0.0862	0.115	0.110
LR Ki-kare	14789	13153	11415	10938	7049	19900
Prob > Ki-kare	0	0	0	0	0	0

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri ve zaman sabit etkilerini eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

5.2. İLİŞKİSEL MALLARIN GELİR VE MUTLULUK ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İLİŞKİSEL MUTLULUK TEORİSİ AÇIKLAMASI

Çalışmanın bu kısmında, gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin kişi başı gelir düzeyleri yüksek olmasına karşın daha fazla mutlu olamamalarının nedeni ilişkisel mutluluk teorisi ile incelenecektir. Bu teoriye göre belli bir geçim düzeyinden sonra bireylerin mutlu olması sahip olduğu yüksek gelire değil, aile, akraba, arkadaşlar, komşular ve diğer tanıdıklarıyla kurduğu ilişkilere bağlıdır. Ancak insanlar sosyal ve kişisel ilişkiler geliştirmekten çok daha fazla gelir elde etmek için çalışmaktadır. Mutlu olmayı engellese de gelişmiş ülkelerdeki bireylerin neden düşük düzeylerde ilişkisel mallar üretmekte/tüketmekte olduğunu ilişkisel mutluluk teorisinin bir alt başlığı olan bağlanma kuramı ile açıklanacaktır.

5.2.1. Model ve Modelde Kullanılan Değişkenlerin Açıklamaları

Ampirik olarak ilişkisel mutluluk teorisi perspektifinden gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi açıklamak için iki denklem oluşturulmuştur. İlk denklemde ilişkisel malların mutluluk üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu ele alınmaktadır.

$$h_i = \alpha + \gamma R_i + \theta X_i + f_i + \varepsilon_i \quad (5.2)$$

(5.2) numaralı denklemde h_i bireysel olarak bildirilen mutluluk seviyesini, R_i ilişkisel malları, X_i mutluluğu etkileyen diğer faktörleri, f_i ülke sabit etkilerini ve ε_i hata terimini göstermektedir. Mutluluğu etkileyen diğer faktörlere gösterge olarak birinci kısımda açıklanan yaş, cinsiyet, medeni durum, sağlık, gelir, gelir sıralaması, eğitim durumu, çalışma durumu, çocuk sayısı, güven, özgürlük, insan hakları ve din değişkenleri kullanılmıştır. İlişkisel mallar yerine vekil değişken olarak ilişkisel zaman endeksi mutluluk modeline eklenmiştir.

İkinci denklemde aile ve arkadaşlarına önem vermeyen, çalışmayı boş zamana göre daha fazla önem veren, dolayısıyla güvensiz bağlanmaya sahip bireylerin kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişkisel mallar üzerindeki negatif etkisi incelenmektedir:

$$R_i = \mu + \vartheta C_i + \varphi X_i + f_i + \varepsilon_i \quad (5.3)$$

(5.3) numaralı denklemde C_i kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimini, R_i ilişkisel malları, X_i sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik faktörleri, toplumsal ve bireysel özellikleri, f_i ülke sabit etkilerini ve ε_i hata terimini temsil etmektedir.

Bağlanma kuramına göre bireylerin ilişki kurma yetenekleri, bebeklik döneminde bakım veren kişiler (genellikle ebeveynler) ile arasında kurulan duygusal bağ sonucunda oluşmaktadır. Bebeklik ve erken çocukluk döneminde ebeveynleri tarafından sevgi, şefkat, ilgi gibi ilişkisellik ihtiyacı tam olarak karşılanmayan bireyler hem kendilerine olan güvenini yetirmesi hem de başkalarıyla olan ilişkilerini güvensizlik üzerine inşa etmesi nedeniyle kişisel ve sosyal ilişkilerde ilişki kurma isteği ve yeteneği düşük olmaktadır. Güvensiz bağlanan bu bireyler başkalarıyla sosyal ilişkiler kurmak yerine onlarla rekabet etmek için daha fazla maddi tüketime yönelmektedir. Bu sayede yeni kimlikler oluşturarak kendilerini topluma karşı ifade etmeye çalışırlar. Materyalizm düzeyi yüksek olan bu bireylerin ebeveynleri de genel olarak materyallere insan ilişkilerinden daha fazla değer vermektedir. Maddi arzularının yönlendirdiği bir hayat yaşayan materyalist ebeveynler ise etrafına karşı duyarsızlık, yüksek düzeyde sahip olma isteği, bencillik, güvensizlik, ayrımcılık, kıskançlık gibi karakteristik özelliklere sahip olduklarından bebeklerinin ihtiyaçlarını duyarlı ve tutarlı olarak karşılayamazlar. Psikolojik ihtiyaçları tatmin edilmeyen bu bebekler kendilerinin değersiz ve sevilmeye layık olmayan; başkalarının güvenilmez, ihtiyaç anında ulaşılmaz ve iyi niyetli kişiler olmadığını emin olarak güvensiz bağlanan bireyler olarak büyümektedirler. Birbirini

tetikleyen ve kısır döngü içinde olan bu durumlar genellikle maddi kültüre eğilimin yüksek olduğu bireyci kültürel değerlere sahip zengin ülkelerde ortaya çıkmaktadır. Zengin ülkelerde yaşayan güvensiz bireyler ise ailesine, dost ve arkadaşlarına gereğince önem vermeyen, çalışmayı eğlenme ve dinlenmeye kıyasla daha fazla önem veren asosyal kişilerdir. Bu bireylerin gelir düzeyleri yüksek olsa da aile, akraba ve arkadaşları ile geçireceği zamanı azaltırken, bireysel boş zamanını ya da çalışma zamanını arttırmaktadır. Bu bağlamda dostluk, arkadaşlık, sevgi, beğenilme gibi başkalarıyla daha az değerler paylaşan (ilişkisel mallardan daha az üreten/tüketen) bu bireylerin dolaylı olarak mutluluk düzeyleri de düşük olacaktır. Böylece sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğilimi ilişkisel malları dışlarken, gelir-mutluluk paradoksu için ek bir açıklama sağlamaktadır.

Yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin neden mutlu olamadığı ilişkisel mutluluk teorisi ile açıklayabilmek için WVS'nin dördüncü (1999-2004) dalgası gelişmiş ülkeler kapsamında kullanılmıştır. WVS'de katılımcıların aile ve arkadaşlarına ne kadar önem verdiği, "Aileniz, dost ve arkadaşlarınız sizin için ne kadar önemlidir?" sorusu ile ölçülmüştür. Bu sorulara verilen cevaplar, "1. Çok Önemli, 2. Biraz Önemli, 3. Pek Önemli Değil, 4. Hiç Önemli Değil" biçiminde 4 seçenekli olarak gruplandırılmıştır. WVS'de çalışmanın, eğlenme ve dinlenmeye kıyasla göreceli önemini araştırmak için katılımcılara, "5 puanlı cetvelin bir ucunda, hayatı yaşamayı değer yapan şeyin eğlence ve keyif olduğunu, tam tersine diğer ucunda ise hayatı yaşamayı değer kılan şeyin evde, işte, okulda çalışma olduğunu düşündüğünüzde kendinizi bu cetvelin neresinde görürsünüz?" sorusu 5 ölçekli olarak yöneltilmiştir. Cevaplar "1. Hayatı Yaşamaya Değer Kılan Eğlence, Dinlenme" ile "5. Hayatı Yaşamaya Değer Kılan Çalışma" arasında ölçeklendirilmiştir. Çalışmada aile ve arkadaşlara ne kadar önem verildiğini gösteren soruların 3. ve 4. kategorileri ile çalışmayı boş zamana göre ne kadar önem verildiğini ölçen sorunun 4. ve 5. kategorileri birleştirilerek "Kaçınma Eğilimi" olarak adlandırılan

yeni bir değişken oluşturulmuştur. Böylece sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınan bireylerin ilişkisel mallar üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu araştırılmıştır.

Ampirik olarak ilişkisel mutluluk teorisi ile gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi açıklamak için oluşturulan ilk model, mutluluk değişkeni sıralı kategorilere sahip bir bağımlı değişken olduğu için sıralı lojistik yöntemi; ikinci model ise doğrusal regresyon yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Test istatistikleri, değişen varyansı dikkate alan robust standart hatalar ile hesaplanmıştır. Mutluluk konusunda uluslararası farklılıkları açıklamada önemli rol oynayan kültürel ve toplumsal farklılıkları kontrol etmek için tüm modellere ülke sabit etkileri eklenmiştir.

Genel olarak literatürde ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ancak daha mutlu bireylerin kişiler arası ilişkilere zaman ve çaba harcama olasılığı daha yüksektir. Bu nedenle ilişkisel mallar ile mutluluk arasındaki eşanlı ilişkiden kaynaklanan ters nedensellik sorunu ortaya çıkmaktadır. Aynı sorun ilişkisel mallar ile sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğilimi arasında da olabilir. Yüksek ilişkisellik düzeyi bireylerin yakın ilişkilere yönelik eğilimi arttırabilir ya da daha düşük ilişkisellik düzeyi kişiler arası ilişkilerden kaçınma olasılığını arttırabilir. Başka bir ifadeyle, sosyal ve kişisel ilişkilerden daha fazla kaçınan bireyler ilişkisel mallardan daha az üretmekte/tüketmekte ya da ilişkisel mallardan daha az üreten/tüketen bireyler sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma olasılığı daha yüksek olmaktadır. Bu içsellik sorunu, her iki ilişkiyi doğru bir şekilde tahmin etmeyi engellemekte ve parametre tahminlerinde sapmaya neden olmaktadır. Bu nedenle analizlerde içselliği dikkate almak için modeller araç değişken yöntemiyle de tahmin edilecektir.

5.2.2. Araç Değişken Yöntemi

Mikroekonometride önemli sorunlardan bir tanesi regresyon modelindeki bir veya daha fazla sayıdaki açıklayıcı değişkenin içsel olması, başka bir deyişle hata terimiyle

korelasyonlu olması nedeniyle parametrelerin sapmalı ve tutarsız olarak tahmin edilmesidir. Klasik doğrusal regresyon modelinde tahminlerin tutarlı olabilmesi için temel varsayımlardan biri, hata terimi u ile açıklayıcı değişken x 'in korelasyonlu olmamasıdır ($E(u|x) = 0$). Bu varsayımın ihlal edilmesi durumunda regresyon tahminleri, politika analizi için gerekli olan nedenselliğin büyüklüğü ve yönü yerine sadece ilişkinin büyüklüğünü ölçmektedir. Dolayısıyla bir doğrusal modelin parametrelerinin tutarlı bir şekilde tahmin edilebilmesi için araç değişken yöntemi kullanılmaktadır (Cameron ve Trivedi, 2009: 171).

Basit doğrusal regresyon modeli kapsamında araç değişken yönteminin işleyişini açıklayabilmek için kurulan denklem (Cameron ve Trivedi, 2022: 460),

$$y = \beta x + u \quad (5.4)$$

şeklinde ifade edilmektedir. Denklemden y bağımlı değişkeni, x açıklayıcı değişkeni ve u ise hata terimini göstermektedir. Basit regresyon modelinde x 'in u ile arasında bir ilişki olmadığı varsayılmıştır. Bu varsayımın geçerli olması durumunda, açıklayıcı değişken x 'in açıklanan değişken y üzerindeki etkisi, βx terimi aracılığıyla doğrudan bir etkiyi göstermektedir. Böylece sıradan en küçük kareler (OLS) yöntemi ile tahmin edilen $\hat{\beta}$ tahmincisi, β için tutarlıdır. İhmal edilmiş değişkenler, ölçme hataları, ters nedensellik gibi farklı sebeplerle hata terimi ile açıklayıcı değişkenler arasında ilişki olabilir. Bu durumda x 'in y üzerindeki etkisi, βx terimiyle doğrudan etkiyi ve u üzerinden x 'i ve dolaylı olarak y 'yi etkileyen dolaylı bir etkiyi ifade etmektedir. $\hat{\beta}$ değeri, x 'in y üzerindeki etkisi olduğundan OLS tahmincisi tutarsız ve sapmalı olur. x açıklayıcı değişkeni, u hata terimini etkileyen bir sistem içinde ortaya çıktığı için içsel açıklayıcı değişken; $\hat{\beta}$ tahmincisinin tutarsız olmasına ise içsellik yanlılığı olarak adlandırılır. İçsel açıklayıcı değişken sorununu çözmek için uygun bir z araç değişkeni tanımlamak gerekmektedir. z araç değişkeni, x içsel açıklayıcı değişkeni ile ilişkili ancak u hata terimi

ile ilişkisiz olmalıdır. Başka bir deyişle, $\hat{\beta}$ tahmincisinin tutarlı olabilmesi için z araç değişkeni x 'deki değişimle ilişkili olmalı, aynı zamanda da y 'yi x içsel açıklayıcı değişken üzerinden dolaylı olarak etkilemesi dışında y 'de herhangi bir değişikliğe yol açmamalıdır (Cameron ve Trivedi, 2022: 460-462).

z araç değişkeni geçerli olabilmesi için aşağıdaki iki koşulu sağlaması gereklidir (Wooldridge, 2013: 508):

i) Dışsallık Koşulu: Seçilen araç değişken z ile hata terimi u arasında korelasyon olmamalıdır. Formel olarak $cov(z, u) = 0$ koşulu, literatürde araç dışsallığı olarak ifade edilmektedir. Araç dışsallığı, z araç değişkenin y açıklanan değişken üzerinde hiçbir kısmi etkisinin olmaması anlamına gelir. Bir testin mümkün olduğu aşırı belirlenme durumu dışında bu koşulun ampirik olarak sınanması oldukça zordur. Çoğu durumda iktisadi davranış ve içsel bakış göz önünde bulundurularak $cov(z, u) = 0$ koşulun geçerliliği araştırılmaktadır.

ii) Uygunluk Koşulu: Seçilen z araç değişkenin içsel açıklayıcı değişken x ile negatif ya da pozitif bir şekilde korelasyonlu olması gerekmektedir. “ z araç değişkeni, x içsel açıklayıcı değişkenindeki değişimi açıklamak için uygundur” cümlesinde olduğu gibi bu koşul literatürde araç uygunluğu şeklinde ifade edilir. $cov(z, x) \neq 0$ koşulunun geçerliliği, iktisat teorisi ve önceki ilgili ampirik çalışmalarda oluşturulmuş normlar kapsamında da araştırılabilir.

Basit regresyon modeli kapsamında ele alınan araç değişken tahmini çoklu regresyon durumuna genişletildiğinde model aşağıdaki gibi yazılabilir (Cameron ve Trivedi, 2009: 173):

$$y_{1i} = y'_{2i}\beta_1 + x'_{1i}\beta_2 + u_i, \quad i = 1, \dots, N \quad (5.5)$$

Modelde y_{1i} bağımlı değişkeni, y'_{2i} m sayıdaki içsel açıklayıcı değişkeni, x'_{1i} K_1 sayıdaki dışsal açıklayıcı değişkeni ve u_i hata terimini temsil etmektedir. β_j nedensel bir

ilişkiyi ölçtüğü için teorik olarak bu modele yapısal denklem denir. Denklemde u_i hata teriminin x'_{1i} ile ilişkisiz olduğu, ancak y'_{2i} ile ilişkili olduğu varsayılmıştır ($cov(x'_{1i}, z) = 0$, $cov(y'_{2i}, z) \neq 0$). y'_{2i} ile hata terimi arasındaki bu korelasyon, OLS tahmincisinin β için tutarsız olmasına yol açar. Tutarlı bir tahminci elde etmek için $E(u_i|z_i) = 0$ varsayımını sağlayan y'_{2i} içsel açıklayıcı değişkeni yerine kullanılabilecek z_i araç değişkeni belirlemek gerekir. x'_{1i} modelde önceden yer alan bir açıklayıcı değişken olması nedeniyle y'_{2i} için araç değişken olarak kullanılamaz. (Wooldridge, 2013: 517). Buna göre z_i araç değişkenin geçerli olabilmesi için hem $cov(z_i, u_i) = 0$ koşulunu sağlamalı hem de içsel açıklayıcı değişken y'_{2i} ile ilişkili olmalıdır. Bunu gerçekleştirmenin bir yolu içsel açıklayıcı değişkenin her bileşenini (y_{2ji}) aşağıda gösterilen birinci aşama denklemi cinsinden yazmaktır (Cameron ve Trivedi, 2009: 173):

$$y_{2ji} = x'_{1i}\pi_{1j} + z'_{1i}\pi_{2j} + v_{ji}, \quad j = 1, \dots, m \quad (5.6)$$

İçsel açıklayıcı değişken, dışsal değişkenler açısından yazıldığı için bu denklem indirgenmiş yapı denklemi olarak da adlandırılır. (5.5) ve (5.6) numaralı denklemlerin tanımlanabilmesi için araç değişken sayısının en azından içsel açıklayıcı değişken sayısına eşit olması gerekir. Araç değişken sayısı, içsel açıklayıcı değişken sayısından az ise denklem eksik tanımlanmış ya da tanımlanmamış, eşit ise denklem tam tanımlanmış ve fazla ise denklem aşırı tanımlanmıştır. Sadece tam ve aşırı tanımlanmış denklemler tahmin edilebilmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 331; Cameron ve Trivedi, 2005: 100). (5.5) ve (5.6) numaralı denklemler OLS yöntemi ile tahmin edilmektedir. Tahmin aşamasında iki kez OLS yöntemi kullanıldığı için bu uygulamaya iki aşamalı en küçük kareler yöntemi (2SLS) denir.

