

YENİ BİR GENÇLİK TİPOLOJİSİ VE ÖLÇEK DENEMESİ: HEDONİST GENÇLİK***

A NEW YOUTH TYPOLOGY AND SCALE TRIAL: THE HEDONIST YOUTH

НОВАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ТИПОЛОГИЯ И ЭКСПЕРИМЕНТ ПО ПОВОДУ ЕГО МАСШТАБОВ: ГЕДОНИСТИЧЕСКАЯ МОЛОДЕЖЬ

Fatma Nur ŞENGÜL*
Halil AYDINALP**

ÖZ

Günümüz dünyasında gençlik sosyolojisi dinamik bir yapıya sahiptir. Gençler kuşakları üzerinden X kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı şeklinde tanımlandıkları gibi, tipolojiler aracılığıyla “cool” gençlik, kristal gençlik, internet gençliği, devrimci gençlik, İslamcı gençlik gibi tanımlanmalarla da anılmaya çalışılmaktadır. Hedonizm ise Antik Çağ’da ortaya atılan ve hazzın hayatın temel amacı haline getirilmesi gerektiğini savunan felsefi bir öğrettir. Aristippos ile başlayan bu öğreti, Epiküros ile sürmüş Yakın Çağ’da Mill ve Bentham aracılığıyla faydacılık adı altında devam ettirilmiştir. Hedonizm İslam ahlak felsefesinde de ele alınmıştır. Hedonizm söyleminin aksine, dünyevi hazlar yerine uhrevi hazların tercih edilmesi gerektiğini, hazzın bir amaç değil araç olduğu söylenmiştir. Günümüzde ise, modernleşme, modernleşmenin getirdiği bireycilik ve rasyonalizm, kapitalizm ve kapitalizmin getirdiği tüketim kültürü hedonist gençliğin doğmasında etkili faktörler olarak görülmektedir. Zevk ve haz anlayışının günümüz gençlerinde de artan eğilim olduğu düşüncesinden hareketle, bu çalışmanın konusunu gençlik ve hedonizm oluşturmaktır. Çalışmanın amacı yeni bir gençlik tipolojisi denemesi olan hedonist gençlik tipolojisi çalışması yapmak ve bu gençlik tipolojisine uygun özgün bir ölçek geliştirmektedir. Çalışmamızda nicel araştırma metoduna ait ölçek formu ve nitel araştırma metoduna ait dokümantasyon tekniği birlikte kullanılmıştır. Bu doğrultuda 18-25 yaş aralığında bulunan ve üniversite öğrencisi 172 genç birey üzerine hazırlanmış olan 34 maddelik hedonizm ölçeği uygulanmıştır.

*** Bu çalışma “Gençlerde Dini Tutum ve Hedonizm” başlıklı doktora tezinden elde edilmiştir.

* ORCID: [0000-0002-2995-943X](https://orcid.org/0000-0002-2995-943X), Arş. Gör. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, e-mail: fnyilmaz@aydin.edu.tr

** ORCID: [0000-0002-1907-868X](https://orcid.org/0000-0002-1907-868X), Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, Felsefe ve Din Bilimleri, e-mail: halilaydinalp@hotmail.com

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

Anahtar kelimeler: Gençlik Tipolojisi, Hedonist Gençlik, Hedonizm Ölçeği, Z Kuşağı, Gençlik Sosyolojisi.

ABSTRACT

Youth sociology has a dynamic structure in today's world. Just as young people are defined by their generations such as Generation X, Generation Y and Generation Z, they are also tried to be understood through typologies and definitions such as try to understand them with definitions such as cool youth, crystal youth, internet youth, and Islamist youth. Hedonism, on the other hand, is a philosophical doctrine put forward in Antiquity and argues that pleasure should be made the main purpose of life. This teaching, which started with Aristippus, continued with Epicurus, and was continued in the Modern Age under the name of utilitarianism through Mill and Bentham. Hedonism is also discussed in Islamic moral philosophy. Contrary to the discourse of hedonism, it has been said that ethereal pleasures should be preferred over worldly pleasures, and pleasure is a means, not an end. Today, modernization, individualism and rationalism brought by modernization, capitalism and consumption culture brought by capitalism are seen as effective factors in the birth of the hedonist youth. Considering that the tendency of pleasure exists in today's youth, the subject of this study is youth and hedonism. The aim of the study is to conduct a hedonist youth typology study, which is a new youth typology experiment, and develop a scale suitable for this youth typology. In our study, the scale form of the quantitative research method and the documentation technique of the qualitative research method were used together. In this direction, the hedonism scale with 34 items we prepared was applied to 172 young individuals between the ages of 18-25 and who were university students. At the end of the study, a valid and reliable hedonism scale consisting of 23 items was developed.

Keywords: Youth Typology, The Hedonist Youth, Hedonism Scale, Generation Z, Sociology of Youth.