İki aşamalı en küçük kareler yönteminin aşamaları aşağıdaki gibi özetlenebilir (Yerdelen Tatoğlu, 2020: 336):

1. Aşama: Yapısal denklemdeki içsel açıklayıcı değişken bağımlı değişken olarak; dışsal açıklayıcı değişken/değişkenler ve seçilen araç değişken/değişkenler açıklayıcı değişken olarak kullanılıp yapısal denklem indirgenmiş biçime çevrilmekte ve bu indirgenmiş yapı denklemi OLS yöntemi ile tahmin edilmektedir.

2. Aşama: İçsel açıklayıcı değişkenin yapısal biçimdeki gerçek değerleri yerine ilk aşamada elde edilen tahmini değerleri yerleştirilerek yapısal denklem OLS yöntemi ile tahmin edilmektedir.

5.2.3. Analiz Sonuçları

İlişkisel mutluluk teorisi ile gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi açıklamak için oluşturulan (5.2) numaralı ilk denklem hem sıralı lojistik hem de OLS yöntemi ile tahmin edilmiştir. Tablo 5.13'teki tahmin sonuçlarına göre sosyalleşmeye ayrılan zaman mutluluğu anlamlı ve pozitif etkilemektedir. Bireylerin aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı, spor, kültür gibi kulüplerdeki kişiler ve aynı dine inanan kişiler ile geçirdikleri zaman arttığında mutluluğun 0,166 arttığı görülmektedir. Hem OLS hem de sıralı logit tahmin sonucuna göre, gelir değişkeni anlamlı ve negatif katsayıya sahiptir. Bu doğrultuda gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin gelir düzeyi arttıkça mutluluk düzeylerinin azaldığı ifade edilebilir.

Tablo 5.13: İlişkisel Mallar ve Mutluluk Arasındaki İlişkinin Tahmin Sonuçları

Değişkenler	(1) Sıralı Logit	(2) OLS
Yaş	-0.0572*** (0.00755)	-0.0190*** (0.00245)
Yaşın Karesi	0.000607*** (7.86e-05)	0.000200*** (2.52e-05)
Gelir	-2.98e-05*** (6.17e-06)	-9.15e-06*** (1.74e-06)
Gelir Sıralaması	0.0664*** (0.00984)	0.0234*** (0.00316)
Çocuk Sayısı	0.0243* (0.0146)	0.00688 (0.00512)
Kadın	0.277***	0.0950***

	(0.0423)	(0.0138)
Evli	0.525***	0.173***
	(0.0507)	(0.0167)
İşsiz	-0.262***	-0.0944***
	(0.0706)	(0.0259)
İlkokul Mezunu	-0.0815	-0.0316
	(0.0787)	(0.0269)
Ortaokul Mezunu	0.0768	0.0241
	(0.0668)	(0.0215)
Lise Mezunu	-0.0152	-0.00221
	(0.0595)	(0.0196)
Üniversite Mezunu	-0.0583	-0.0173
	(0.0672)	(0.0211)
Sağlık İyi	0.920***	0.305***
	(0.0522)	(0.0179)
İnsanlara Güvenilir	0.180***	0.0586***
	(0.0494)	(0.0151)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.607***	0.199***
	(0.0455)	(0.0153)
İnsan Haklarına Saygılı	0.147***	0.0514***
	(0.0444)	(0.0148)
Dindar	0.239***	0.0802***
	(0.0529)	(0.0171)
İlişkisel Zaman Endeksi	0.363***	0.116***
	(0.0385)	(0.0127)
Eşik1	-4.511***	
	(0.330)	
Eşik2	-2.006***	
	(0.321)	
Eşik3	0.818**	
	(0.320)	
Sabit		3.157***
		(0.0953)
Gözlem	9,169	9,169
R-kare		0.175
Pseudo R-kare	0.0894	
LR Ki-kare	1701	
Prob > Ki-kare	0	

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05,

* p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Mutluluk ve ilişkisel zaman endeksi arasındaki ters nedensellik sebebiyle Tablo 13'teki tahmin sonuçları sapmalı ve tutarsız olabilir. Hata terimi ile ilişkisel zaman endeksinin korelasyonlu olmasıyla ortaya çıkan bu içsellik sorununu çözmek için uygun bir araç değişken belirlemek gerekir. WVS anketindeki aile ve arkadaşlara ne kadar önem verildiğini ölçen, “Aileniz sizin için ne kadar önemlidir?” ve “Dost ve arkadaşlarınız sizin

için ne kadar önemlidir?” soruları ilişkisel zaman endeksi yerine araç değişken olarak kullanılmıştır. WVS’de bu sorulara verilen cevaplar, “1. Çok Önemli, 2. Biraz Önemli, 3. Pek Önemli Değil, 4. Hiç Önemli Değil” olmak üzere 4 seçenekli olarak kategorize edilmiştir. Çalışmada tüm kategoriler için kukla değişken oluşturularak 1. ve 2. kategoriler birleştirilip “Aile Önemli” ve “Arkadaşlar Önemli” olacak şekilde adlandırılmış ve analizlere araç değişken olarak eklenmiştir. Ailesine ve arkadaşlarına önem veren kişiler sosyalleşmeye yeterince zaman ayıran ve böylece ilişkisel malları daha fazla üreten/tüketen sosyal bireylerdir. Bu nedenle Bruni ve Stanca (2008)’nın da çalışmalarında araç değişken olarak kullandıkları bu göstergeler, ilişkisel zaman endeksi ile ilişkili olan bir z araç değişkeni olarak seçilmiştir.

Seçilen araçlar ile mutluluk ve ilişkisel zaman endeksi arasındaki ilişkiyi doğru bir şekilde tahmin etmek için kullanılan 2SLS yönteminin birinci aşaması aşağıdaki denklem ile gösterilmiştir:

$$\hat{R}_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + f_i + v_i \quad (5.7)$$

(5.7) numaralı denklemde $\hat{R}_i$, R_i ’nin tahmini değerlerini, Z_i araç değişken olarak seçilen aile önemli ve arkadaşlar önemli değişkenlerini, X_i (5.2) numaralı mutluluk modelindeki mutluluğu etkileyen diğer faktörleri, f_i ülke sabit etkilerini ve v_i hata terimini ifade eder.

İlişkisel zaman endeksinin mutluluk üzerindeki sapmasız ve tutarlı etkisini tahmin eden 2SLS yönteminin ikinci aşaması ise (5.8) numaralı denklem ile gösterilmiştir:

$$h_i = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \alpha_2 \hat{R}_i + f_i + \varepsilon_i \quad (5.8)$$

(5.8) numaralı denklemde, aile önemli ve arkadaşlar önemli araç değişkenleri mutluluğu, içsel açıklayıcı değişken olan ilişkisel zaman endeksi üzerinden dolaylı olarak etkilemektedir. Bu açıdan (5.8) numaralı denklem, mutluluk ile ilişkisel zaman endeksi arasındaki nedensel ilişkiyi göstermektedir.

2SLS yöntemi kullanılarak ilişkisel zaman endeksinin mutluluk üzerindeki etkisi analiz edilmeden önce seçilen araç değişkenlerin geçerliliği test edilmesi gerekmektedir. Geçerli bir araç değişkenin içsel açıklayıcı değişken olan ilişkisel zaman endeksi ile ilişkili (uygunluk koşulu) ve hata terimi ile ilişkisiz (dışsallık koşulu) olması gerektiği önceki bölümünde bahsedilmişti. Dışsallık koşulu, içsel açıklayıcı değişken sayısı araç değişken sayısından daha küçük olduğu aşırı tanımlanma durumunda Hansen's J istatistiği ile test edilebilir. Hansen's J istatistiğinin p olasılık değeri 0'dan büyük olduğunda seçilen araç değişkenlerin dışsal olduğunu ve kurulan modelin doğru olduğunu ifade eden H_0 hipotezi reddedilememektedir. Uygunluk koşulu ise Stok-Yogo zayıf ID testi ve 2SLS tahminin birinci aşamasında hesaplanan F istatistiği ile sınanabilir. Cragg-Donald Wald F istatistiği, Stok-Yogo zayıf ID testinin kritik değerlerinden yüksek olduğunda seçilen araç değişkenler ile içsel açıklayıcı değişken arasında zayıf bir ilişki olduğunu savunan H_0 hipotezi reddilir. 2SLS'nin birinci aşamasından elde edilen F değeri, zayıf araç değişkenlerin temel kriteri olarak literatür tarafından önerilen 10 kritik değerinden büyük ise seçilen araç değişkenlerin zayıf olduğunu savunan H_0 hipotezinin reddedilmesi uygun olacaktır. Böylece seçilen araç değişkenlerin içsel açıklayıcı değişken ile ilişkili olup olmadığı test edilebilir. Literatürde içsel olduğu düşünülen açıklayıcı değişken/değişkenlerin içselliği Durbin Wu-Hausman testi kullanarak sınanmaktadır. Testin değişken/değişkenler dışsaldır şeklinde oluşturulan H_0 hipotezi reddedildiğinde içselliğin tahmin edilen modelde bir problem olduğu tespit edilir.

Tablo 5.14: İlişkisel Zaman Endeksi için Seçilen Araçların Geçerlilik Testleri

Dışsallık Koşulu	Hansen J testi Ki-kare istatistiği p değeri	2.132 0.1443
Uygunluk Koşulu	Weak identification test (Cragg-Donald Wald F statistic): (Kleibergen-Paap rk Wald F statistic):	80.079 72.852
	Stock-Yogo zayıf ID test değerler: % 10 maksimal IV % 15 maksimal IV % 20 maksimal IV % 25 maksimal IV	19.93 11.59 8.75 7.25
	F testi değeri	72.66
İçsellik Testi	Durbin Wu-Hausman testinin p değeri	0.0000
Seçilen Araçlar	Arkadaşlar Önemli Aile Önemli	

Tablo 5.14’te sunulan Hansen’s J istatistiğinin p olasılık değeri 0,1443’ dür. Bu değer 0,1 anlamlılık düzeyinden büyük olduğu için seçilen araç değişkenler aile önemli ve arkadaşlar önemli ile hata terimi arasında bir ilişki yoktur şeklinde oluşturulan H_0 hipotezi reddedilememektedir. Buna göre seçilen araç değişkenlerin dışsal olduğu belirlenmiştir. Cragg-Donald Wald F istatistiği 80,079 olarak bulunmuştur. Bu değer Stok-Yogo zayıf ID testinin kritik % 10 değeri olan 19.93 ile diğer maksimal IV değerlerinden büyüktür. Seçilen araç değişkenler aile önemli ve arkadaşlar önemli ile ilişkisel zaman endeksi arasında güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. F istatistiği ise 10 kritik değerinden daha büyük olduğundan (72.66) aile önemli ve arkadaşlar önemli değişkenlerinin güçlü araç değişkenler olduğu sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak iki koşulda sağlandığı için ilişkisel zaman endeksi için seçilen araçlar geçerlidir. Durbin Wu-Hausman içsellik testi sonucunda p olasılık değeri 0 bulunmuştur. Bu değere göre ilişkisel zaman endeksi içsel bir açıklayıcı değişkendir. İçselliğin mutluluk denklemi tahmininde bir problem olmadığı düşünüldüğünde ilişkisel zaman endeksi katsayısı 0,116 iken, içsellik problemi dikkate alındığında katsayı 0,678’e yükselmiştir. Bu sonuç ilişkisel zaman endeksinin içsel olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.15: İlişkisel Zaman Endeksi İçin Araç Değişken Tahmin Sonuçları

Değişkenler	(1) Birinci Aşama	(2) İkinci Aşama
İlişkisel Zaman Endeksi		0.678*** (0.125)
Yaş	-0.0114209*** (0.0020689)	-0.0122*** (0.00312)
Yaşın Karesi	0.0000791 *** (0.000022)	0.000151*** (3.02e-05)
Gelir	0.0000128 *** (1.80e-06)	-1.87e-05*** (2.88e-06)
Gelir Sıralaması	0.0155205*** (0.0026721)	0.0131*** (0.00409)
Çocuk Sayısı	0.0064469 (0.0039648)	0.00457 (0.00561)
Kadın	-0.0735219 *** (0.0114756)	0.133*** (0.0178)
Evli	-0.0804983*** (0.0139132)	0.219*** (0.0210)
İşsiz	-0.0792758*** (0.0187888)	-0.0440 (0.0305)
İlkokul Mezunu	-0.0040764 (0.0222542)	-0.0243 (0.0297)
Ortaokul Mezunu	0.0267265 (0.0186694)	0.00647 (0.0244)
Lise Mezunu	0.0240694 (0.0162968)	-0.0167 (0.0218)
Üniversite Mezunu	0.0294626 (0.0180823)	-0.0373 (0.0239)
Sağlık İyi	0.0972851*** (0.0139577)	0.244*** (0.0238)
İnsanlara Güvenilir	0.0771298*** (0.0135702)	0.0109 (0.0197)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.0631204*** (0.0124692)	0.160*** (0.0190)
İnsan Haklarına Saygılı	0.0399986*** (0.0120711)	0.0272 (0.0171)
Dindar	0.221351*** (0.0142055)	-0.0453 (0.0336)
Arkadaşlar Önemli	0.2063587*** (0.0181462)	
Aile Önemli	0.2277741*** (0.06739)	
Sabit	0.7777921 *** (0.1131614)	2.616*** (0.163)
Gözlem	9,140	9,140
Prob > F	0	
Prob > Ki-kare		0
R-kare	0.1564	-0.010

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** $p<0.01$, ** $p<0.05$,

* $p<0.1$. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.15'te araç değişken yönteminin birinci ve ikinci aşama sonuçları rapor edilmiştir. 2SLS tahmininin²³ birinci aşama sonuçlarına göre kullanılan araç değişkenler aile önemli ve arkadaşlar önemli, ilişkisel zaman endeksi üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Aileye önem vermek ilişkisel zaman endeksini ortalama 0,228 puan arttırmakta iken; arkadaşlara önem vermek ise ilişkisel zaman endeksini ortalama 0,206 puan arttırmaktadır. Ailesine ve arkadaşlarına önem veren bireylerin aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı, kulüplerdeki kişiler ve aynı dine inanan kişiler ile bir araya gelip daha sık vakit geçirdiği anlaşılmaktadır.

2SLS tahmininin ikinci aşamasından elde edilen sonuçlar doğrultusunda, ilişkisel zaman endeksi ile mutluluk arasında nedensel ilişkinin olduğu ifade edilebilir. Tablo 3'teki bulgulara göre, ilişkisel zaman endeksi mutluluğu anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir. İlişkisel zaman endeksindeki 1 puanlık bir artış mutluluğu ortalama 0,678 puan arttırmaktadır. Bu sonuç Tablo 5.13'teki ilişkisel malların üretiminin/tüketiminin mutluluk üzerindeki nedensel etkisini doğrulamaktadır.

İlişkisel mutluluk teorisiyle gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi açıklamak için oluşturulan (5.3) numaralı ikinci denklemdeki ilişkisel zaman endeksi ile kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi arasındaki ilişki, OLS yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Tablo 5.16'daki sonuçlara göre, ilişkisel zaman endeksi ile kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır. Kişisel ve sosyal ilişkilere yönelik eğilimi yüksek olan bireyler referans alındığında, kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınan güvensiz bireylerin ilişkisel zaman endeksi yani

²³ Varsayımlardan sapmalardan etkilenmeyecek tahminciler için test istatistikleri robust standart hatalar ile hesaplanmıştır.

sosyalleşmeye ayırdıkları zaman 0,201 puan azalmaktadır. Buna göre yüksek gelir düzeyine sahip gelişmiş ülkelerdeki kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınan bireyler ilişkisel mallardan daha az ürettikleri/tükettikleri için daha fazla mutlu değildirler.

Tablo 5.16: İlişkisel Mallar ile Kişisel ve Sosyal İlişkilerden Kaçınma Eğilimi Arasındaki İlişkinin Tahmin Sonuçları

	Katsayı	St. Hata	t-değeri	p-değeri	Anlamlılık
Yaş	-0.011	0.002	-5.51	0	***
Yaşın Karesi	0	0	3.64	0	***
Gelir	0	0	10.00	0	***
Gelir Sıralaması	0.016	0.003	5.85	0	***
Çocuk Sayısı	0.006	0.004	1.46	0.145	
Kadın	-0.007	0.012	-6.08	0	***
Evli	-0.008	0.014	-5.74	0	***
İşsiz	-0.079	0.019	-4.17	0	***
İlkokul Mezunu	-0.003	0.022	-0.13	0.897	
Ortaokul Mezunu	0.025	0.019	1.34	0.182	
Lise Mezunu	0.022	0.016	1.37	0.171	
Üniversite Mezunu	0.029	0.018	1.58	0.114	
Sağlık İyi	0.097	0.014	6.89	0	***
İnsanlara Güvenilir	0.078	0.014	5.75	0	***
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	0.066	0.013	5.28	0	***
İnsan Haklarına Saygılı	0.039	0.012	3.21	0.001	***
Dindar	0.222	0.014	15.58	0	***
Kaçınan Eğilimi	-0.201	0.019	-10.67	0	***
Sabit	0.987	0.088	11.26	0	***
R-kare	0.152	Gözlem		9060.000	
F-test	72.038	Prob > F		0.000	
*** $p<.01$, ** $p<.05$, * $p<.1$					

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir.

Önceki bölümlerde bahsedildiği üzere aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı ve diğer tanıdıklarıyla daha az zaman geçiren bireylerin kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi daha yüksek olabilir ya da kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi yüksek olan bireylerin aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı ve diğer tanıdıklarıyla daha az zaman geçirebilir. İlişkisel zaman endeksi ile kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi arasındaki bu ters nedensellik sebebiyle içsellik problemi ortaya çıkmaktadır. İçsellik problemi yüzünden Tablo 5.16’da sunulan tahmin sonuçları sapmalı ve tutarsız olabilir.

Tutarlı tahminler elde etmek için geçerli araç değişkenler seçmek gerekir. WVS’de katılımcıların boş zamana verdikleri önemi araştıran, “Kendinize ayırdığınız boş zamanlar sizin için ne kadar önemlidir?” sorusu ve maddiyata ilgilerini ölçen, “Yakın gelecekte para ya da materyallere önemin azalması sizin hayatınızı nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?” sorusu araç değişken olarak kullanılmıştır. İlk sorunun cevapları, “1. Çok önemli, 2. Biraz Önemli, 3. Pek Önemli Değil, 4. Hiç Önemli Değil” şeklindeki kategorize edilmiş ve çalışmada 3. ve 4. kategoriler birleştirilip “Boş Zaman Önemli Değil” olarak tanımlanmıştır. İkinci sorunun cevapları ise “1. İyi, 2. Hiç, 3. Kötü” olmak üzere 3 seçenekli olarak gruplandırılmış ve çalışmada 3. seçenek “Maddiyat Önemli” olarak tanımlanmıştır. Her iki soruya verilen cevaplar kukla değişkene dönüştürülerek oluşturulan “Boş Zaman Önemli Değil” ve “Maddiyat Önemli” değişkenleri, kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi yerine araç değişken olarak seçilmiştir. Kendine ayırdığı boş zamana önem vermeyen ve kendi hayatı için paranın ya da materyallerin önemli olduğunu düşünen bireyler, kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi yüksek olan güvensiz bağlanmaya sahip bireylerdir. Bu anlamda araç olarak seçilen değişkenler sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğilimi ile ilişkilidir.

İlişkisel zaman endeksi ile kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi arasındaki ilişkiyi tahmin etmek için oluşturulan 2SLS yönteminin birinci aşama denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$\hat{C}_i = \tau_0 + \tau_1 X_i + \tau_2 Z_i + f_i + v_i \quad (5.9)$$

(5.9) numaralı denklemde $\hat{C}_i$ kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin maddiyat önemli ve boş zaman önemli değil Z_i araç değişkenleri kullanılarak elde edilen tahmini değeridir. Bu aşamada Z_i , anlamlı ve teorik beklentiye uygun bir katsayıya sahipse araç değişken olarak kullanılabilir.

Kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin tahmini değerleri kullanılarak oluşturulan 2SLS yönteminin ikinci aşama denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$R_i = \phi_0 + \phi_1 X_i + \phi_2 \hat{C}_{i_i} + f_i + \varepsilon_i \quad (5.10)$$

(5.10) numaralı denklem ile kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişki zaman endeksi üzerindeki etkisi sapmasız ve tutarlı olarak tahmin edilir. Bu sayede içsellik problemi çözülür.

Tablo 5.17: Sosyal ve Kişisel İlişkilerden Kaçınma Eğilimi İçin Seçilen Araçların Geçerlilik Testleri

Dışsallık Koşulu	Hansen J testi Ki-kare istatistiği p değeri	1.899 0.1682
Uygunluk Koşulu	Weak identification test (Cragg-Donald Wald F statistic): (Kleibergen-Paap rk Wald F statistic):	102.601 58.508
	Stock-Yogo zayıf ID test değerler: % 10 maksimal IV % 15 maksimal IV % 20 maksimal IV % 25 maksimal IV	19.93 11.59 8.75 7.25
	F testi değeri	58.90
İçsellik Testi	Durbin Wu-Hausman testinin p değeri	0.0000
Seçilen Araçlar	Boş Zaman Önemli Değil Maddiyat Önemli	

Tablo 5.17’de kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi için seçilen araçların geçerlilik testleri sunulmuştur. Hansen’s J istatistiğinin p olasılık değeri (0,1682), 0,1 anlamlılık düzeyinden büyüktür. Seçilen araç değişkenlerin dışsal olduğunu savunan H_0 hipotezi reddedilememektedir. Buna göre boş zaman önemli değil ve maddiyat önemli araç değişkenleri ile hata terimi arasında bir ilişki yoktur. Cragg-Donald Wald F istatistiği (102,601), Stock-Yogo zayıf ID testi kritik % 10 değerinden (19,93) büyük bulunmuştur. Seçilen araç değişkenler boş zaman önemli değil ve maddiyat önemli ile kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi arasında güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Seçilen

araçların ortak anlamlılığı test eden F istatistiği ise 58,90 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 10 kritik değerinden yüksek olduğu için seçilen araç değişkenlerin güçlü olduğu sonucuna varılmıştır. Hem dışsallık hem de uygunluk koşulunu sağladığı için boş zaman önemli değil ve maddiyat önemli geçerli araç değişkenlerdir ve kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi yerine kullanılabilir. Tablo 5.17’de sunulan Durbin Wu-Hausman içsellik testinin p olasılık değeri 0’dır. Bu değer 0,01 anlamlılık düzeyinden küçük olduğundan kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin içsel açıklayıcı değişken olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5.18: Sosyal ve Kişisel İlişkilerden Kaçınma Eğilimi İçin Araç Değişken Tahmin Sonuçları

Değişkenler	(1) Birinci Aşama	(2) İkinci Aşama
Kaçınan Eğilimi		-0.787*** (0.136)
Yaş	0.0027477** (0.0011836)	-0.0103*** (0.00224)
Yaşın Karesi	-0.0000409*** (0.000012)	6.15e-05** (2.41e-05)
Gelir	1.58e-07 (7.15e-07)	1.72e-05*** (1.73e-06)
Gelir Sıralaması	-0.0122993 *** (0.0014426)	0.00797** (0.00329)
Çocuk Sayısı	0.0117256*** (0.0025161)	0.0132*** (0.00459)
Kadın	-0.0085351 (0.0067563)	-0.0759*** (0.0123)
Evli	0.022953 *** (0.0081937)	-0.0674*** (0.0152)
İşsiz	0.0218862 (0.0135768)	-0.0685*** (0.0209)
İlkokul Mezunu	0.0309906** (0.0142307)	0.00950 (0.0247)
Ortaokul Mezunu	-0.0372778*** (0.0103719)	0.00266 (0.0203)
Lise Mezunu	-0.0215992** (0.0100309)	0.00893 (0.0179)
Üniversite Mezunu	-0.0186545* (0.009688)	0.0129 (0.0195)
Sağlık İyi	-0.0313872*** (0.008942)	0.0751*** (0.0157)

İnsanlara Güvenilir	-0.0249048*** (0.0063795)	0.0642*** (0.0147)
Seçim Özgürlüğü Kontrolü Yüksek	-0.0024932 (0.0076379)	0.0620*** (0.0134)
İnsan Haklarına Saygılı	-0.0068453 (0.0074559)	0.0321** (0.0130)
Dindar	-0.0015313 (0.0077307)	0.223*** (0.0150)
Boş Zaman Önemli Değil	0.1252178*** (0.0119509)	
Maddiyat Önemli	0.0258936** (0.0105025)	
Sabit	0.0724018 * (0.0396952)	1.058*** (0.0910)
Gözlem	8,962	8,962
Prob > F	0	
Prob > Ki-kare		0
R-kare	0.1896	0.051

Not= Model tahminlerine ülke sabit etkileri eklenmiştir. Anlamlılık düzeyleri: *** p<0.01, ** p<0.05,

* p<0.1. Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 5.18’de sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğilimi için 2SLS tahmin sonuçları yer almaktadır. Birinci aşama sonuçları incelendiğinde, boş zaman önemli değil ve maddiyat önemli araç değişkenlerin kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimini anlamlı ve olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Kendine ayırdığı boş zamanın önemli olmadığını bildiren bireylerin, önemli olduğunu bildiren bireylere göre kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi 0,125 artmaktadır. Para ya da materyallerin önemli olmadığını düşünen bireyler referans alındığında, maddiyatın önemli olduğunu düşünen bireylerin kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi 0,026 birim artmaktadır. Bu bulgular, kendine ayırdığı boş zamana önem vermeyen ve paraya ya da materyallere daha fazla önem veren bireylerin kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin yüksek olduğunu göstermektedir.

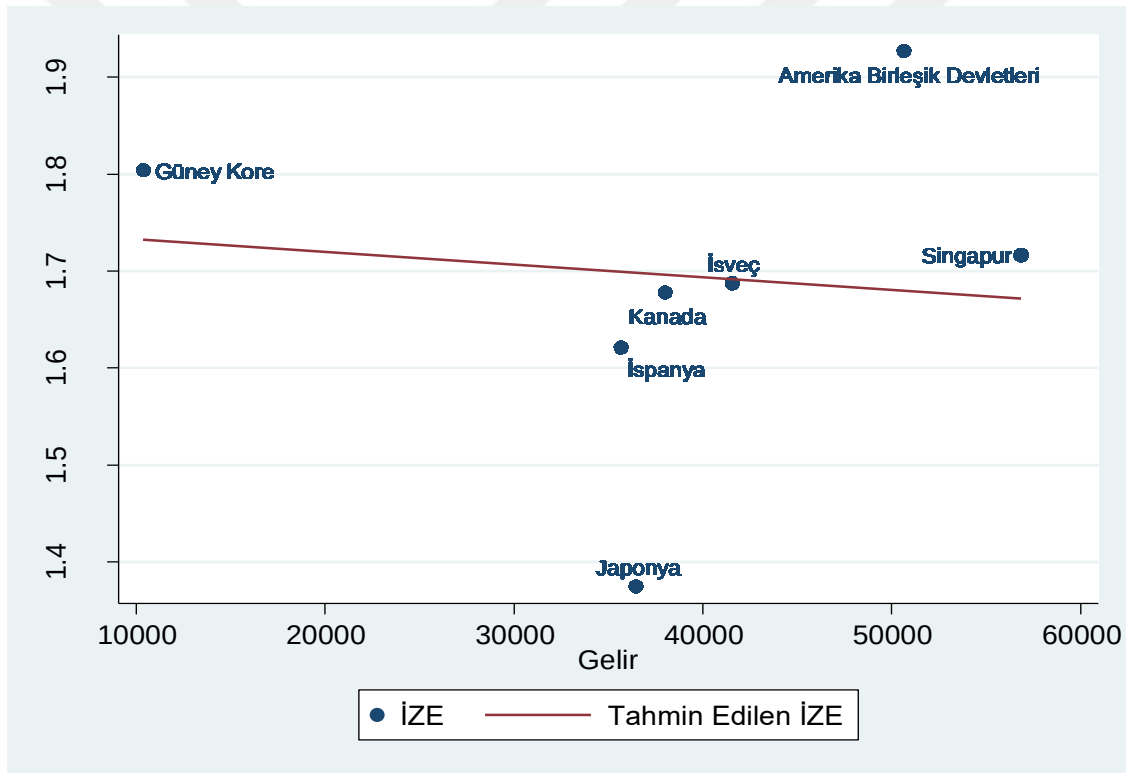
İkinci aşama sonuçlarına göre, kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi değişkeni negatif ve anlamlı bir katsayıya sahiptir. İlişki kurma isteği ve yeteneği yüksek bireylere kıyasla kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınan bireylerin ilişkisel zaman endeksi

ortalamada 0,787 azalmaktadır. 2SLS sonucunda sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğilimi ile ilişkisel mallar arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu doğrulanmıştır.

5.3. ÇEŞİTLİ ÜLKELERE GÖRE İLİŞKİSEL MALLAR VE GELİR ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü (1999-2004) dalgası kullanılarak dünya genelinde ilişkisel mallar ve gelir arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Şekil 5.1: Gelişmiş Ülkelerde İlişkisel Zaman Endeksi ve Kişi Başı Reel Gelir Arasındaki İlişki

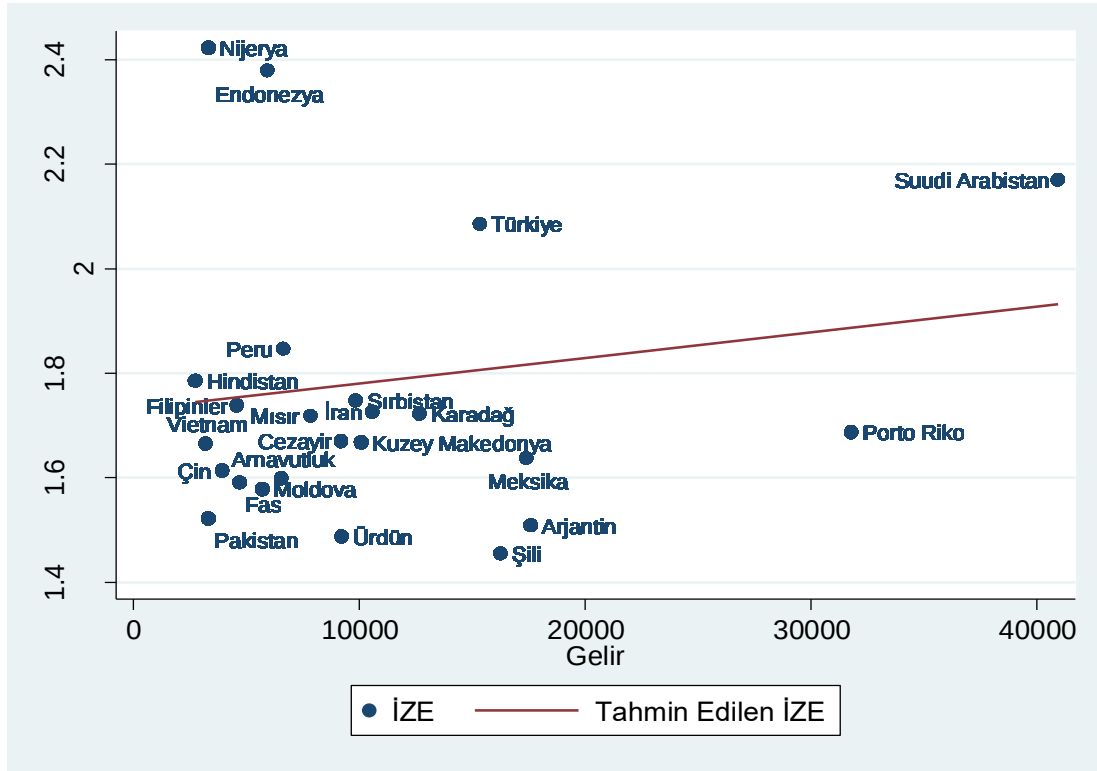


Şekil 5.1²⁴, gelişmiş 7 ülke için ilişkisel zaman endeksi ve kişi başı reel gelir arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Buna göre ilişkisel zaman endeksi sabit bir seyir izleyerek kişi başı reel gelir artışına eşlik etmediği görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde

²⁴ OLS regresyonu şu şekildedir: $\hat{IZE} = 1.695[440.77] - 3.75e-07[-3.80]Gelir$. Prob > F = 0.0001, R-kare = 0.0013 ve Gözlem = 10930. Gelir katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

yaşayan yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin aile, akraba, arkadaş ve diğer tanıdıklarıyla birlikte vakit geçirmek için yeterince zaman ayırmadıkları söylenebilir. Özellikle haftalık ortalama çalışma saati düşük olan İspanya, İsveç ve Kanada’da bireylerin sosyal ve kişisel ilişkilere daha fazla zaman ayırması beklenirken, Şekil 5.1 tam tersine sosyal olarak izole bir hayat yaşadıklarını göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının ve internetin yaygın kullanıldığı bu ülkelerde çoğu kişinin iş, aile ya da yakın çevresiyle herhangi bir sosyal bağı yoktur. Şekilden de anlaşıldığı üzere, geçim sıkıntısı çekmeyen bu ülkelerde sosyal ağlarda küçülme yaşanmakta ve insanlar gün geçtikçe yalnızlaşmaktadır. Sosyal izolasyona sürükleyen bireyci kültürün hâkim olduğu Batı toplumlarından farklı olarak Güney Kore, Singapur ve Japonya’da, ilişkisel benlik baskın olduğundan birlik ve beraberliğe özellikle de aile bağlarına önem verilmektedir. Toplulukçu kültürel değerlerin ön planda olduğu bu ülkelerde ilişkisel zaman endeksinin yüksek olması beklenir. Ancak Şekil 5.1’de 7 ülke arasında ilişkisel zaman endeksinin en düşük olduğu ülke Japonya’dır. Haftalık çalışma saatinin yüksek olduğu Japonya’da bireyler başkalarıyla vakit geçirmek yerine çalışmayı tercih ettiği veya sosyal ilişkilere ayrılan boş zaman için yüksek fırsat maliyetine sahip kişiler ile ilişki kurmaya meyilli olduğu anlaşılmaktadır. Bu anlamda Japonya’da kişi başı reel gelir yüksek olmasına karşın ortalama ilişkisel mal üretim/tüketim düzeyi düşük olmaktadır.