АННОТАЦИЯ

В современном мире молодежная социология имеет динамичную структуру. Молодое поколение определяется как поколение - X, поколение - Y, поколение - Z; а так же, по типологии, они называются “крутой”, кристальной, интернет, революционной и исламистской молодежью. А, что касается гедонизма - это философская доктрина, выдвинутая в древнюю эпоху, которая утверждает, что удовольствие должно быть главной целью жизни. Это учение, начатое Аристиппом, продолжилось Эпикуром, а в новое время посредством учения Милля и Бентама, получило название как утилитаризм. Гедонизм также обсуждался в исламской философии по отношению морали. Вопреки рассуждениям о гедонизме, было сказано, что неземные удовольствия должны быть предпочтительнее гражданских удовольствий и что удовольствие - это средство, а не цель. В настоящее время модернизация, индивидуализм и рационализм, капитализм и культура потребления, рассматриваются как эффективные факторы в зарождении гедонистической молодежи. Учитывая, что понимание удовольствия становится всё более популярной тенденцией среди современной молодежи, предметом этого исследования стал молодежь и гедонизм. Нашей целью является провести исследование гедонистической типологии новой молодежи и разработать уникальную шкалу, подходящую для такой типологии молодежи. В исследовании одновременно были использованы формы количественного и качественного метода исследования. В этом направлении была применена шкала гедонизма из 34 пунктов, которая была подготовлена для 172 молодых студентов вузов в возрасте от 18 до 25 лет.

Ключевые слова: типология молодежи, гедонистская молодежь, шкала гедонизма, поколение Z, молодежная социология.

1. Giriş

Psikolojik, sosyolojik ve biyolojik olarak gençlik tanımlamaları yapılmakla birlikte, günümüzde gençlik hem kuşaklar aracılığıyla hem de bu kuşaklar üzerinden ortaya atılan tipolojiler aracılığıyla tanımlanmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmanın konusunu hedonizm ve bu öğretinin gençler üzerine olan etkisi oluşturmaktadır. Hedonizmin gençleri etkilediği varsayımından hareketle yeni bir gençlik tipolojisi olan, hedonist gençlik tipolojisi ileri sürülmek istenmektedir. Bu minvalde çalışmanın temel amacı hem yeni bir gençlik tipolojisi ortaya koymak hem de bu tipolojiye uygun bir ölçek geliştirmektedir.

Çalışma 18-25 yaş arasında bulunan ve üniversite eğitim gören gençler 172 genç birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmamızda nicel araştırma metoduna ait anket formu ve nitel araştırma metoduna ait dokümantasyon tekniği birlikte kullanılmıştır. Ölçekten elde edilen veriler SPSS yardımıyla analiz edilmiştir.

Çalışma giriş ve sonuç dışında dört başlıktan oluşmaktadır. İlk başlıkta gençlik tanımlamalarına, tipolojilerine, ikinci başlıkta hedonizmin ne olduğuna ve üçüncü başlıkta hedonist gençlik tipolojisinin ne olduğuna değinilmektedir. Son olarak da bu bilgiler ışığında hazırlanan hedonizm ölçeği geçerlik ve güvenirlik testi sonuçlarına yer verilmektedir.

Tespit edebildiğimiz kadarıyla, literatürde hedonizm ölçeği adı altında oluşturulmuş bir ölçek mevcut değildir. Hedonizm ölçeğine en yakın oluşturulmuş ölçek Hedonik ve Faydacı Tüketici Ölçeği'dir. Bu doğrultuda hedonizm ölçeğinin ve yeni bir tipoloji denemesi olan hedonist gençlik tipolojisinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Gençlik tanımlamaları

Gençlik kavramının ne olduğuna dair tek bir yaklaşım ya da tanım bulunmamaktadır. Kavram biyolojik, psikolojik ve sosyolojik açıdan ele alınmaktadır. Biyolojik olarak gençlik fiziksel anlamda büyüme ve gelişmenin hızlandığı 12-25 yaş aralığını kapsamaktadır. Temel anlamda ise birey, buluş çağına, yani hızlı psikolojik ve fizyolojik değişmelerin yaşanmaya başladığı, kız-erkek cinsel özelliklerin belirginleştiği ergenlik dönemine girdiği andan itibaren genç olarak isimlendirilmektedir (Karaşahin, 2013: 238).

Psikolojik anlamda gençlik, erken yetişkinlik olarak da isimlendirilir ve kişilerin duygusal ve ruhsal değişimler ve dönüşümler geçirdiği dönemleri ifade eder. Bu dönem, genç yetişkinlik dönemi, artık çocukluk ve ergenlik evresinin sona ermesi ve yetişkinliğin başladığı evredir. Artık erişkin olmaya başlayan genç, topluma ve hayata yönelmiştir. Ergenlik döneminde çok fazla rastlanan kimlik bunalımları bu dönemde azalmaya başlar. Genç yetişkinlik döneminde birey kendi kimliğini oluşturmaya başlamıştır ve kendi kimliği ile başkalarının kimliğini birleştirmeye hazırdır. Bu nedenden ötürü bu evreye yakın ilişkiler kurma evresi de denilmektedir. Genç ergenler, karar verme, çatışma, çözme, yaşam sorunları ile başa çıkma konuları

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

ile ilgilenirler ve “kişilerle değil şeylerle” uğraşırlar (Kılıç, 2013: 2-3; Başaran, 1997: 41-42).

Sosyologlara göre gençlik ise biyolojik ve psikolojik etmenlerden ziyade toplumsal faktörlerin şekillendirdiği bir kavramdır. Biyolojik ve psikolojik gelişmeler sosyal ve kültürel yapısal unsurların etkisi altında tamamlanmaktadır. Bundan ötürü gençlik sosyal çevrede varlık alanı bulmaktadır. Sosyolojide gençlik sosyal ve kültürel anlamda inşa edilmiş statüyü ifade etmektedir. Bundan dolayı gençlik tanımlaması toplumdan topluma kültürden kültüre göre değişiklik arz etmektedir. Bu kavram, süreklilik göstermemekte; yaş grupları ve demografik istatistiklerle de tam ve kesin olarak ifade edilememektedir. (Karaşahin, 2013: 241).