Şekil 5.2: Gelişmekte Olan Ülkelerde İlişkisel Zaman Endeksi ve Kişi Başı Reel Gelir Arasındaki İlişki

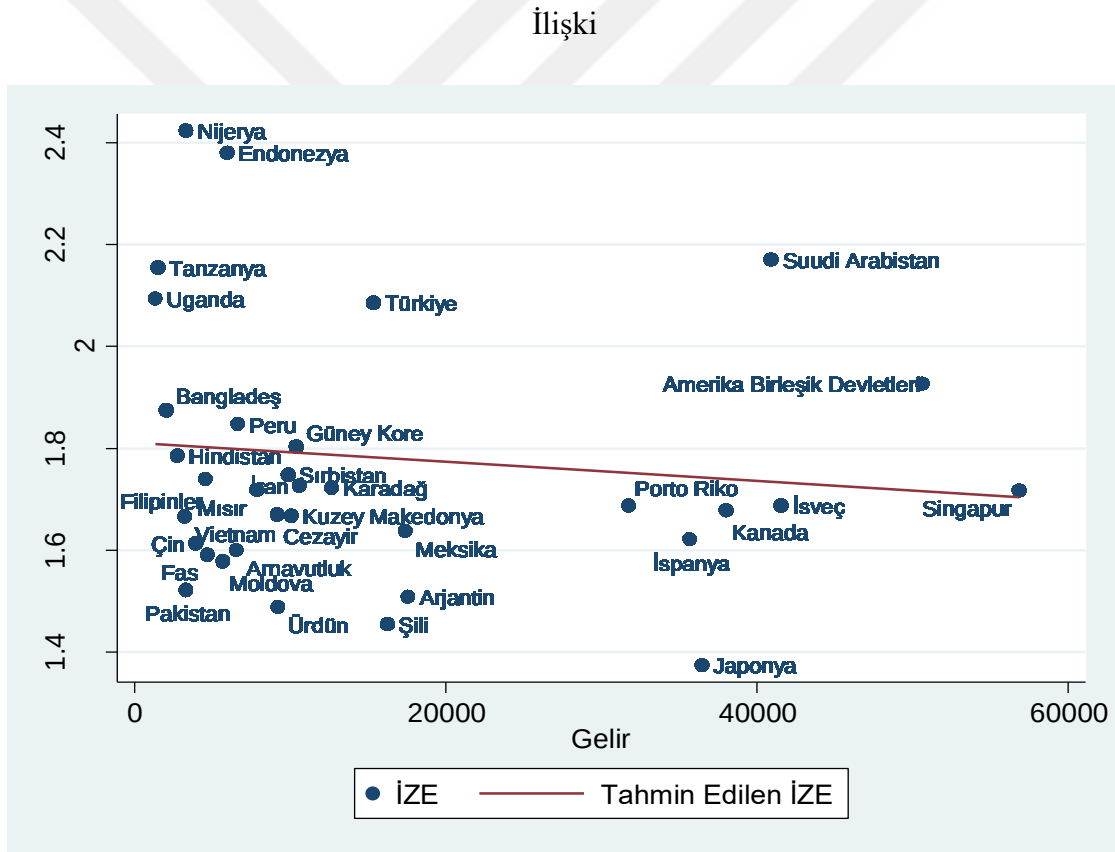


Şekil 5.2’ye²⁵ göre gelişmekte olan ülkeler için ilişkisel zaman endeksi ve kişi başı reel gelir arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Kişi başı reel gelir düzeyi ile birlikte ilişkisel zaman endeksi de artmaktadır. Başka bir deyişle, kişi başına düşen gelirin yüksek olduğu gelişmekte olan ülkelerde aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı, kulüplerdeki (spor, kültür vb.) kişiler ve ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile birlikte daha fazla zaman geçirilmektedir. Şekilde göze çarpan bir sonuç, kişi başı reel gelir düzeyinin düşük olduğu Nijerya ve Endonezya’da başkalarıyla geçirilen vaktin ve dolayısıyla ilişkisel malların üretim/tüketim düzeyinin yüksek olmasıdır. Bu sonuç, söz konusu ülkelerde gelir düzeyinden bağımsız olarak ilişkilerdeki paylaşım, dayanışma ve tatmin düzeyinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Şekilde Pakistan, Fas, Ürdün, Moldova gibi

²⁵ OLS regresyonu şu şekildedir: $\hat{IZE} = 1.731[796.98] + 4.91e-06[30.64]Gelir$. Prob > F = 0.0000, R-kare = 0.0254 ve Gözlem = 35974. Gelir katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

gelişmekte olan ülkeler arasında kişi başı reel gelir düzeyi yüksek olmasına karşın, ilişkisel zaman endeksinin en düşük olduğu ülke Şili'dir. Haftalık çalışma saati OECD ortalamasının üstünde yer alan Şili'de bireyler çalışma zamanını sosyalleşmeye ayrılan zaman ile değiştirmek yerine uzun süreler çalıştıkları ve işten kalan zamanda ise daha çok bireysel olarak vakit geçirdikleri anlaşılmaktadır. Şekilde göze çarpan başka sonuç ise kişi başı reel gelirin en yüksek olduğu Suudi Arabistan'ın Nijerya ve Endonezya'dan sonra ilişkisel zaman endeksinin de en yüksek olduğu ülke olmasıdır. Bu ülkede yüksek gelirin ilişkisel malların üretim/tüketim düzeyinde artışa neden olduğu ifade edilebilir.

Şekil 5.3: Dünya Geneline İlişkisel Zaman Endeksi ve Kişi Başı Reel Gelir Arasındaki



Şekil 5.3'e²⁶ göre dünya genelinde kişi başı reel gelir düzeyi yükseldikçe gelir ve ilişkisel zaman endeksi arasındaki ilişki zayıflamaktadır. Kişi başı reel gelirin düşük

²⁶ OLS regresyonu şu şekildedir: $\hat{I}ZE = 1.811[1169.54] - 1.88e-06[-25.65]Gelir$. Prob > F = 0.0000, R-kare = 0.0128 ve Gözlem = 50876. Gelir katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

olduğu ülkelerde ilişkisel zaman endeksinin yüksek çıktığı; kişi başı reel gelirin yüksek olduğu ülkelerde ise genel olarak ilişkisel zaman endeksinin düşük çıktığı görülmektedir. Özellikle kişi başı reel gelirin oldukça düşük olduğu Tanzanya ve Uganda’da, sosyalleşmeye ayrılan zamanın yüksek olduğu ve bununla bağlantılı olarak bireylerin geniş bir ilişkiler ağına ve güçlü aile bağlarına sahip olduğu ifade edilebilir. Ancak gelirin en yüksek olduğu Singapur’da ilişkisel zaman endeksi, az gelişmiş ülkelere kıyasla daha düşüktür. Aslında şekil gelişmiş ülkelerde yüksek yaşam standartları, istikrarlı demokrasi, gelişmiş ekonomiye rağmen sosyal bağlantıların zayıf ve aile içi iletişimin sınırlı olduğunu göstermektedir. Teknolojik gelişmenin sadece şehirlerde yoğunlaştığı az gelişmiş ülkelerde ise insanlar zamanlarının çoğunu internet ya da televizyon başında geçirmediikleri için hem aile içindeki ilişkiler hem de toplumsal hayattaki ilişkiler güçlüdür. Geleneksel bir toplum yapısının hâkim olduğu bu ülkelerde insanlar sosyal bağları koruyan ve izolasyonu önleyen geniş ailelere sahiptir. Buna karşın gelişmiş ülkelerde yaşlı nüfus oranının yüksek olması nedeniyle sosyal izolasyon ve yalnızlık insanları derinden etkileyen bir sorun haline gelmiştir. Gelişmiş ülkelerde insanları yalnızlığa sürükleyen diğer bir neden ise modern yaşam koşullarıyla dayatılan materyalist yaşam biçimidir. Para ya da maddi varlıklar ile tatmin olabilen özellikle de maddi tüketim yaparak mutlu olabilen insanlar, daha uzun saatler çalışarak daha fazla para kazanmak isterler. Böyle bir kültürde yetişen ebeveynlere sahip bireyler ise küçük yaşlarda tatmin edilmemiş psikolojik ihtiyaçlarının bir sonucu olarak materyalleri insanların üzerinde değer vermekte ve bu nedenle çevresindeki kişiler ile ilişki kurmakta zorlanmaktadır. İlişkilerini kuşkuculuk üzerine kuran güvensiz bağlanmaya sahip bu bireyler, gelir düzeyleri yüksek olsa da hayal kırıklığı yaşamamak için kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçındıklarından başkalarına zaman ayırmazlar. Dolayısıyla Şekil 5.3’te de görüldüğü üzere, yüksek gelir gelişmiş ülkelerde sosyal olarak izole insanların çoğalmasını engelleyememektedir.

SONUÇ

İktisat biliminde yirminci yüzyılın sonlarına doğru insanlar arası ilişkilerin çıkar temelli doğası dışında sevgi, şefkat, empati gibi motivasyonlara sahip bir doğası olabileceği kabul edilmeye başlanmıştır. Standart iktisat teorisinde insanlar soyut rasyonel ajanlar olarak modellenmiştir. Bu teoriye göre insanların birbirleriyle kurdukları ilişkiler önemli değildir, sadece rasyonel seçimleri önemlidir. Ancak davranışsal iktisat alanındaki çalışmalar neşe, üzüntü, korku gibi duyguları başkalarıyla paylaşma dürtüsünün insan doğasının bir parçası olduğunu ve bu nedenle insanların herhangi bir karşılık beklemeden işbirliği, dayanışma gibi değerlere dayalı içsel motivasyon ile hareket edebileceklerini göstermiştir. Bu sayede daha önceleri pek önemsenmeyen sosyal sermaye, ilişkisel mallar gibi insan ilişkilerine odaklı sosyal konular iktisat biliminin ilgi alanına girmiştir.

Zaman içinde iktisat başta olmak üzere çeşitli disiplinlerde irdelenen ilişkisel mallar kavramının ilk ortaya çıkışı 1980'li yıllara dayanmaktadır. İlişkisel mallar kavramı kapsamında arkadaşlık, karşılıklı sevgi, beğenilme, sosyal onay gibi kişiler arası ilişkiler sonucunda ortaya çıkan belirli değerler mutluluğun kaynağını oluşturmaktadır. Aslında ilişkisel mallar, insanların mutlu olmasını sağlayan sevgi ve aidiyet gibi sosyal düzeyli ihtiyaçları karşılar. İktisat biliminde ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki, ilk olarak “Ahlaki Duygular Teorisi” kitabındaki duygudaşlık (fellow-feeling) kavramıyla Adam Smith tarafından araştırılmıştır. Smith (1759) kitabında, insanların birlikte geçirdiği zaman arttığında paylaştıkları ortak değerlerin de arttığını ve bu değerlerin mutluluğu büyük ölçüde etkilediğini belirtmiştir.

Yakın dönemde mutluluk ekonomisi alanında yapılan çalışmalar ile birlikte ilişkisel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki ampirik olarak araştırılmaya başlanmıştır. Bu çalışmalarla sosyal yaşamın iktisat alanındaki olumlu etkilerini görmezden gelen anlayış terk edilmiştir. Mutluluk ve ilişkisel mallar üzerine çalışmalar yapan

araştırmacıların bir kısmı, ilişkisel malların azalan üretimine/tüketimine dayalı ilişkisel mutluluk teorisiyle Easterlin Paradoksu'nu açıklamış; bir kısmı da çeşitli ekonometrik yöntemlerle ilişkisel malların mutluluğun önemli belirleyiciler arasında yer aldığını göstermiştir. Söz konusu araştırmalara göre ilişkisel malları mutluluğun temel kaynağı olarak değerlendirmek, gelirin mutluluk için önemli bir belirleyici olmadığını göstermez. Bu noktada araştırmalar ilişkisel malların gelir ve mutluluk üzerinde iki temel etkisi olduğunu öne sürmüştür. İlk olarak Amartya Sen'in kapasite yaklaşımına göre gelirin mutluluk üzerindeki etkisi pozitifdir. Bu yaklaşım, bireylerin kendi kapasitelerini arttırmaları yoluyla artan gelirin daha fazla mal ve hizmete erişimi olanak tanıdığını ve bunun da iktisadi fırsatları, toplumsal imkanları ve siyasal özgürlükleri genişleterek refahlarını artıracaklarını vurgulamıştır. Bu açıdan belirli bir geçim düzeyine kadar artan gelir bireylerin sadece temel ihtiyaçlarını karşılamalarına değil, kişiler arası ilişkilerini geliştirerek mutluluklarını da arttırmaya mümkün kılmaktadır. İkincisi ise belirli bir geçim düzeyinden sonra gelirin mutluluğa etkisi negatif olmasıdır. Buna göre bireysel etkinliklere ayrılan zaman ya da daha fazla gelir elde etmek için üretken faaliyetlere harcanan zaman, kişiler arası ilişkileri dışlaması nedeniyle artan gelir insanları daha fazla mutlu edememektedir.

Literatürdeki bilgiler doğrultusunda bu çalışmada ampirik olarak öncelikle, TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırması'nın 2015 yılı ve Zaman Kullanım Araştırması'nın 2014-2015 yılı anket verileri kullanılarak kâr amacı gütmeyen herhangi bir kuruluşta gönüllü çalışma yapan ve kültürel ya da sosyal etkinliklere katılan bireylerin ilişkisel mallardan üreterek/tüketerek mutlu olup olmadıkları Türkiye özelinde araştırılmıştır. Sıralı logit tahmini sonucunda kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye ve sendikaya üye olan bireylerin, üye olmayan bireylere kıyasla daha mutlu olduğu; okul aile birliği ve mesleki dayanışma dernekleri için ücret almaksızın gönüllü faaliyette bulunan bireylerin, bu faaliyetlere katılmayan bireylere göre daha yüksek mutluluğa sahip

olduğu tespit edilmiştir. Mikroekonometrik mutluluk modelinde karşılık beklemeksizin birlikte gönüllü çalışma yapanlar, yüksek nispi konum bildiren ve aylık gelir düzeyinden memnun olan bireyler ile eşdeğer düzeyde mutlu oldukları gözlenmiştir. Bu bağlamda ilişkisel malların mutluluğun önemli belirleyicileri arasında yer aldığı ifade edilebilir.

İlişkisel mallara gösterge olarak sosyal yaşam değişkenlerin kullanıldığı analizlerde, sportif faaliyet olarak futbol oynayan, kermes, fuar, festival gibi etkinliklere katılan, eşi ile alışverişe ve tatile çıkan bireylerin, bu tür aktiviteleri yapmayan bireylere kıyasla daha mutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak modellerde doğa yürüyüşü yapmak ve dinlenmek ya da tatile çıkmak değişkenleri mutluluğu olumsuz yönde etkilemektedir. Uhlaner (1989)'e göre bir bireyin ilişkisel malları üretmesi/tüketmesi için başkalarıyla ilişki kurması ve bu ilişkinin karşılıklı olması gerekmektedir. Buradan hareketle başkalarıyla iletişime geçmeden tek olarak doğa yürüyüşü yapan ve dinlenen ya da tatile çıkan bireyler, ilişkisel mallardan üretilip tüketemedikleri için mutsuz oldukları söylenebilir.

Türkiye genelinde ilişkisel malların net etkisini değerlendirmek için oluşturulan tüm modellerde mutluluğa en yüksek katkı yapan faktörün evlilik olduğu görülmüştür. Becchetti ve Pelloni (2013), medeni durum kontrollerini (evlilik ve/veya ayrılma ya da boşanma olmadan düzenli birliktelik) belirli bir tür ilişkisel malın (romantik ilişki, sevgi, vb.) birikmiş stokunu ölçen önemli vekiller olarak değerlendirmişlerdir. Buna göre evlilik ilişkisi, Uhlaner (1989)'in ilişkisel mal olarak örneklendirdiği başkası tarafından kabul edilme arzusu, bir kimliği sürdürme isteği, beğenilme, ilgi gibi duygusal gereksinimleri karşıladığı için ilişkisel mallar içinde sınıflandırılabilir. Bu anlamda Türkiye'de yaşayan bireylerin ilişkisel mallardan üreterek/tüketererek yüksek mutluluk düzeyine sahip olacakları ifade edilebilir.

Türkiye özelinde kadın ve erkekler için yapılan alt grup analiz sonuçlarına göre, kadınlarda sadece okul aile birliği için ücret almaksızın gönüllü olarak faaliyette

bulunmak ve eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak mutluluğu olumlu yönde etkilemekte; erkeklerde ise sadece kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye üyelik, mesleki dayanışma dernekleri için ücret almaksızın gönüllü olarak faaliyette bulunmak ve kermes, fuar, festival gibi etkinliklere katılmak mutluluğu olumlu yönde etkilemektedir. Gönüllü çalışma değişkenleri arasında erkeklerin mutluluğuna en yüksek katkı yapan faktörün mesleki dayanışma derneklerin gönüllü faaliyetlerine katılmak olduğu gözlemlenmiştir. Morrow-Howel ve diğerleri (2003)'ne göre, bireyler bu gönüllü kuruluşlara işe girmeyi kolaylaştırması için sosyal çevre edinmek, kendini geliştirmek gibi belirli bir çıkar doğrultusunda katılmaktadır. Erkekler bu tür dışsal güdüler ile diğer gönüllü kuruluşlara kıyasla mesleki dayanışma derneklerin gönüllü faaliyetlerine daha aktif katıldıkları için yüksek mutluluk düzeylerine sahip olabilmektedir.

Evli ve bekârlar için gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre ise bekârlar, gönüllü çalışma için sadece okul aile birliğinin faaliyetlerine katıldıklarında mutlu iken, evliler için bu gönüllü kuruluşların faaliyetlerine katılmak anlamlı değildir. Evliler için eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak ve eş ile alışveriş yapmak ise anlamlıdır ve mutluluklarını arttırmaktadır. Ancak evli olup tek başına dinlenen ya da tatile çıkan ve tek başına doğa yürüyüşü yapan bireylerin mutlulukları azalmaktadır. Bu sonuçlardan evlilik ilişkisi içinde birbirine zaman ayırmayan çiftlerin birlikte ilişkisel mallardan üretemeyecekleri/tüketemeyecekleri için mutsuz oldukları anlaşılmaktadır. Bekârlar için ise eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak ve eş ile alışveriş yapmak anlamlı değildir. Bekârlar eş ile birlikte vakit geçirip ortak değerler paylaşamamaları nedeniyle evli bireylerin yapabilecekleri bu tür etkinlikler bekârlar için mutluluk kaynağı olmayabilir.

Bir işte çalışan ve çalışmayanlar için analiz sonuçları, çalışanlar sadece kâr amacı gütmeyen herhangi bir siyasi partiye üye olduklarında ve mesleki dayanışma dernekleri için gönüllü olarak faaliyette bulunduklarında mutlu olduklarını; ancak çalışmayanlar için kâr amacı gütmeyen herhangi bir kuruluştaki gönüllü çalışma yapmanın anlamsız olduğunu

göstermiştir. Bir işte çalışmayan kişiler sadece kermes, fuar, festival gibi etkinliklere gittiklerinde ve eşi ile alışveriş yaptıklarında mutlu olmaktadır. Bir işte çalışanlar için ise sadece eş ile dinlenmek ya da tatile çıkmak mutluluk üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Çalışan kişilerin kısıtlı zamanı olduğu için diğer boş zaman etkinliklerinden çok eşi ile dinlenmeyi ya da tatile çıkmayı tercih edebilir. Dolayısıyla bu sonuç, çalışan kişilerin eşi ile vakit geçirmek için zaman ayırdıklarında mutlu olabilecekleri şeklinde değerlendirilebilir.

Çalışmanın ikinci ampirik kısmında, Dünya Değerler Araştırması'nın 1995-2020 dönemi verileri için ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisi sıralı lojistik yöntemi ile dünya genelinde incelenmiştir. İlişkisel mallar yerine vekil değişken olarak kullanılan sosyalleşmeye ayrılan zaman için yapılan analizlerde, aile, akraba, arkadaş, iş arkadaşı, kulüplerdeki (spor, kültür vb.) kişiler ve ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile bir araya gelip daha fazla zaman geçiren bireylerin daha mutlu olduğu ortaya konmuştur. Bireyler sosyalleşerek birlikte iyi ve mutlu vakit geçirdikleri anlaşılmaktadır. Sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenleri arasında mutluluk üzerinde en güçlü etkiye sahip olan göstergenin aile ve akrabalar ile geçirilen zaman olduğu belirlenmiştir. Adam Smith'in duygudaşlık (fellow-feeling) kavramına göre, bireyler birbirlerini ne kadar iyi tanırsa paylaştıkları duyguların yoğunluğu o kadar fazla olur. Buradan hareketle bireyler aile ve akrabalarına zaman ayırdıklarında paylaştıkları duygu ve deneyimlerin yoğunluğu fazla olduğu için yüksek mutluluğa ulaştıkları ifade edilebilir.

Kadın, erkek, gelir tatmini düşük, gelir tatmini yüksek, gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler için yapılan analiz sonuçlarına göre tüm bu alt gruplarda, ilişkisel malların üretimi/tüketimi için ayrılan zamanın (sosyalleşmeye ayrılan zamanın) mutluluğu olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Bu etkinin erkeklerde, gelir tatmini düşük bireylerde ve gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerde daha fazla olduğu belirlenmiştir. İlişkisel malların üretimi/tüketimi için ayrılan zamanın gelir tatmini düşük

olan bireyleri daha fazla etkilemesi, belirli bir gelir düzeyinden sonra ilişkiler için daha az zaman ayırıldığının bir göstergesidir. Bu açıdan gelir tatmini yüksek bireyler sosyal ilişkilere daha az zaman ayırdıkları için ürettikleri/tükettikleri ilişkisel mal miktarının daha az olduğu, başka bir deyişle belirli bir düzeyinden sonra gelirin ilişkisel malları dışladığı anlaşılmaktadır.

Sosyalleşmeye ayrılan zaman değişkenleri için yapılan alt grup analizlerinde, mutluluğa en yüksek katkı yapan göstergelerin aile-akraba ve ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile birlikte daha fazla zaman geçirmek olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kadınlar, gelir tatmini yüksek olanlar ve gelişmiş ülkelerde yaşayan bireyler ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ile bir araya gelip daha sık vakit geçirdiklerinde yüksek mutluluğa sahip olduğu; erkekler, gelir tatmini düşük olanlar ve gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireyler ise aile ve akrabaları ile bir araya gelip daha sık vakit geçirdiklerinde yüksek mutluluğa sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, ailenin küçük yaşta sevgi, güven, kabul görme gibi duygusal ihtiyaçları karşılayabileceği tek yapı olduğu ve dinin insanları güvende ve iyi hissetmesini sağladığı için bu kurumların önemli mutluluk kaynakları arasında yer aldığını göstermektedir.

İlişkisel mallara vekil değişken olarak gönüllü çalışmanın kullanıldığı analizlerde, spor, din, sanat-müzik, işçi sendikası, siyasi parti, çevreci, meslek ve hayır gönüllü kuruluşların yönetiminde görev alan ve önemli faaliyetlerine düzenli olarak katılan bireylerin, faaliyetlere pek katılmayan ya da hiç katılmayan bireylere göre daha mutlu olduğu sonucuna varılmıştır. Gönüllü çalışma değişkenleri içinde mutluluğu olumlu etkileyen en yüksek göstergelerin ise spor kulüplerin, dini derneklerin ve hayır kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmak olduğu ortaya konmuştur. Bruni ve Stanca (2008), bireyler ilişkisel malların üretilmesi/tüketilmesi için gerekli unsurlardan biri olan içsel güdüler ile hayır, din, spor, eğitim, müzik, sanat, kültür gibi gönüllü kuruluşların etkinliklerinde yer aldıkları için mutluluk düzeylerinin yüksek

olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda bir kişi dışsal güdülere kıyasla içsel güdülere sahip gönüllülük davranışıyla ilişkisel mallardan daha fazla fayda elde ettiği için daha mutlu olduğu söylenebilir.

Gönüllü çalışma değişkenlerinin alt grup analiz sonuçlarına göre tüm alt gruplarda, mutluluğu olumlu etkileyen göstergelerin spor kulüplerin, eğitim, müzik, sanat, kültür gibi alanda çalışan kuruluşların, dini derneklerin ve hayır kuruluşların gönüllü faaliyetlerine aktif olarak katılmak olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç spor, eğitim, müzik, sanat, kültür, din, hayır gibi gönüllü etkinliklerin iletişim kurmayı kolaylaştırarak ilişkisel malların üretimini/tüketimini arttırdığı şeklinde yorumlanabilir. Bireyler gönüllülük vasıtasıyla sosyalleşerek yalnızlık ve çaresizlik başta olmak üzere bazı olumsuz duyguları azalmakta ve bu yolla sosyal açıdan kendilerini iyi hissetmektedirler. Böylece gönüllü çalışma yapan bireyler sosyal tatmin, sosyal onay, beğenilme gibi ortak değerler paylaşarak daha mutlu oldukları görülmüştür.

Çalışmanın son ampirik analiz kısmında, Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası kullanılarak gelişmiş ülkelerde gelir düzeyinin yüksek olmasına rağmen bireylerin neden daha fazla mutlu olamadıkları ilişkisel mutluluk teorisi kapsamında yer alan bağlanma kuramıyla araştırılmıştır. Bu doğrultuda gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişkiyi açıklamak için oluşturulan ilk model sıralı lojistik yöntemi ile tahmin edilerek, gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı ve diğer tanıdıklarıyla birlikte vakit geçirmek (ilişkisel malları üretmek/tüketmek) için ayırdıkları zaman arttığında mutluluklarının da arttığı sonucuna varılmıştır. İkinci model ise doğrusal regresyon yöntemi ile tahmin edilerek, kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınan güvensiz bireylerin aile-akraba, arkadaş, iş arkadaşı ve diğer tanıdıklarıyla birlikte vakit geçirmek (ilişkisel malları üretmek/tüketmek) için ayırdıkları zaman azaldığı bulunmuştur. Böylece kişi başı gelirin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınan güvensiz bireylerin ilişkisel mallardan daha az ürettikleri/tükettikleri

için daha fazla mutlu olamadıkları ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle, bebeklik döneminde bakım veren kişiler tarafından sevgi, güven, ilgi gibi psikolojik ihtiyaçları duyarlı ve tutarlı olarak karşılanmayan bireyler, ilişki kurma yeteneği düşük ve materyalizme eğilimi yüksek olması nedeniyle başkalarıyla samimi ve yakın bağ kurmaktan kaçınmaktadır. Sosyal olarak izole yaşayan bu güvensiz bireyler dostluk, arkadaşlık, kabul görme, beğenilme gibi daha az ortak değer elde etmekte (ilişkisel mallardan daha az üretmek/tüketmekte) ve dolayısıyla mutluluk düzeyleri düşük olmaktadır. Bu bağlamda çalışma, bağlanma kuramı çerçevesinde gelir-mutluluk paradoksu için ampirik olarak ek bir açıklama sunmaktadır.

Çalışmada ilişkisel malların gelir ve mutluluk arasındaki paradoksal ilişki üzerindeki etkisi araç değişken yöntemiyle de araştırılmıştır. Öncelikle bu etkiyi açıklamak için oluşturulan ilk modelde, ilişkisel mallara vekil değişken olarak kullanılan ilişkisel zaman endeksinin içselliği değerlendirilerek, ilişkisel malları üretmeye/tüketmeye daha fazla zaman ayıran bireylerin daha mutlu olduğu bulgusu elde edilmiştir. İkinci modelde kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin içselliği dikkate alınarak, sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğilimi daha yüksek olan güvensiz bireylerin ilişkisel malları üretmeye/tüketmeye daha az zaman ayırdığı belirlenmiştir. Bu sayede sosyal ve kişisel ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişkisel malları dışlayarak, yüksek gelir düzeyine sahip gelişmiş ülkelerdeki bireylerin daha fazla mutlu olmasını önlediği nedensel mekanizmalarla da ortaya konmuştur.

Çalışmanın ampirik kısmında son olarak, Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası için dünya genelinde ilişkisel mallar ve gelir arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil yardımıyla dünya genelinde kişi başı gelir düzeyi yükseldikçe gelir ve ilişkisel mallar arasındaki ilişkinin zayıfladığı gözlemlenmiştir. Kişi başı gelirin yüksek olduğu ülkelerde ilişkisel malların üretimin/tüketimin düzeyinin düşük olduğu; kişi başı gelirin düşük olduğu ülkelerde ise ilişkisel malların üretimin/tüketimin düzeyinin

yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle, gelir düzeyi arttıkça bireylerin ilişkilere daha az zaman ayırdığı belirlenmiştir. Bu bulgular, gelişmiş ülkelerde yaşam standartlarının yüksek olmasına rağmen yalnızlığın gün geçtikçe artan bir sorun olduğunu göstermektedir. Buna karşın haftalık ortalama çalışma saatinin yüksek olduğu az gelişmiş ülkelerde sosyal ve kişisel ilişkilere ayrılan zamanın azalması beklenirken; arkadaş, akraba, komşu ve diğer ilişkilerin oldukça sıkı ve aile yapısının güçlü olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışmanın teorik kısmında, Maurizio Pugno (2005)'nın psikolojinin önemli argümanlarına dayalı matematiksel modeli referans alınarak ilişki mutluluk teorisi çerçevesinde, geliri artan bireylerin mutluluk düzeyleri arasındaki farklılıkları analiz edilmiştir. Pugno'nun modeline bireylerin sadece kendileri için ayırdıkları boş zaman eklenerek, ilişki maldan daha fazla tüketen bireylerin gelir arttığında her zaman mutlu olamadıkları sonucuna varılmıştır. Yeniden kurgulanan modele göre, geliri artan güvenli bağlanmaya sahip birey bireysel boş zaman etkinliklerinden çok çalışmaya önem verdiğinde, ilişki mal tüketimi fazla olsa bile güvensiz bağlanan bireye göre daha mutlu değildir. İlişki kurma yeteneği ve ilişki mala verdiği önem yüksek olan güvenli bireyin gelir arttığında, ilişki kurmaktan kaçınan güvensiz bireye göre her zaman mutlu olması beklenmektedir. Çevresindeki kişiler ile daha sık vakit geçiren (ilişki maldan daha fazla fayda sağlayan) bireylerin mutluluk düzeylerinin de daha yüksek olduğunu ifade eden ilişki mutluluk teorisine göre bu paradoks açıklanamamaktadır. Aslında model, geliri artan bireyler güvenli bağlanmaya sahip olsalar da yüksek mutluluk düzeyine ulaşamadıklarını göstermektedir. Bu anlamda çalışma, bireylerin gelirleri arttığında sadece başkalarıyla sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif faaliyetlerde bulunarak eğlenceli vakit geçirmeyeceklerini, kendilerine zaman ayırdıklarında da hoş vakit geçirerek daha mutlu olabileceklerini ortaya koymuştur.

Çalışma politika yapıcıları için gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin daha mutlu bir hayat sürdürebilmelerine yönelik bulgular sunmaktadır. Bu çerçevede yerleşim yerlerine yakın park alanları, sosyal tesisler, bisiklet yolları gibi sosyal yaşam içinde iletişime geçmeyi kolaylaştıracak yatırımlarda bulunabilir. Aile ilişkilerini güçlendirmeye yönelik (esnek çalışma saatleri, anne ve babalar için doğum izni süresinin uzatılması vb.) yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Özellikle uzun süreli evlilik ilişkisi içinde çiftlerin problem çözme ve iletişim kurma becerilerini geliştirmeleri için aile danışmanlığı yaygınlaştırılabilir.

Sürekli büyüyen bir metropol yerleşim modeli çevre kirliliği, kentsel yığılma, zaman kaybı başta olmak üzere çeşitli kişisel ve ekonomik maliyetlere yol açmaktadır. Şehir planlamasıyla bu tür maliyetler minimize edilebilir. Örneğin geniş kamusal alana sahip yaya ve çevre dostu yeşil alanlar için projelere yatırımlar arttırılabilir, işe geliş gidiş süresini azaltan trafik düzenlemeleri yapılabilir ve sanatsal, kültürel ve sportif faaliyetlere katkı sağlayacak alanlar arttırılabilir.