Sosyolojide gençlik ana akım teoriler üzerinden ele alınmaktadır. Bunlar temelde yapısal işlevselci, yapısal çatışmacı ve sembolik etkileşimci teoriler olarak sıralanabilir (Baran, 2013: 12). Yapısal işlevselcilik toplumu adeta birbirine bağlı canlı bir organizma gibi görür. Sistem yaklaşımı içinde parça bütün ya da sistem alt sistem arasındaki işlevlere odaklanır. Dayanışma ve denge üzerine fazlaca odaklanarak rol çatışmalarına ve emek temelli sömürü süreçlerine gereken önemi vermemekle tenkit edilir (Moore, 1997: 335-339; Polomo, 2011: 53). Toplumsal yapıda gerçekleşen değişimler, yapının bir parçası olan gençleri de ilgilendirmektedir. Toplumsal değişime ise özellikle ani değişimler dengesizliği doğuracağından çok fazla tercih edilmez. Toplumsal düzenin sağlanması amacıyla uyum ve düzen ön planda olmalıdır. Bu noktada gençliğin bir geçiş dönemi olduğu fikrinden hareketle, işlevsel olarak gençlik toplumsal bütünleşme açısından değerlendirilir. Gençlik döneminde sürdürülen sosyalleşme, gencin toplumsal norm ve değerlere uyum sağlaması adına önem taşır. Eğer genç toplum ile uyum sağlayamaz ise ortaya çatışma ve gerginlik çıkar. Bu çatışma ve gerginliğin yaşanmaması için gence sosyalleşme süreci içerisinde aile, okul gibi kurumların yol gösterici olması gerekmektedir. Yapısal işlevselci yaklaşım değişimin yaratacağı problemlere odaklanmakta ve bütünleşme ve uyum için toplumsal kurumların eş zamanlı hareket etmesini öngörmektedir (Baran, 2013: 12-13). Yapısal çatışmacı kuram da yapısal işlevselciler gibi toplumsal düzenin anlaşma ve uzlaşma sonucunda kurulduğunu kabul eder; ancak çatışmanın da toplumsal yapıya yapacağı olumlu katkıları ve toplum dokusunu zayıflatacak olumsuz etkileri de göz önüne koymak ister (Polomo, 2011: 113-114).

Çatışmacı kuram güç, sınıf, emek, iktidar, bilgi, otorite, sömürü ve sınıf eşitsizliği gibi kavramlar üzerine odaklanır. Marx'ın toplumsal yapının insan ilişkileri üzerinde etkili olabileceği görüşünden hareketle gençlerinde içinde buldukları toplumdan etkileneceğini söylememiz mümkündür. Sınıfsal farklılıkların üreteceği gençlik ekonomik temelde kendi yerini bulacaktır. Öte yandan Bourdieu'nun habitus kavramı çevresinde de gençliği anlamak mümkündür. Bourdieu, kişinin çocukluk döneminden itibaren içinde yetiştiği ailenin tüm normları ve değerlerini öğrendiği ve bu değerleri kendi “kültürel sermayesi” ile birleştirerek kendi zevk ve beğenilerini geliştirdiği fikrini işler. Sanayileşen toplumlarda gençlerin aile içerisinde tam sosyalleşemedikleri, toplumsal normları benimsememe sorunları yaşadıkları, sağlık, eğitim gibi kurumlardan yeterince yararlanmadıkları,

ekonomik anlamda sıkıntı yaşadıkları görülmektedir. Bu problemler ise gençlerin çatışma içerisine girmesine neden olmaktadır. Bu çatışmalar genç ile ebeveynler arasında olduğu kadar toplumsal sistemler ile genç arasında da olmaktadır. Sonuç olarak bu teori gencin problemlerini sistemin problemleriyle birlikte ele almaktadır (Baran, 2013: 13).

Sembolik etkileşim, manaların etkileşim yoluyla şekillenmesini inceleyen bir kuramdır. Bu kuramın başlıca kaygısı, yakın gözlemler ve içten tanıma aracılığıyla günlük yaşamın anlamlarını analiz etmektir (Marshall, 2005: 647). Bu kurama göre, birey nesnelere önceden belirlenmiş yorumunu benimsemek yerine, nesnelere dünyasına özel anlamlar yüklemektedir. Bu kuramın önemli temsilcilerinden Mead'e göre, her bireyin benliği, psikolojik ve biyolojik ben ile sosyolojik bananın diyalektik ilişkisi içinde şekillenmektedir. Bu noktadan hareketle genç birey, toplumsal ve kültürel normları ya da kodları öğrenirken kendi anlam ve yorum dünyasını da işin içine katarak birey haline gelmektedir (Polomo, 2011: 235, 246). Gençleri açıklama noktasında bu kuramın da etkili olduğu söylenebilir. Çünkü gençler, sosyal ilişkileri gerçekleştirirken bir yandan toplumsal normları göz önüne almakta öte yandan kendi anlam dünyasını ve kurallarını oluşturmaktadır. Ancak bu kurallar kalıcı değildir. Yaşam akışında genç bu kuralları içselleştirmekte ve geliştirmektedir (Baran, 2013: 14).

Son olarak alt kültür olarak da gençliği ele almak mümkündür. Alt kültür, toplumdaki temel kültürel değerleri paylaşan ancak kendi içerisinde normları ve değerleri olan, kendilerini diğerlerinden ayıran gruptur. Alt kültüre mensup olanlar toplumla çatışma haline girmezler, sadece kendilerinin farklı oldukları tarafları ortaya koyarlar. Örneğin, bir takım taraftarı, bir sanatçı hayran grubu gibi. Toplumun her bölümünden kişileri bir alt kategoride görmek olanaklıdır. Bu anlamda gençlik grubunu da bir alt kültür olarak isimlendirmek mümkündür. (Kurt, 2014: 53).