Uzun çalışma saatleri bireylerin sosyalleşmesini engelleyen önemli bir etkidir. Bu bağlamda işyeri dışında sosyal ağları güçlendiren etkinliklere katılım gerçekleştirmeye yönelik yarı zamanlı çalışma seçenekleri sunacak çalışma koşulları sağlanmalı ve işyerinde iletişimi geliştirmeye yardımcı olacak tartışma grupları, hizmet kulüpleri gibi olanaklar için destek programları oluşturulmalıdır.

Gelişmiş ülkelerde yaşlı nüfusun yalnızlık, çaresizlik gibi olumsuz duygularla baş etmesi ve sosyal hayatta aktif olarak yer alması için yeni sosyal roller sağlayacak gönüllülüğe teşvik etmeye yönelik uygun programlar geliştirilebilir. Ebeveynlik, iş gibi birden fazla sorumluluk üstlenen gençler, yaşlılara göre daha az boş zamana sahiptir. Bu nedenle gençlerin gönüllü faaliyetlere katılımını kolaylaştıracak istihdam politikalarına odaklanılmalıdır. Ayrıca gençler arasında gönüllülük sayısını arttırmak için gönüllü faaliyetlerin kamuoyunda duyulması sağlanmalıdır.

Gelişmiş ülkelerde insanları yalnızlığa sürükleyen materyalist eğilimleri önleyebilmek için materyalist değerlerin gelişiminde önemli rol oynayan faktörlere ilişkin farkındalığa arttırmaya yönelik özellikle gençler için psikososyal destek programları geliştirilebilir. Aşırı internet ve sosyal medya kullanımıyla kendilerini evlere hapseden gençler için de sosyal çevresiyle sanal ortam dışında daha fazla iletişim kurmalarını sağlayacak sosyal alan sayısı artırılabilir. Materyalist ebeveynlerin ise sosyal medya bağımlısı olmayan güvenli bağlanmaya sahip bir çocuk yetiştirebilmeleri için tutum ve davranışlarını yönlendirebilecek eğitimler verilebilir.



KAYNAKÇA

Ainsworth, M. D. S. Et al., (2015), **Patterns of Attachment: A Psychological Study of the Strange Situation**, New York: Psychology Press.

Akyürek, Z. (2021). *İktisadi Bir Kavram Olarak Öznel İyi Oluş ve Dindarlık*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Antoci, A., Sacco, P. L., Vanin, P. (2001). *Economic Growth and Social Poverty: The Evolution of Social Participation* (No. 13/2001). Bonn Econ Discussion Papers.

Antoci, A., Sacco, P., Vanin, P., 2007, “Social Capital Accumulation and the Evolution of Social Participation”, **Journal of Socio-Economics**, C.36, S.1, s.128–143.

Ayrançöl, Z., (2019), **Küresel Kamusal Mallar ve Su Hakkı**, Bursa: Ekin Yayınevi.

Bartholomew, K., Horowitz, L. M., 1991, “Attachment Styles among Young Adults: A Test of a Four-Category Model”, **Journal of Personality and Social Psychology**, C.61, S.2, s.226-244.

Bartolini, S. (2011). Manifesto for Happiness. Shifting Society from Money to Well-Being. https://liser.elsevierpure.com/ws/files/19766867/cahier_n_2011_04.pdf, (10.09.2022).

Bartolini, S. (2019). “Unhappiness as an Engine of Economic Growth”. M. Rojas (Der.), *The Economics of Happiness How the Easterlin Paradox Transformed Our Understanding of Well-Being and Progress* (271-301). Springer International Publishing, Cham, Switzerland.

Bartolini, S., Bilancini, E., 2010, “If Not Only GDP, What Else? Using Relational Goods to Predict the Trends of Subjective Well-Being”, **International Review of Economics**, C.57, S.2, s.199-213.

- Bartolini, S., Bilancini, E., Pugno, M., 2013, “Did The Decline in Social Connections Depress Americans’ Happiness?”, **Social Indicators Research**, C.110, S.3, s.1033-1059.
- Baumol, W. J., (2012), **The Cost Disease: Why Computers Get Cheaper and Health Care Doesn't**, New Haven & London: Yale University Press.
- Becchetti, L., Santoro, M. (2007). “The Income–Unhappiness Paradox: A Relational Goods/Baumol Disease Explanation”. L. Bruni and P. L. Porta (Der.), *Handbook on the Economics of Happiness* (239-262). Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Becchetti, L., Pelloni, A., 2013, “What are We Learning from the Life Satisfaction Literature?”, **International Review of Economics**, C.60, S.2, s.113-155.
- Becchetti, L., Rossetti, F., 2009, “When Money Does Not Buy Happiness: The Case of “Frustrated Achievers””. **The Journal of Socio-Economics**, C.38, S.1, s.159-167.
- Becchetti, L., Bruni, L., Zamagni, S., (2019), **The Microeconomics of Wellbeing and Sustainability: Recasting the Economic Process**, London: Academic Press.
- Becchetti, L., Giachin Ricca, E., Pelloni, A., 2012, “The Relationship between Social Leisure and Life Satisfaction: Causality and Policy Implications”, **Social Indicators Research**, C.108, S.3, s.453-490.
- Becchetti, L., Pelloni, A., Rossetti, F., 2008, “Relational Goods, Sociability, and Happiness”, **Kyklos**, C.61, S.3, s.343-363.
- Becchetti, L., Trovato, G., Londono Bedoya, D. A., 2011, “Income, Relational Goods and Happiness”, **Applied Economics**, C.43, S.3, s.273-290.

- Becker, G. S., 1992, "Fertility and the Economy", **Journal of Population Economics**, C.5, S.3, s.185-201.
- Belk, R. W., 1984, "Three Scales To Measure Constructs Related To Materialism: Reliability, Validity, And Relationships To Measures Of Happiness", **Advances in Consumer Research**, S.11, s.291-297.
- Belk, R. W., 1985, "Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World", **Journal of Consumer Research**, C.12, S.3, s.265-280.
- Bell, D. N., Blanchflower, D. G., 2019, "The Well-Being of the Overemployed and the Underemployed and the Rise in Depression in The UK", **Journal of Economic Behavior & Organization**, S.161, s.180-196.
- Blanchflower, D. G., 2021, "Is Happiness U-Shaped Everywhere? Age and Subjective Well-Being in 145 Countries". **Journal of Population Economics**, C.34, S.2, s.575-624.
- Bourdieu, P. (2018). "The Forms of Capital". M. Granovetter ve R. Swedberg (Der.), *The Sociology of Economic Life* (78-92). Routledge, New York.
- Bowlby, J., (1969), **Attachment and Loss: Volume I: Attachment**, New York: Basic Books, a Member of the Perseus Books Group.
- Bowlby, J., (1973), **Attachment and Loss: Volume II: Separation, Anxiety and Anger**, New York: Basic Books, a Member of the Perseus Books Group.
- Bretherton, I., 1992, "The Origins of Attachment Theory: John Bowlby and Mary Ainsworth", **Developmental Psychology**, C.28, S.5, s.759-775.
- Bruni, L., 2010, "The Happiness of Sociality. Economics and Eudaimonia: A Necessary Encounter", **Rationality and Society**, C.22, S.4, s.383-406.

- Bruni, L., 2013, “Relational Goods, a New Tool for an Old Issue”, **ECOS-Estudos Contemporâneos da Subjetividade**, C.3, S.2, s.173-178.
- Bruni, L., Porta, P. L., (2005), **Economics and Happiness: Framing the Analysis**, Oxford: Oxford University Press.
- Bruni, L., Stanca, L., 2008, “Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness”, **Journal of Economic Behavior & Organization**, C.65, S.3-4, s.506-528.
- Bruni, L., Rosa, D.D., Ferri, G., 2019, “Cooperatives and Happiness. Cross-Country Evidence on the Role of Relational Capital”, **Applied Economics**, C.51, S.30, s.3325–3343.
- Bünger, B., 2010, “The Demand for Relational Goods: Empirical Evidence from the European Social Survey”, **International Review of Economics**, C.57, S.2, s.177-198.
- Cameron, A. C., Trivedi, P. K., (2005), **Microeconometrics: Methods and Applications**, New York: Cambridge University Press.
- Cameron, A. C., Trivedi, P. K., (2009), **Microeconometrics Using Stata**, Texas: Stata Press.
- Cameron, A. C., Trivedi, P. K., (2022), **Microeconometrics Using Stata Volume I: Cross-Sectional and Panel Regression Methods**, Texas: Stata Press.
- Caner, A., 2015, “Happiness, Comparison Effects, and Expectations in Turkey”, **Journal of Happiness Studies**, C.16, S.5, s.1323-1345.
- Capecchi, S., Iannario, M., Simone, R., 2018, “Well-Being and Relational Goods: A Model-Based Approach to Detect Significant Relationships”, **Social Indicators Research**, C.135, S.2, s.729-750.

Coleman, J. S., (1990), **Foundations of Social Theory**, Cambridge: Harvard University Press.

Colombo, E., Stanca, L., 2014, “Measuring the Monetary Value of Social Relations: A Hedonic Approach”, **Journal of Behavioral and Experimental Economics**, S.50, s.77-87.

Colombo, E., Rotondi, V., Stanca, L., 2018, “Macroeconomic Conditions and Well-Being: Do Social Interactions Matter?”, **Applied Economics**, C.50, S.28, s.3029-3038.

Di Tella, R., MacCulloch, R. (2008). *Happiness Adaptation to Income Beyond “Basic Needs”*. NBER Working Paper, No. 14539.

Di Tella, R., Haisken-De New, J., MacCulloch, R., 2010, “Happiness Adaptation to Income and to Status in an Individual Panel”, **Journal of Economic Behavior and Organization**, C.76, S.3, s.834-852.

Donati, P., 2014, “Relational Goods and their Subjects: The Ferment of a New Civil Society and Civil Democracy”, **Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi**, S.14, s.19-46.

Donati, P., 2019, “Discovering the Relational Goods: Their Nature, Genesis and Effects”, **International Review of Sociology**, C.29, S.2, s.238-259.

Dumludağ, D., 2013, “Life Satisfaction and Income Comparison Effects in Turkey”, **Social Indicators Research**, S.114, s.1199-1210.

Dumludağ, D. (2014). “Fayda, Mutluluk ve Refah”. A. F. Aysan ve D. Dumludağ (Der.), *Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar* (365-386). İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

Dumludağ, D., Gökdemir, Ö., Giray, S., 2016, “Income Comparison, Collectivism and Life Satisfaction in Turkey”, **Quality and Quantity**, C.50, S.3, s.955-980.

- Easterlin, R. (1974). “Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence”. P. A. David and M. W. Reder (Der.), Nations and Households in Economic Growth (89-125). Academic Press, New York.
- Easterlin, R. A., 1995, “Will Raising the Incomes of All Increase the Happiness of All?”, **Journal of Economic Behavior and Organization**, C.27, S.1, s.35-47.
- Easterlin, R. A., 2001, “Income and happiness: Towards a unified theory”, **The Economic Journal**, C.111, S.473, s.465-484.
- Easterlin, R. A. (2015). “Happiness and economic growth—the evidence”. W. Glatzer, L. Camfield, V. Møller and M. Rojas (Der.), Global Handbook of Quality of Life (283-299). Springer, New York.
- Easterlin, R. A. Et al., 2010, “The Happiness–Income Paradox Revisited”, **Proceedings of the National Academy of Sciences**, C.107, S.52, s.22463-22468.
- Erdoğan, M., (2016), **Davranışsal İktisat Açısından Lüks Tüketim, Materyalizm, Sosyo-Ekonomik Statü ve Dini Değerler**, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Eren, K. A. ve Aşıcı, A. A. (2018). “Türkiye’de Mutluluğun Seyri”. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben (Der.), İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar (253-278). İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Ferrer-i-Carbonell, A., 2005, “Income and Well-Being: An Empirical Analysis of the Comparison Income Effect”, **Journal of Public Economics**, C.89, S.5-6, s.997-1019.
- Ferrer-i-Carbonell, A. and Van Praag, B. M. (2008). “Do People Adapt to Changes in Income and Other Circumstances? The Discussion Is Not Finished Yet”. In Working Paper IAE-CSIC.

- Frey, B. S., 1996, “Has Baumol's Cost Disease disappeared in the performing arts?”, **Ricerche Economiche**, C.50, S.2, s.173-182.
- Frey, B. S., (2018), **Economics of Happiness**, Switzerland: Springer International Publishing.
- Frey, B. S., Stutzer, A., (2002), **Happiness and Economics How The Economy and Institutions Affect Well-Being**, New Jersey: Princeton University Press.
- Frey, B. S. and Stutzer, A. (2005). “Testing Theories of Happiness”. L. Bruni and P. L. Porta (Der.), *Economics and Happiness: Framing the Analysis* (116-146). Oxford University Press, Oxford.
- Gui, B., ,1996, “On “Relational Goods”: Strategic Implications of Investment in Relationships”. **International Journal of Social Economics**, C.23, S.10/11, s.260-278.
- Gui, B. (2005). “From Transactions to Encounters: The Joint Generation of Relational Goods and Conventional Values”. B. Gui and R. Sugden (Der.), *Economics and Social Interaction: Accounting for Interpersonal Relations* (23-51). Cambridge University Press, Cambridge.
- Gui, B. (2013). “Relational goods”. L. Bruni and S. Zamagni (Der.), *Handbook on the Economics of Reciprocity and Social Enterprise* (295-305). Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Güleç, V., 2018, “Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü”, **Yeni Medya Elektronik Dergisi**, C.2, S.2, s.105-120.
- Hazan, C., Shaver, P. R., 1987, “Romantic Love Conceptualized As an Attachment Process”, **Journal of Personality and Social Psychology**, C.52, S.3, s.511-524.
- Holmes, J., (1993), **John Bowlby and Attachment Theory**, London: Routledge.

- Kahneman, D. Et al., 2004, “A Survey Method for Characterizing Daily Life Experience: The Day Reconstruction Method”, **Science**, C.306, S.5702, s.1776-1780.
- Karagülle, A. E., ÇAYCI, B., 2014, “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma”, **Turkish Online Journal of Design Art and Communication**, C.4, S.1, S.1-9.
- Kasser, T., Kasser, V. G., 2001, “The Dreams of People High and Low in Materialism”, **Journal of Economic Psychology**, C.22, S.6, s.693-719.
- Main, M., Kaplan, N., Cassidy, J., 1985, “Security in Infancy, Childhood, and Adulthood: a Move to The Level of Representation”, **Monographs of the Society for Research in Child Development**, C.50, S.1/2, s.66-104.
- McBride, M., 2001, “Relative-Income Effects on Subjective Well-Being in the Cross-Section”, **Journal of Economic Behavior and Organization**, C.45, S.3, S.251-278.
- Meier, S., Stutzer, A., 2008, “Is Volunteering Rewarding in Itself?”, **Economica**, C.75, S.297, s.39-59.
- Mikulincer, M., Shaver, P. R., 2005, “Attachment Theory and Emotions in Close Relationships: Exploring the Attachment-Related Dynamics of Emotional Reactions to Relational Events”, **Personal Relationships**, C.12, S.2, s.149-168.
- Montgomery, M., 2022, “Reversing the Gender Gap in Happiness”. **Journal of Economic Behavior & Organization**, S.196, s.65-78.
- Morrow-Howell, N. Et al., 2003, “Effects of Volunteering on the Well-Being of Older Adults”, **The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences**, C.58, S.3, s.137-145.

- Musick, M. A., Wilson, J., 2003, "Volunteering and Depression: The Role of Psychological and Social Resources in Different Age Groups", **Social Science & Medicine**, C.56, S.2, s.259-269.
- Nappo, N., 2010, "Relational Goods and the Well-being of People Working in Italian Social Cooperatives", **Rivista Internazionale di Scienze Sociali**, C.118, S.4, s.449-474.
- Nussbaum, M., (1986), **The Fragility of Goodness: Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Öztopcu, A., (2017), **Sosyal Sermaye Teorisi ve Sürdürülebilir Yerel Kalkınma**, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Pagan, R., 2016, "Are Relational Goods Important for People with Disabilities?", **Applied Research in Quality of Life**, C.11, S.4, s.1117-1135.
- Patria, B., 2022, "Modeling the Effects of Physical Activity, Education, Health, and Subjective Wealth on Happiness Based on Indonesian National Survey Data", **BMC Public Health**, C.22, S.1, s.1-8.
- Paul, S., Guilbert, D., 2013, "Income–Happiness Paradox in Australia: Testing the Theories of Adaptation and Social Comparison", **Economic Modelling**, S.30, s.900-910.
- Pena-López, J. A., Sánchez-Santos, J. M., Membiela-Pollán, M., 2017, "Individual Social Capital and Subjective Wellbeing: The Relational Goods", **Journal of Happiness Studies**, C.18, S.3, s.881-901.
- Pugno, M. (2005). The Happiness Paradox: A Formal Explanation from Psycho-Economics. Discussion Paper No.1.