Gençlik literatürde, kuşak olarak 68 kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı, Z kuşağı, tipoloji olarak milenyum gençliği, İslamcı gençlik, apaçi gençlik, devrimci gençlik, internet gençliği, cool gençlik olarak ele alınmaktadır. Kuşakların sınıflandırılması, onların bir dönemin ruhunu temsil etmesinden kaynaklanmaktadır (Bayhan, 2014: 8).

3. Hedonizm

Ahlak felsefesinin en yüksek iyi nedir sorusuna verilen yanıtlarından birisi olan hedonizmin, bilinen tarih içinde, ilk defa Aristippos tarafından Kyrene Okulu aracılığıyla M.Ö. 340-330 yılları arasında ortaya atıldığı ifade edilir (Stroll vd., 2017: 29-30). Hedonizm/hazcılık TDK sözlüğünde, “Zevki, insan hayatının tek değer ve amacı sayan, haz veren şeyin iyi olduğunu kabul eden öğretisi, hedonizm.”, “Hazza, fiziksel zevke hastalık derecesinde düşkünlük” gibi anlamlara gelmektedir.

Hedonizm literatürde sıklıkla ahlaki ve psikolojik hedonizm olarak iki şekilde sınıflandırılmaktadır. Psikolojik hedonizm bir kişinin bir konu ile alakalı tüm motivasyonunun şimdi ve gelecekte alacağı haz duygusuna dayandığını öne sürer ve kişilerin hayatları boyunca haz peşinden koştuklarını ifade eder (Audi, 1999: 364; Stroll vd., 2017: 36). Psikolojik hedonizmde haz amaç o hazza kişiyi ulaştıran her şey araç olarak görülmektedir. Ahlaki hedonizm ise “İnsan için iyi hayat nedir?” ve

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

“*İnsan nasıl davranmalıdır?*” sorularının cevaplarını arar. Birey için iyi bir yaşam hazza dayalı bir yaşamdır ve birey tüm davranışlarını hazzı elde etmek amacıyla gerçekleştirmelidir (Stroll vd., 2017: 39-38). Sonuçta ahlaki hedonizm, insan için iyi olan hayat tarzının hazza dayalı olduğu görüşünü savunur. Bu bilindik ikili sınıflandırmanın yanı sıra 2011 yılında Weijers’in araştırmasında hedonizm yedi kısımda ele alınmıştır. Bunlar; Halk Hedonizmi, Değer Hedonizmi, İhtiyath Hedonizm, Motivasyonel Hedonizm, Normatif Hedonizm, Hedonistlik Benlikçilik, Hedonistlik ve Faydacılıktır (Weijers, 2012: 16-23).

Bilindiği kadarıyla hedonizm ilk olarak Antik Çağda Aristippos tarafından ele alınmış, haz yeme, içme, cinsel ilişkide bulunma halinden doğan aktif ve canlı hazzın en büyük haz olduğu şeklinde tanımlanmıştır (Gökberk, 1996: 55-56). Aristippos’a göre insan bedeni sürekli değişim içindedir ve üç tür hareket biçimi vardır; yumuşak, sert ve hareketsizlik. Yumuşak hareketler hazza, sert hareketler acıya ve hareketsizlik hem hazzı hem de acıyı neden olmaktadır (Gökberk, 1996: 54-55). Aristippos şu örnek ile bu durumu açıklar; yelkenli geminin hareket etmesi için uygun deniz rüzgârı; bu hazzdır, deniz fırtınası; bu acıdır ve hiç rüzgârın esmemesi; bu hareketsizliktir (Akarsu, 1970: 59). Antik Çağ’da Aristippos’un devamcısı olan Epiküros ise acı yokluğu anlamına gelen pasif hazzı ön planda tutmuştur (Stroll vd., 2017: 35-36). Epiküros hazların ortaya çıkması için üç arzu türü olduğunu söyler. Bunlardan ilki hem doğal hem de zorunlu arzulardır. Bu arzu biçimi yeme, içme ve beslenme gibi ihtiyaçların giderilmesini içerir. İkincisi doğal olup zorunlu olmayan arzulardır. Buna cinsel arzular, pahalı kıyafetler giymek ya da bol beslenme örnek olarak gösterilebilir. Üçüncü arzu ise ne doğal ne de zorunlu olmayan arzulardır. Bu duruma da mevki sahibi olma, zenginlik ya da lüks isteği örnek olarak gösterilebilir. Son arzu biçimi bedensel hazların ortaya çıkmasına neden olmaktadır ve Epiküros bu arzu biçimini doğru bulmaz. Kişiyi mutsuzluğa ve acıya sevk edeceğini düşünür (Cevizci, 2018: 146).

Yakınçağda hedonizm faydacılık adı altında daha sistematik ve anlaşılır bir hal almıştır. Faydacılık en üstün değeri yararlılıkta gören, davranışların temelinde bireyin ya da toplumun yararına yönelik eğilimleri bulan öğretiyi anlamına gelmekte ve haz ilkelerini içerisinde barındıran bir ahlak anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Yakın çağın en önemli temsilcilerinden Bentham hazzı nicelik açısından ele alırken Mill, niteliksel açıdan hazzı değerlendirmiştir (Afşar, 2004: 502). Bentham hazzın ve acının ortaya çıkmasında dört sebebin olduğunu söyler. Bunlar: Fiziksel, siyasi, ahlaki ve dini yaptırımlardır (Bentham, 2017: 34-35). Ayrıca Bentham hazzın ve acının ölçülebilir olduğunu ortaya atan ilk düşünürdür. Faydacı düşünürlerden Mill ise, Bentham’dan farklı olarak mutluluğun ya da faydanın niteliği açısından farklılaşacağını belirtmektedir. Ona göre mutluluğun kimi çeşitleri daha çok istenir ve daha çok tercih edilir. Bir kimse her iki hazdan da zevk alıyorsa hangisini tercih etmelidir? Mill bu noktada, iki hazdan her ikisini de tecrübe etmiş kişilerin hepsinin, onu tercih etmek için herhangi bir psikolojik yakınlığı ya da ahlaki yükümlülüğü olmaksızın, kendisinin seçtiği haz daha arzulanır olandır şeklinde düşünür. Bu iki hazdan her ikisine de sahip olan birisi, beraberinde büyük miktarda hoşnutsuzluk getireceğini bilse bile, diğer hazdan daha üst konuma yükseltilmişse

ve diğerine göre nicelikçe ne kadar düşük olsa da kendisinden vazgeçilmiyorsa, tercih edilen haz nitelik anlamında üstündür (Mill, 2019: 30).

İslam ahlak felsefesinde ise dünyevi hazlar yerine uhrevi hazların tercih edilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu düşünürlerden ilki Razi'dir. Ona göre "*Haz, eziyet verenin kendi tabii durumundan çıkardığı bir şeyi tekrar önceki haline iade etmesi*" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu durumu Razi şu örnek ile açıklamaya çalışmaktadır; bir kimse gölgeli ve serin bir yerden yakıcı güneşe çıkar, daha sonra bu sıcak yerde güneşten etkileninceye kadar bekler ve güneşten etkilenince de tekrar ilk yerine, yani gölgeli yere geri döner. Haz da tıpkı bu duruma benzer. Bu kişi bedeni doğal haline dönene kadar bu hazı hissetmeye devam etmektedir. Ne zaman ki beden ilk haline döner o zaman kişi haz duygusunu kaybeder. Kişinin gölgede elde ettiği hazın şiddeti de güneşin altında hissettiği sıcaklığın şiddeti ile gölgeli alanda serinlenmesinin hızı derecesinde olur (Razi, 2018: 36).

Bir diğer İslam ahlak filozofu Farabi haz ve elemeleri, fiillerle ilişkisi bakımından iki kısımda ele almaktadır. Hissi ve psikolojik hazlarla elemeler: a. ya fiil işlenmekte olay sürdüğü sırada duyulur b. ya da fiilden sonra ve ona bağlı olarak meydana gelir. İlk durumun örneği cinsel ilişkiden duyulan haz ve yanmaktan kaynaklanan acıdır. İkinci durumun örneği ise, iyi bir işten dolayı alınan ödül veya zina yapma ve cinayet işleme gibi suçlardan sonra uygulanan hukuki cezalardır. Ahlak bakımından güzel olarak nitelendirilen fiiller yapıldığı zaman haz vermese bile, hatta aksine acı verse bile, sonunda haz veren ya da acıdan kurtaran fiiller arasında yer alır (Tenbih: 16'dan aktaran Çağrı, 2018: 197-198).

Son olarak İslam filozoflarından İbî Miskeveyh' göre haz, "*bir şeyin kendi türüne ait yetkinliğe ulaşması*" ya da "*arzulananın arzusuna kavuşması*" anlamına gelmektedir. Örnek olarak, insanın yetkinliği düşünüyor olması atım yetkinliği ise hızlı koşuyor olmasıdır. Her varlık kendi yetkinliği konusundaki noktaya ulaştığında nihai yetkinliğe ulaşmış ve kendini gerçekleştirmiş olmaktadır. Bunun yanı sıra canlıların doğal ya da iradeli olarak cezbedildiklerini ifade eden filozof, bu konuda üç farklı hazın ortaya çıktığını ve üç farklı cezbedicinin olduğunu belirtmektedir (Şenel, 2013: 243). Bunlar, tabii haz, tabii olmayan haz ve hakiki hazdır. Bunlardan ilki doğal haz (tabii haz); bir kimsenin istediği şey yani haz objesi, doğal ve hissi bir şey ve gerçek anlamda bir yetkinlik ise, o objeye yönelik hareket gerçek bir şehvettir ve ondan duyulan haz da doğal bir hazdır. (Bircan, 2001: 129).

Günümüz dünyasında ise hedonizme zemin hazırlayan toplumsal dinamikler, modernleşme, modernleşmenin getirmiş olduğu bireycilik, kapitalizm, kapitalizmin ortaya çıkarttığı tüketim kültürü ve sekülerizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olgular günümüzde hedonizmin sosyal zeminini oluşturur. Hedonizm sonucunda ise ortaya, sosyal ve kültürel sınırlardan kurtulma isteği içerisinde olan, anlık zevklerin ve heyecanların peşinde koşan, mutluluğu ve zevki almayı amaç edinen, hedonik tüketim anlayışı içerisinde olan, maddiyata önem veren bireyler ortaya çıkmıştır.

4. Hedonist Gençlik Tipolojisi

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

Hayatın amacının sadece haz elde etmek olduğunu söyleyen hedonizm anlayışını günümüz Z kuşağı gençliğinde görmek mümkündür. Hedonist gençlik en temel anlamı ile maddi olanı ön planda tutan, tüketirken hedonik davranış sergileyen, hayattan zevk almayı ve mutlu yaşamı hayat gayesi olarak gören, bu doğrultuda toplumsal ve dini normları yok sayan ya da önemsemeyen gençlik tipidir.