- Pugno, M., 2009, “The Easterlin Paradox and The Decline of Social Capital: An Integrated Explanation”, **The Journal of Socio-Economics**, C.38, S.4, s.590-600.
- Pugno, M., 2013, “Scitovsky and the Income-Happiness Paradox”, **The Journal of Socio-Economics**, S.43, s.1-10.
- Pugno, M., (2016), **On the Foundations of Happiness in Economics: Reinterpreting Tibor Scitovsky**. Oxford: Routledge.
- Putnam, R. D., (2000)., **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon and Schuster.
- Randon, E., Bruni, L., Naimzada, A., 2008, “Dynamics of Relational Goods”, **International Review of Economics**, C.55, S.1, s.113-125.
- Rasciute, S., Downward, P., Greene, W. H., 2017, “Do Relational Goods Raise Well-Being? An Econometric Analysis”, **Eastern Economic Journal**, C.43, S.4, s.563-579.
- Richins, M. L., Dawson, S., 1992, “A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation”. **Journal of Consumer Research**, C.19, S.3, s.303-316.
- Righi, A., 2014, “Happiness and the Relational Dimension of Well-Being”, **Statistica Applicata–Italian Journal of Applied Statistics**, C.24, S.2, s.153-172.
- Robison, L. J. Et al., 2020, “Social Capital, Relational Goods, and Terms and Level of Exchange”, **Modern Economy**, C.11, S.7, s.1288-1306.
- Rojas, M. (2019). “Relative Income and Happiness in Latin America: Implications for Inequality Debates”. M. Rojas (Der.), *The Economics of Happiness: How the Easterlin Paradox Transformed Our Understanding of Well-Being and Progress* (107-126). Springer International Publishing, Cham, Switzerland.

- Ruben, E. ve Dumludağ, D. (2018). “İktisat ve Psikoloji”. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben (Der.), İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar (33-73). İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Sabatini, F., 2009, “Social Capital As Social Networks: A New Framework for Measurement and an Empirical Analysis of its Determinants and Consequences”, **The Journal of Socio-Economics**, C.38, S.3, s.429-442.
- Sarracino, F., 2010, “Social Capital and Subjective Well-Being Trends: Comparing 11 Western European Countries”, **The Journal of Socio-Economics**, C.39, S.4, s.482-517.
- Sarracino, F., 2012a, “Money, Sociability and Happiness: Are Developed Countries Doomed to Social Erosion and Unhappiness?”, **Social Indicators Research**, C.109, S.2, s.135-188.
- Sarracino, F., (2012b), **Social Capital, Economic Growth and Well-Being**, Italy: Firenze University Press.
- Sarracino, F., Mikucka, M., 2019, “Consume More, Work Longer, and be Unhappy: Possible Social Roots of Economic Crisis?”, **Applied Research in Quality of Life**, C.14, S.1, s.59-84.
- Saz-Gil, M. I., Gil-Lacruz, A. I., Gil-Lacruz, M., 2019, “Active Aging and Happiness: European Senior Citizen Volunteers”, **Sociología**, C.51, S.3, s.290-312.
- Senik, C., 2009, “Direct Evidence on Income Comparisons and Their Welfare Effects”, **Journal of Economic Behavior and Organization**, S.72, s.408-424.
- Shi, Z., 2016, “Does The Number of Children Matter to the Happiness of their Parents?”, **The Journal of Chinese Sociology**, C.3, S.1, s.1-24.

- Siegel, D. J., (1999), **The Developing Mind: How Relationships and the Brain Interact to Shape Who We are**. New York: The Guilford Press.
- Sirgy, M. J., 1998, "Materialism and Quality of Life", **Social Indicators Research**, C.43, S.3, s.227-260.
- Slag, M., Burger, M. J., Veenhoven, R., 2019, "Did the Easterlin Paradox Apply in South Korea Between 1980 and 2015? A Case Study", **International Review of Economics**, C.66, S.4, s.325-351.
- Stanca, L., 2009, "With or Without You? Measuring the Quality of Relational Life Throughout the World", **The Journal of Socio-Economics**, C.38, S.5, s.834-842.
- Stanca, L. (2016). "Happiness and new media". L. Bruni and P. L. Porta (Der.), Handbook of Research Methods and Applications in Happiness and Quality of Life (467-482). Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Stutzer, A., 2004, "The Role of Income Aspirations in Individual Happiness", **Journal of Economic Behavior and Organization**, C.54, S.1, s.89-109.
- Sugden, R. (2005). "Fellow-Feeling". B. Gui and R. Sugden (Der.), Economics and Social Interaction: Accounting for Interpersonal Relations (52-75). Cambridge University Press, Cambridge.
- Sümer, N., Sayıl, M., Kazak Berument, S., (2020), **Anne Duyarlılığı ve Çocuklarda Bağlanma**, 2.baskı, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Tsurumi, T. Et al., 2021, "Material and Relational Consumption to Improve Subjective Well-Being: Evidence from Rural and Urban Vietnam", **Journal of Cleaner Production**, S.310, s.1-12.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2016). Zaman Kullanım Araştırması.

- Ugur, Z. B., 2021, “Does Money Buy Happiness in Turkey?”, **Applied Research in Quality of Life**, C.16, S.3, s.1073-1096.
- Uhlener, C. J., 1989, ““Relational Goods” and Participation: Incorporating Sociability into a Theory of Rational Action”. **Public Choice**, C.62, S.3, s.253-285.
- Uhlener, C. J., 2014, “Relational Goods and Resolving the Paradox of Political Participation”, **Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi**, S.14, s.47-72.
- Uhlener, C. J., 2015, “Relational Goods and Overcoming Barriers to Collective Action”, **Decyzje**, S.24, s.171-190.
- Veenhoven, R. ve Dumludağ, D. (2018). “İktisat ve Mutluluk: Bugün Daha Mutlu muyuz?”. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben (Der.), İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar (223-251). İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Velásquez, L. (2016). “The Importance of Relational Goods for Happiness: Evidence from Manizales, Colombia”. M. Rojas (Der.), Handbook of Happiness Research in Latin America (91-112). Springer, New York.
- Wooldridge, J.M., (2013), **Ekonometriye Giriş: Modern Yaklaşım**, 2. Cilt. Çeviri Editörü: Ebru Çağlayan Akay, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yerdelen Tatoğlu, F., (2020), **Ekonometri: Stata Uygulamalı**, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yoo, J. Et al., 2021, “Does Materialism Hinder Relational Well-Being? The Role of Culture and Social Motives”, **Journal of Happiness Studies**, C.22, S.1, s.241-261.

EKLER

Tablo 3.1'deki sonuçların ispatı aşağıdaki gibidir:

Teknik ilerlemenin (A) gençlerin optimal seçimleri üzerindeki etkisi;

$$C_y^* = \frac{A\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}, \quad \frac{\partial C_y^*}{\partial A} = \frac{\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} > 0.$$

$$R_y^* = \frac{r_y\beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}, \quad \frac{\partial R_y^*}{\partial A} = 0.$$

$$H_y^* = \frac{\theta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}, \quad \frac{\partial H_y^*}{\partial A} = 0.$$

$$\frac{\partial U_y^*}{\partial A} = \frac{\alpha_y \left(\frac{A\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} \right)^{\alpha_y} \left(\frac{r_y\beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} \right)^{\beta_y} \left(\frac{\theta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} \right)^{\theta_y}}{A} > 0.$$

Zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimindeki (r_y) değişimin gençlerin optimal seçimleri üzerindeki etkisi;

$$R_y^* = \frac{r_y\beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}, \quad \frac{\partial R_y^*}{\partial r_y} = \frac{\beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} > 0.$$

$$C_y^* = \frac{A\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}, \quad \frac{\partial C_y^*}{\partial r_y} = 0.$$

$$H_y^* = \frac{\theta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y}, \quad \frac{\partial H_y^*}{\partial r_y} = 0.$$

$$\frac{\partial U_y^*}{\partial r_y} = \frac{\beta_y \left(\frac{A\alpha_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} \right)^{\alpha_y} \left(\frac{r_y\beta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} \right)^{\beta_y} \left(\frac{\theta_y}{\alpha_y + \beta_y + \theta_y} \right)^{\theta_y}}{r_y} > 0.$$

Tablo 3.2'deki sonuçların ispatı şu şekildedir:

Teknik ilerlemenin (A) yetişkinlerin optimal seçimleri üzerindeki etkisi;

$$C_a^* = \frac{A\alpha_a(1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}, \quad L_y^* = \frac{C_y^*}{A} \quad L_y^* = \left(\frac{b\alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} \right) \frac{1}{A}, \quad C_a^* = \frac{A\alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \frac{\alpha_a^2 b}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2}.$$

$$\frac{\partial C_a^*}{\partial A} = \frac{\alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} > 0.$$

$$R_a^* = \frac{r_a \beta_a (1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}, \quad R_a^* = \frac{r_a \beta_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \left(\frac{r_a \beta_a b \alpha_a}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A}.$$

$$\frac{\partial R_a^*}{\partial A} = \left(\frac{r_a \beta_a b \alpha_a}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A^2} > 0.$$

$$H_a^* = \frac{\theta_a (1-L_y^*)}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a}, \quad H_a^* = \frac{\theta_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \left(\frac{\theta_a b \alpha_a}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A}.$$

$$\frac{\partial H_a^*}{\partial A} = \left(\frac{\theta_a b \alpha_a}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A^2} > 0.$$

$$L_a^* = \frac{C_a^*}{A}, \quad L_a^* = \frac{A \alpha_a (1-L_y^*)}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a) A}, \quad L_a^* = \frac{\alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \left(\frac{\alpha_a^2 b}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A}.$$

$$\frac{\partial L_a^*}{\partial A} = \left(\frac{\alpha_a^2 b}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A^2} > 0.$$

$$L_y^* = \frac{C_y^*}{A}, \quad L_y^* = \left(\frac{b \alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} \right) \frac{1}{A}.$$

$$\frac{\partial L_y^*}{\partial A} = - \left(\frac{b \alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} \right) \frac{1}{A^2} < 0.$$

$$\frac{\partial U_a^*}{\partial A} =$$

$$\frac{\alpha_a \left(\frac{\alpha_a (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right)^{\alpha_a} \left(\frac{\beta_a r_a (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{A (\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right)^{\beta_a} \left(\frac{\theta_a (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{A (\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right)^{\theta_a} (A \alpha_a + \beta_a b + A \theta_a + b \theta_a + A \beta_a)}{A (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}$$

.

Eğer $A - b > 0$ ise $\frac{\partial U_a^*}{\partial A} > 0$, $A - b < 0$ ise $\frac{\partial U_a^*}{\partial A} < 0$.

Zaman birimi başına ilişkisel mal tüketimindeki (r_a) değişimin yetişkinlerin optimal seçimleri üzerindeki etkisi;

$$C_a^* = \frac{A \alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \frac{\alpha_a^2 b}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2}, \quad \frac{\partial C_a^*}{\partial r_a} = 0.$$

$$R_a^* = \frac{r_a \beta_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \left(\frac{r_a \beta_a b \alpha_a}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A}.$$

$$\frac{\partial R_a^*}{\partial r_a} = \frac{\beta_a (A \theta_a + A \beta_a + \alpha_a (A-b))}{A (\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2}, \text{ Eğer } A - b > 0 \text{ ise } \frac{\partial R_a^*}{\partial r_a} > 0, \text{ } A - b < 0 \text{ ise } \frac{\partial R_a^*}{\partial r_a} < 0.$$

$$H_a^* = \frac{\theta_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \left(\frac{\theta_a b \alpha_a}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A}, \quad \frac{\partial H_a^*}{\partial r_a} = 0.$$

$$L_a^* = \frac{\alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} - \left(\frac{\alpha_a^2 b}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right) \frac{1}{A}, \quad \frac{\partial L_a^*}{\partial r_a} = 0.$$

$$L_y^* = \left(\frac{b \alpha_a}{\alpha_a + \beta_a + \theta_a} \right) \frac{1}{A}, \quad \frac{\partial L_y^*}{\partial r_a} = 0.$$

$$\frac{\partial U_a^*}{\partial r_a} =$$

$$\frac{\beta_a^2 \left(\frac{\alpha_a (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{(\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right)^{\alpha_a} \left(\frac{\beta_a r_a (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{A (\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right)^{\beta_a - 1} \left(\frac{\theta_a (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{A (\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2} \right)^{\theta_a} (\alpha_a (A-b) + A \theta_a + A \beta_a)}{A (\alpha_a + \beta_a + \theta_a)^2}$$

Eğer $A - b > 0$ ise $\frac{\partial U_a^*}{\partial A} > 0$, $A - b < 0$ ise $\frac{\partial U_a^*}{\partial A} < 0$.

Tablo 3.4'ün İspatı:

a) Gençlerin Fayda Düzeyinin Hesaplanması

I'inci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_y^I) 0.9 ve II'nci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_y^{II}) 0.5, $\alpha + \beta + \theta = 1$ ve $b = 0.5$ olduğu varsayılmıştır.

$$U_y = \left(\frac{b \alpha}{\alpha + \beta + \theta} \right)^{\alpha} \left(\frac{r_y \beta}{\alpha + \beta + \theta} \right)^{\beta} \left(\frac{\theta}{\alpha + \beta + \theta} \right)^{\theta}.$$

I'inci grup için $\beta_y^I > \alpha_y^I > \theta_y^I$ (I'inci sıralama), $\beta_y^I = 0.7$, $\alpha_y^I = 0.2$ ve $\theta_y^I = 0.1$ olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_y^I = \left(\frac{0.2 \cdot 0.5}{1} \right)^{0.2} \left(\frac{0.9 \cdot 0.7}{1} \right)^{0.7} \left(\frac{0.1}{1} \right)^{0.1} = 0.363$$

II'nci grup için $\beta_y^{II} > \alpha_y^{II} > \theta_y^{II}$ (I'inci sıralama), $\beta_y^{II} = 0.7$, $\alpha_y^{II} = 0.2$ ve $\theta_y^{II} = 0.1$ olduğunda fayda düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$U_y^{II} = \left(\frac{0.2 \cdot 0.5}{1} \right)^{0.2} \left(\frac{0.5 \cdot 0.7}{1} \right)^{0.7} \left(\frac{0.1}{1} \right)^{0.1} = 0.240$$

I'inci grup için $\beta_y^I > \theta_y^I > \alpha_y^I$ (II'nci sıralama), $\beta_y^I = 0.7$, $\alpha_y^I = 0.1$ ve $\theta_y^I = 0.1$ olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_y^I = \left(\frac{0.1*0.5}{1}\right)^{0.1} \left(\frac{0.9*0.7}{1}\right)^{0.7} \left(\frac{0.2}{1}\right)^{0.2} = 0.389$$

II'nci grup için $\beta_y^{II} > \theta_y^{II} > \alpha_y^{II}$ (II'nci sıralama), $\beta_y^{II} = 0.7$, $\alpha_y^{II} = 0.1$ ve $\theta_y^{II} = 0.1$ olduğunda fayda düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$U_y^{II} = \left(\frac{0.1*0.5}{1}\right)^{0.1} \left(\frac{0.5*0.7}{1}\right)^{0.7} \left(\frac{0.2}{1}\right)^{0.2} = 0.257$$

I'inci grup için $\beta_y^I > \theta_y^I = \alpha_y^I$ (III'üncü sıralama), $\beta_y^I = 0.4$, $\alpha_y^I = 0.3$ ve $\theta_y^I = 0.3$ olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_y^I = \left(\frac{0.3*0.5}{1}\right)^{0.3} \left(\frac{0.9*0.4}{1}\right)^{0.4} \left(\frac{0.3}{1}\right)^{0.3} = 0.262$$

II'nci grup için $\beta_y^{II} > \theta_y^{II} = \alpha_y^{II}$ (III'üncü sıralama), $\beta_y^{II} = 0.4$, $\alpha_y^{II} = 0.3$ ve $\theta_y^{II} = 0.3$ olduğunda fayda düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$U_y^{II} = \left(\frac{0.3*0.5}{1}\right)^{0.3} \left(\frac{0.5*0.4}{1}\right)^{0.4} \left(\frac{0.3}{1}\right)^{0.3} = 0.207$$

b) Yetişkinlerin Fayda Düzeyinin Hesaplanması

I'inci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_a^I) 1, II'nci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_a^{II}) 0.4, $\alpha + \beta + \theta = 1$, $b = 0.5$ ve $A = 2$ olduğu varsayılmıştır.