Bu gençlik tipinin maddiyata önem verdiği düşünülmektedir. Hedonist gençler için bu dünyada önemli olan şeylerin başında para gelir ve bu gençler paraları varsa daha mutlu olacaklarına inanır. Bu durum ise gençleri hedonik tüketime sevk etmektedir. Bu gençlik tipinde hedonik tüketimin belirtisi olarak gençler, ihtiyacı olmadığı halde alışveriş yapar, satın aldığı şeylerden çabuk sıkılır, alışveriş için kendisine bahaneler üretir, alışveriş yaparken kendisini başka bir dünyada hisseder ve tüketimleri israf noktasına ulaşırsa bile tüketmenin vermiş olduğu haz duygusunu tercih eder.

Hayattan zevk almasını bilen bu gençlik tipinde eylemler gerçekleştirilirken haz ve tat alma duygusu önelemede, gelecek düşünülmekte ise de âna odaklanılmaktadır. Mutluluk ön plandadır ve bu mutluluk zaman zaman narsistlikle iç içedir. Nitekim hedonist genç için önemli olan kendisinin mutlu olmasıdır. Hayatında mutluluk ve hazzı önceleyen genç için toplumsal ve dini kısıtlamaların önemi azalmıştır ya da daha uç örneklerde bütünüyle anlamını yitirmiştir. Hedonist genç kendi mutluluğunu engelleyen herhangi bir toplumsal ve dini kısıtlamaya çok önem vermeme eğilimine sahiptir.

Hazcılık denildiği zaman akla ilk gelen eylemlerin başında olan cinselliği tercih etme ya da bu eylemi deneyimleme bu gençlik tipolojisi için önemli bir faktördür. Aynı zamanda bu gençlik için alkol kullanma ve alkollü mekânlarda vakit geçirme de önemli bir haz kaynağı olarak görülmektedir. Hedonist gençliğin haz duyduğu faaliyetlerden bir diğeri de yoğun sosyal medya kullanımınıdır. Bu gençlik sanal gerçekliğin içinde sanal mutluluklardan haz duymaktadır. Sosyal medyanın genç için sunmuş olduğu özgürlük hissi vazgeçilmez bir haz kaynağı konumundadır. Genç, sosyal medya kanalları üzerinden yapmış olduğu tüm paylaşımlarda en fazla beğeni almayı hedefler ve bu beğeni niceliği kadar haz duyar. Bu doğrultuda hedonist gençlik tipolojisini aşağıdaki tabloda özetlemek mümkündür;

Hedonizme Sebepler	Zemin	Hazırlayan	Modernleşme Kapitalizm Tüketim Kültürü Sekülerizm
-------------------------------	--------------	-------------------	--

HEDONİZM

Hedonizm Ortaya Çıkan Durumlar	Sonucunda	Bireyde	Sosyal ve kültürel sınırlardan kurtulma isteği Anlık zevkler ve heyecanların peşinde koşma Mutluluk ve zevk almayı amaç edinme
---	------------------	----------------	--

Hedonik tüketim
Maddi olana önem verme

İleri sürdüğümüz hedonist gençliğin hedonizm eğilimini ölçek amacıyla bu iddiaların tamamını içeren bir ölçek hazırlanmıştır. Bu ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması alt başlıkta ele alınmaktadır.

5. Hedonizm Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

5.1. Araştırmanın Yöntemi

Bilimsel araştırma süresinin ayrılmaz bir parçası değişkenlerin ölçülmesidir. Ölçülmesi gereken değişken ağırlık, mesafe, yoğunluk vb. gibi fiziksel bir yapı şeklinde olduğunda iş görece daha kolay bir hal almaktadır. Aynı şekilde deneklerin, eğitim, yaş, cinsiyet ve gelir düzeyi gibi demografik bilgilerine yönelik değişkenlerin rakamsal ifadesi daha kolaydır. Fakat sosyal bilimlerde araştırmaya konu olmuş değişkenlere her zaman kesin değerler vermek daha zordur. Tutumların, kişisel duyguların ya da algıların rakamsal olarak ifade edilmesi zorluk teşkil etmektedir (Altunışık vd., 2002: 97). Bu yüzden bir ölçme aracı geliştirirken, o aracın geçerli ve güvenilir olması büyük önem arz etmektedir.

Sosyal bilimlerde süreli ölçekler, tekli ölçekler, çoklu ölçekler gibi değişik türden ölçekler kullanılmaktadır. Biz kendi ölçeğimiz için çoklu ölçek tipinden yararlanmaktayız. Çoklu ölçek birden çok maddeden meydana gelen ve maddelerin aynı ölçeğe göre değerlendirildiği ölçeğe denilmektedir. Çok boyutlu kavramların ölçülmesinde daha çok kullanılır. Bunlar arasında en sık kullanılanları, likert, semantik farklılıklar ve stapel ölçeğidir (Altunışık vd., 2002: 103). Hedonizm ölçeği için de 5'li Likert tipi ölçekten yararlanılmaktadır. Likert ölçeği, deneklere farklı ifadeler ve yargılar yöneltmektedir ve deneklerden bu ifadelere ne derece katılıp veya katılmadıkları sorulmaktadır. Likert ölçeğinde cevaplar katılma ya da katılmama ile alakalıdır (Altunışık vd. 2002: 103). Bu çalışma kapsamında hazırlanan ölçek 1 kesinlikle katılmıyorum, 2 katılmıyorum, 3 kararsızım, 4 katılıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum şeklinde kodlanmıştır.

Çalışmamızda ölçek maddeleri geliştirme aşamaları ise şu şekilde gerçekleşmiştir.

I. İlk olarak literatür taraması yapılmış ve konu ile ilgili kaynaklar taranmıştır.

II. Konu ile ilgili olduğu düşünülen ölçekler incelenmiştir. Nitekim Taha Coşkun tarafından 2019 yılında doktora tezi için hazırlanan "*Hedonik ve Faydacı Tüketim Davranış Ölçeği*" nin 9., 11. ve 14 maddeleri, çalışmamızda hedonik tüketim faktörü altında kullanılmıştır. Ezgi Karataş tarafından "*Hedonik Tüketim Ölçeğinin Doğrulanması ve Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim Üzerine Etkisi*" başlıklı yüksek lisans çalışmasında geliştirilen ölçeğin 3. maddesi, çalışmamızda hedonik tüketim faktörü altında kullanılmıştır.

III. 53 madden oluşan soru havuzu oluşturulmuştur,

IV. Uzman görüşü alınmıştır, madde sayısı 34'e düşürülmüş ve maddelerin ifade biçimleri değiştirilmiştir,

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

V. Örneklem grubuna uygun olduğu düşünülen 10 genç birey ile konu hakkında mülakat yapılmıştır,

VI. Soru havuzundan hareketle oluşturulan ölçek maddeleri netleştikten sonra pilot çalışma yapılmıştır,

VII. Pilot çalışmada madde sayısının beş katı fazla deneğe ulaşılmıştır yani 34 maddelik ölçek 172 kişi üzerinden analiz edilmiştir. Analiz sonucunda 7 faktörlü 23 maddelik ölçek elde edilmiştir.

VIII. Elde edilen bu ölçeğin geçerlik ve güvenirlik testi yapılmıştır.

5.2. Hedonizm Ölçeği Geçerlik Testi

Geçerlik, testin bireyin ölçülmek istenen özelliğini ne derece doğru ölçtüğü ile ilişkili bir kavramdır. Geçerlik testi için farklı teknikler mevcuttur. Bu sınıflama içerisinde en çok tercih edilenler ise kapsam, ölçüt-bağımlı ve yapı geçerliği testidir (Büyüköztürk, 2007: 167). Kapsam geçerliği, testi meydana getiren maddelerin, ölçülmek istenen davranışı ölçmede testin, nicelik ve nitelik olarak yeterli olup olmadığını göstermektedir. Kapsam geçerliliğinde esas olarak “test maddeleri ölçülmek istenen davranışı yansıtıyor mu?” sorusunun yanıtını aramaktadır. Bu sorunun yanıtını bulmada kullanılan yollardan birisi uzaman görüşüne başvurmaktır. Uzmanın beklenen, testin taslak formunda yer alan maddeleri kapsam geçerliliği bakımında değerlendirmesidir (Büyüköztürk, 2007: 168). Nitekim bu çalışma kapsamında ölçek maddelerine dâhil olabileceğini düşünülen toplam 53 soru 3 psikolog profesöre, 2 sosyolog profesöre ve 2 felsefeci profesöre yöneltilmiştir. Onların görüşleri doğrultusunda bazı maddeler elenirken bazı maddelerin ifade biçimleri değiştirilmiş ve yeni maddeler eklenmiştir.

Hedonizm ölçeği geliştirilirken ölçeğin yapı geçerliliğini incelemek için açılımlayıcı faktör analizi yöntemine başvurulmuştur. Faktör analizi, birbiri ile ilişkili olduğu varsayılan p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler bulmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistik yöntemidir. İki tür faktör analizi bulunmaktadır; açılımlayıcı ve doğrulayıcı. Açılımlayıcı faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle faktör bulmaya yönelik bir işlemdir. Nitekim hedonizm ölçek geliştirme çalışmasında bu yöntem kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinde ise, değişkenler arasındaki ilişkiye dair daha önceden saptanan bir hipotezin ya da kuramın test edilme olanağı mevcuttur (Büyüköztürk, 2007: 124). Hedonizm ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesinde de açılımlayıcı faktör analizi yöntemi kullanılmıştır.

Hedonizm ölçeği yapı geçerliliği aşamasına geçmeden önce ilk olarak KMO değeri ve Bartlett Küresellik testi sonuçlarına bakılmıştır. KMO testi örneklem yeterliliğini göstermektedir. Eğer bu testin sonuçları 0,70 ve üzeri ise iyi, 0,50 – 0,70 arasında ise yeterli ve 0,50'nin altında ise yeterli ilişkiyi sağlayacak örneklem ihtiyacı anlamındadır. Bartlett Testi maddeler arası ilişkilerin olduğu gerçek korelasyon matrisi ile birim matris arasında anlamlı fark olup olmadığını sınamaktadır. Bu testin p değerinin 0,05'in altında olması maddeler arası ilişkilerin olduğu matrisin, ilişkilerin olmadığı birim matristen farklı olduğunu gösterir (Can, 2016: 325). Bu yüzden bu değerin 0,05'den küçük olması gerekmektedir.