$$U_a = \left(\frac{A\alpha}{\alpha+\beta+\theta} - \frac{\alpha^2 b}{(\alpha+\beta+\theta)^2}\right)^\alpha \left(\frac{r_a \beta}{\alpha+\beta+\theta} - \frac{\beta r_a b \alpha}{(\alpha+\beta+\theta)^2 A}\right)^\beta \left(\frac{\theta}{\alpha+\beta+\theta} - \frac{\theta b \alpha}{(\alpha+\beta+\theta)^2 A}\right)^\theta.$$

I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I > \theta_a^I$ (I'nci sıralama), $\beta_a^I = 0.7$, $\alpha_a^I = 0.2$ ve $\theta_a^I = 0.1$ olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_a^I = \left(\frac{0.2*2}{1} - \frac{(0.2)^2*0.5}{(1)^2}\right)^{0.2} \left(\frac{1*0.7}{1} - \frac{0.7*0.5*1*0.2}{(1)^2*2}\right)^{0.7} \left(\frac{0.1}{1} - \frac{0.1*0.5*0.2}{(1)^2*2}\right)^{0.1} = 0.489$$

II'nci grup için $\alpha_a^{II} > \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$ (I'inci sıralama), $\beta_a^{II} = 0.1$, $\alpha_a^{II} = 0.7$ ve $\theta_a^{II} = 0.2$

olduğunda fayda düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$U_a^{II} = \left(\frac{0.7*2}{1} - \frac{(0.7)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.7} \left(\frac{0.4*0.1}{1} - \frac{0.4*0.1*0.7*0.5}{(1)^2*2} \right)^{0.1} \left(\frac{0.2}{1} - \frac{0.2*0.5*0.7}{(1)^2*2} \right)^{0.2} =$$

0.548

I'inci grup için $\beta_a^I > \theta_a^I > \alpha_a^I$ (II'nci sıralama), $\beta_a^I = 0.7$, $\alpha_a^I = 0.1$ ve $\theta_a^I = 0.2$

olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_a^I = \left(\frac{0.1*2}{1} - \frac{(0.1)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.1} \left(\frac{1*0.7}{1} - \frac{0.7*0.5*1*0.1}{(1)^2*2} \right)^{0.7} \left(\frac{0.2}{1} - \frac{0.1*0.5*0.2}{(1)^2*2} \right)^{0.2} = 0.468$$

II'nci grup için $\theta_a^{II} > \alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$ (II'nci sıralama), $\beta_a^{II} = 0.1$, $\alpha_a^{II} = 0.2$ ve $\theta_a^{II} = 0.7$

olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_a^{II} = \left(\frac{0.2*2}{1} - \frac{(0.2)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.2} \left(\frac{0.4*0.1}{1} - \frac{0.4*0.1*0.2*0.5}{(1)^2*2} \right)^{0.1} \left(\frac{0.7}{1} - \frac{0.2*0.5*0.7}{(1)^2*2} \right)^{0.7} =$$

0.447

I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I = \theta_a^I$ (III'üncü sıralama), $\beta_a^I = 0.4$, $\alpha_a^I = 0.3$ ve $\theta_a^I = 0.3$

olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_a^I = \left(\frac{0.3*2}{1} - \frac{(0.3)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.3} \left(\frac{1*0.4}{1} - \frac{0.4*0.5*1*0.3}{(1)^2*2} \right)^{0.4} \left(\frac{0.3}{1} - \frac{0.3*0.5*0.3}{(1)^2*2} \right)^{0.3} = 383$$

II'nci grup için $\alpha_a^{II} = \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$ (III'üncü sıralama), $\beta_a^{II} = 0.2$, $\alpha_a^{II} = 0.4$ ve $\theta_a^{II} =$

0.4 olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_a^{II} = \left(\frac{0.4*2}{1} - \frac{(0.4)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.4} \left(\frac{0.4*0.2}{1} - \frac{0.4*0.4*0.2*0.5}{(1)^2*2} \right)^{0.2} \left(\frac{0.4}{1} - \frac{0.4*0.5*0.4}{(1)^2*2} \right)^{0.4} =$$

0.344

c) Yetişkinlerin Çalışma Düzeyinin Hesaplanması

$\alpha + \beta + \theta = 1$, $b = 0.5$ ve $A = 2$ olduğu varsayılmıştır.

$$L_a^* = \frac{\alpha}{\alpha + \beta + \theta} - \left(\frac{\alpha^2 b}{(\alpha + \beta + \theta)^2} \right) \frac{1}{A}.$$

I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I > \theta_a^I$ (I'inci sıralama), $\beta_a^I = 0.7$, $\alpha_a^I = 0.2$ ve $\theta_a^I = 0.1$ olduğunda çalışma düzeyi şu şekildedir:

$$L_a^I = \frac{0.2}{1} - \frac{(0.2)^2 * 0.5}{(1)^2 * 2} = 0.19$$

II'nci grup için $\alpha_a^{II} > \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$ (I'inci sıralama), $\beta_a^{II} = 0.1$, $\alpha_a^{II} = 0.7$ ve $\theta_a^{II} = 0.2$ olduğunda çalışma düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$L_a^{II} = \frac{0.7}{1} - \frac{(0.7)^2 * 0.5}{(1)^2 * 2} = 0.58$$

I'inci grup için $\beta_a^I > \theta_a^I > \alpha_a^I$ (II'nci sıralama), $\beta_a^I = 0.7$, $\alpha_a^I = 0.1$ ve $\theta_a^I = 0.2$ olduğunda çalışma düzeyi şu şekildedir:

$$L_a^I = \frac{0.1}{1} - \frac{(0.1)^2 * 0.5}{(1)^2 * 2} = 0.1$$

II'nci grup için $\theta_a^{II} > \alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$ (II'nci sıralama), $\beta_a^{II} = 0.1$, $\alpha_a^{II} = 0.2$ ve $\theta_a^{II} = 0.7$ olduğunda çalışma düzeyi şu şekildedir:

$$L_a^{II} = \frac{0.2}{1} - \frac{(0.2)^2 * 0.5}{(1)^2 * 2} = 0.19$$

I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I = \theta_a^I$ (III'üncü sıralama), $\beta_a^I = 0.4$, $\alpha_a^I = 0.3$ ve $\theta_a^I = 0.3$ olduğunda çalışma düzeyi şu şekildedir:

$$L_a^I = \frac{0.3}{1} - \frac{(0.3)^2 * 0.5}{(1)^2 * 2} = 0.28$$

II'nci grup için $\alpha_a^{II} = \theta_a^{II} > \beta_a^{II}$ (III'üncü sıralama), $\beta_a^{II} = 0.2$, $\alpha_a^{II} = 0.4$ ve $\theta_a^{II} = 0.4$ olduğunda çalışma düzeyi şu şekildedir:

$$L_a^{II} = \frac{0.4}{1} - \frac{(0.4)^2 * 0.5}{(1)^2 * 2} = 0.36$$

Tablo 3.5'in İspatı:

a) Gençlerin Fayda Düzeyinin Hesaplanması

I'inci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_y^I) 0.9, II'nci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_y^{II}) 0.5, $\alpha + \beta = 1$ ve $b = 0.5$ olduğu varsayılmıştır.

$$U_y = \left(\frac{b\alpha}{\alpha+\beta} \right)^\alpha \left(\frac{r_y\beta}{\alpha+\beta} \right)^\beta.$$

I'inci grup için $\beta_y^I > \alpha_y^I$, $\beta_y^I = 0.7$ ve $\alpha_y^I = 0.3$ olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_y^I = \left(\frac{0.3*0.5}{1} \right)^{0.3} \left(\frac{0.9*0.7}{1} \right)^{0.7} = 0.410$$

II'nci grup için $\beta_y^{II} > \alpha_y^{II}$, $\beta_y^{II} = 0.7$ ve $\alpha_y^{II} = 0.3$ olduğunda fayda düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$U_y^{II} = \left(\frac{0.3*0.5}{1} \right)^{0.3} \left(\frac{0.5*0.7}{1} \right)^{0.7} = 0.271$$

b) Yetişkinlerin Fayda Düzeyinin Hesaplanması

I'inci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_a^I) 1, II'nci grubun zaman birimi başına ilişkisel mal tüketiminin (r_a^{II}) 0.4, $\alpha + \beta = 1$, $b = 0.5$ ve $A = 2$ olduğu varsayılmıştır.

$$U_a = \left(\frac{A\alpha}{\alpha+\beta} - \frac{\alpha^2 b}{(\alpha+\beta)^2} \right)^\alpha \left(\frac{r_a\beta}{\alpha+\beta} - \frac{\beta r_a b \alpha}{(\alpha+\beta)^2 A} \right)^\beta$$

I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I$, $\beta_a^I = 0.7$ ve $\alpha_a^I = 0.3$ olduğunda fayda düzeyi şu şekildedir:

$$U_a^I = \left(\frac{0.3*2}{1} - \frac{(0.3)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.3} \left(\frac{1*0.7}{1} - \frac{0.7*0.5*1*0.3}{(1)^2*2} \right)^{0.7} = 0.618$$

II'nci grup için $\alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$, $\beta_a^{II} = 0.3$ ve $\alpha_a^{II} = 0.7$ olduğunda fayda düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$U_a^{II} = \left(\frac{0.7*2}{1} - \frac{(0.7)^2*0.5}{(1)^2} \right)^{0.7} \left(\frac{0.4*0.3}{1} - \frac{0.7*0.5*0.4*0.3}{(1)^2*2} \right)^{0.3} = 0.552$$

c) Yetişkinlerin Çalışma Düzeyinin Hesaplanması

$\alpha + \beta = 1$, $b = 0.5$ ve $A = 2$ olduğu varsayılmıştır.

$$L_a^* = \frac{\alpha}{\alpha + \beta + \theta} - \left(\frac{\alpha^2 b}{(\alpha + \beta + \theta)^2} \right) \frac{1}{A}$$

I'inci grup için $\beta_a^I > \alpha_a^I$, $\beta_a^I = 0.7$ ve $\alpha_a^I = 0.3$ olduğunda çalışma düzeyi şu şekildedir:

$$L_a^I = \frac{0.3}{1} - \frac{(0.3)^2*0.5}{(1)^2*2} = 0.28$$

II'nci grup için $\alpha_a^{II} > \beta_a^{II}$, $\beta_a^{II} = 0.3$ ve $\alpha_a^{II} = 0.7$ olduğunda çalışma düzeyi aşağıdaki gibidir:

$$L_a^{II} = \frac{0.7}{1} - \frac{(0.7)^2*0.5}{(1)^2*2} = 0.58$$

ÖZET

Yakın dönemde mutluluk ekonomisi alanında yapılan birçok çalışmada, ilişkisel mallar olarak tanımlanan arkadaşlık, dostluk, sevgi, kabul görme, beğenilme gibi birbiriyle karşılıklı ilişki içinde olan kişilerin paylaştıkları duygu ve deneyimlerin insanların mutluluğu üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalar kapsamında, gelişmiş ülkelerde gelir artışının mutlulukta herhangi bir artışa neden olmamasını (Easterlin Paradoksu'na) açıklamaya yönelik psikolojik temeller üzerine kurulu yeni bir teori geliştirilmiştir. “İlişkisel mutluluk teorisi” olarak adlandırılan bu teoriye göre, bir toplum zenginleştikçe gelişmiş ekonomik koşulların bireysel mutluluk üzerindeki olumlu etkisi ilişkisel malların üretiminin/tüketiminin azalmasıyla dengelenmektedir. Bu çerçevede tez çalışmasında, ilişkisel mallar, gelir ve mutluluk arasındaki ilişkinin ilişkisel mutluluk teorisi kapsamında yer alan bağlanma kuramıyla teorik ve ampirik olarak araştırılması amaçlanmıştır.

Teorik olarak Maurizio Pugno (2005)'nin psikolojik gerçekçiliğe dayalı matematiksel modeli bireysel boş zaman eklenmesiyle yeniden kurgulanarak, gelirin mutluluğa etkisinin ilişkisel malların üretim/tüketim düzeyine göre nasıl farklılaştığı analiz edilmiştir. Yeniden kurgulanan modelde, ilişki kurma yeteneği yüksek olan bireyler gelir arttığında ilişkisel mallardan daha fazla tüketseler de her zaman yüksek mutluluğa sahip olamadıkları sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda model, gelir arttığında bireyler sadece başkalarına zaman ayırarak değil, müzik dinlemek, kitap okumak, bisiklet sürmek vb. aktiviteleri yapmak için kendilerine de zaman ayırdıklarında mutlu olabileceklerini göstermiştir.

Ampirik olarak ilişkisel malların bireysel mutluluk üzerindeki etkisi sıralı lojistik yöntemi kullanılarak Türkiye ve dünya genelinde incelenmiştir. TÜİK tarafından gerçekleştirilen Yaşam Memnuniyeti Araştırması'nın 2015 yılı ve Zaman Kullanım

Araştırması'nın 2014-2015 yılı verileriyle yapılan analiz sonucunda, Türkiye'de yaşayan bireylerin birlikte gönüllü çalışma yaparak ve kültürel ya da sosyal etkinliklere katılarak ilişkisel malları üretip tüketmeleri mutluluk düzeyleri üzerinde arttırıcı bir etki yarattığı bulgusuna ulaşılmıştır. Dünya Değerler Araştırması'nın 1995-2020 dönemini kapsayan verileri için yapılan analizde dünya genelinde aile, akraba, arkadaş ve diğer tanıdıklarıyla daha sık vakit geçiren ve gönüllü kuruluşların faaliyetlerine aktif olarak katılan bireylerin ilişkisel mallardan üreterek/tüketerek mutluluklarının arttığı belirlenmiştir.

Ampirik düzeyde son olarak, Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası kullanılarak gelişmiş ülkelerde gelir düzeyinin yüksek olmasına rağmen daha fazla mutlu olunamamasının nedeni açıklanmıştır. Ekonomik yöntem olarak sıralı lojistik ve en küçük kareler yöntemi kullanılarak, kişisel ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişkisel malların üretimine/tüketimine ayrılan zamanı dışlayarak gelişmiş ülkelerde yaşayan bireylerin daha fazla mutlu olmasını önlediği sonucuna varılmıştır. Gelişmiş ülkelerde mutsuzluğa yol açan bu sonuç, araç değişken yöntemi kullanılarak nedensel mekanizmalarıyla da ortaya konmuştur. Ayrıca şekil yardımıyla dünya genelinde kişi başı reel gelir düzeyindeki artışın beraberinde ilişkisel malların üretim/tüketim düzeyinde bir artışa yol açmadığı gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İlişkisel Mallar, Mutluluk, Easterlin Paradoksu, İlişkisel Mutluluk Teorisi, Bağlanma Kuramı.

ABSTRACT

In many recent studies in the field of happiness economics, it has been revealed that the emotions and experiences shared by people who are in a mutual relationship with each other, such as friendship, love, acceptance and admiration, which are defined as relational goods, have an impact on people's happiness. Within the scope of these studies, a new theory based on psychological foundations has been developed to explain the fact that the increase in income in developed countries does not lead to any increase in happiness (Easterlin Paradox). According to the theory called as "relational happiness theory", as a society becomes wealthier, the positive impact of improved economic conditions on individual happiness is offset by a decrease in the production/consumption of relational goods. In this framework, this dissertation aims to theoretically and empirically investigate the relationship between relational goods, income and happiness with the attachment theory within the scope of relational happiness theory.

Theoretically, Maurizio Pugno's (2005) mathematical model based on psychological realism was reconstructed with the addition of individual leisure time and analyzed how the effect of income on happiness differs according to the level of production/consumption of relational goods. In the reconstructed model, it is concluded that individuals with high relationship building ability do not always have high happiness even if they consume more relational goods when income increases. In this regard, the model showed that when income increases, individuals can be happy not only by allocating time for others, but also by allocating time for themselves to do activities such as listening to music, reading a book, riding a bicycle, etc.

The impact of relational goods on individual happiness is empirically examined in Turkey and globally using the ordered logistic method. As a result of the analysis of the 2015 Life Satisfaction Survey and the 2014-2015 Time Use Survey of TURKSTAT, it was found that the production and consumption of relational goods by individuals living

in Turkey by doing voluntary work together and participating in cultural or social activities has an increasing effect on their happiness levels. The analysis of the World Values Survey covering the period 1995-2020 shows that individuals who spend time with family, relatives, friends and other acquaintances and actively participate in the activities of voluntary organizations increase their happiness by producing/consuming relational goods.

Finally, at the empirical level, the fourth wave of the World Values Survey is used to explain why developed countries are not happier despite higher income levels. Using ordered logistic and least squares methods as economic methods, it is concluded that the tendency to avoid personal and social relationships prevents individuals living in developed countries from being happier by excluding the time allocated to the production/consumption of relational goods. This result, which leads to unhappiness in developed countries, is also revealed with causal mechanisms using the instrumental variable method. In addition, it is observed with the help of the figure that the increase in the level of real income per capita across the world does not lead to an increase in the production/consumption level of relational goods.

Keywords: Relational Goods, Happiness, Easterlin Paradox, Relational Theory of Happiness, Attachment Theory.