Hedonizm ölçeğine ilişkin KMO değeri 0,690 ve bu durum örneklem sayısının yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik testi sonucu ise $x^2=1951,838$, $df=561$, $p=0,00$ 'dır. Bu verilerin faktör analizi yapmak için uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Bu aşamadan sonra açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve ilk analiz sonucunda varyansın % 68,591'ini açıklayan on iki faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Bu ölçek çalışması için yedi faktör ön görülmüştür. Bundan dolayı scree plot grafiği ve her bir faktörün varyansa yaptığı katkı değerlendirilmiş ve ölçeğe ait yedi faktörlü bir yapının ortaya çıktığı görülmüştür. Bu yedi faktörlü yapı üzerinden veriler tekrar analiz edilmiştir.

Faktör analizi, aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya getirerek az sayıda faktör ile araştırılan konuyu açılmayı amaçlayan bir istatistiksel tekniktir. Faktör analizi sonucunda ortak faktörler ortaya çıkarılır. Farklı bir ifade ile maddelerin faktör yük değerleri kullanılarak kavramların işlevsel tanımlamaları elde edilmeye çalışılır (Büyüköztürk, 2007: 124). Hedonizm ölçeği çalışmasında 34 maddelik ölçek gençler üzerine uygulanmıştır ve faktör analizi sonucunda dağınık olan 4 madde, tek kalan 3 madde ve aynı faktör altında toplanması uygun olmayan 4 madde, toplamda 11 madde elenmiş, geriye 23 madde bırakılmıştır.

Bu kapsamda 23 maddelik ölçek için açımlayıcı faktör analiz uygulanmıştır. 23 maddelik ölçek için, KMO değeri 0,707 ve Bartlett Küresellik testi sonucu ise $x^2=1378,426$, $df=253$, $p=0,00$ 'dır. Varyansın %65,464 yükünü açıklayan yedi faktörlü ölçektir. Bu ölçeğin açımlayıcı faktör analizi sonucu aşağıdaki gibidir;

Tablo 1 Hedonizm Ölçeği Maddeleri ve Madde Yükleri

(KMO=0,707, Alfa $\alpha=0,765$, $x^2=1378,426$, $df=253$, $p=0,00$, Açıklanan Varyans=%65,464)		
Faktör 1 Hedonik Tüketim Boyutu	N	Madde Yüğü
S16 İhtiyacım olmadığı halde mutlu olmak için alışveriş yaparım.	172	,619
S18 Satın aldığım şeyden çabuk sıkılır, kısa süre sonra yeni şeyler almak isterim.	172	,672
S19 Tekrar tekrar alışveriş yapmak için kendime bahaneler yaratırım.	172	,850
S20 Tüketimim israf noktasına ulaşmış olsa bile, tüketmenin vermiş olduğu haz daha ağır basar.	172	,716
S21 Alışveriş yaparken kendimi ayrı bir dünyada gibi hissedirim.	172	,736
S22 Düzenli olarak alışveriş yapmadığımda hayatımda bir eksiklik hissedirim.	172	,802
Faktör 2 Cinsellik ve Alkol Kullanımı Boyutu	N	Madde Yüğü
S27 Cinsel birliktelikler deneyimlemek bana haz verir.	172	,898

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

S25 Zaman zaman mutlu olmak için alkollü içecekler tükettiğim olur.	172	,862
S26 Arkadaş buluşmalarımda içkili mekânları tercih etmekten hoşlanırım.	172	,898
Faktör 3 Sosyal Medya Kullanımı Boyutu	N	Madde Yüğü
S27 Sosyal medyada vakit geçirmek bana haz veren bir aktivitedir.	172	,865
S28 Benim için sosyal medyanın verdiği özgürlük hissi vazgeçilmez bir mutluluk kaynağıdır.	172	,846
S29 Sosyal medyada en fazla beğeniyi alabilmek için paylaşımda bulunurum.	172	,683
Faktör 4 Maddiyat Boyutu	N	Madde Yüğü
S10 Bu dünyada en önemli şey paradır.	172	,821
S11 Param varsa mutluyum.	172	,890
Faktör 5 Mutlu Yaşam Boyutu	N	Madde Yüğü
S3 Önemli olan benim mutlu olmamdır.	172	,530
S14 İleride yapacağım mesleğin, bana haz veren bir meslek olması için çaba gösteriyorum.	172	,733
S1 Mutlu bir yaşam biçimi benim için önemlidir.	172	,748
Faktör 6 Hayattan Zevk Alma	N	Madde Yüğü
S34 Son yıllarda yaptığım hiçbir aktivite bana haz vermemeye başladı. (-)	172	,748
S32 Zaman zaman intihar etmeyi düşünürüm. (-)	172	,660
S2 Hayattan tat almasını biliyorum.	172	,567
S5 Geleceği düşünmektense anı yaşamayı tercih ederim.	172	,506
Faktör 7 Toplumsal ve Dini Kısıtlama Boyutu	N	Madde Yüğü
S12 Benim mutluluğumu engelleyen herhangi bir toplumsal kısıtlamaya önem vermem.	172	,752
S13 Benim mutluluğumu engelleyen herhangi bir dini kısıtlamaya önem vermem.	172	,798

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere Hedonik Tüketim faktörü, faktör yük değerleri 0,850 ve 0,619 arasında bulunan altı maddeden; Cinsellik ve Alkol Kullanımı faktörü yük değeri 0,898 ve 0,630 arasında bulunan üç maddeden; Sosyal Medya Kullanımı faktörü, faktör yük değeri 0,846 ve 0,683 arasında bulunan iki maddeden; Maddiyat faktörü, faktör yük değeri 0,890 ve 0,821 arasında bulunan iki maddeden; Mutlu Yaşam faktörü, faktör yük değeri 0,748 ve 0,530 arasında bulunan üç maddeden; Hedonik Yaşam faktörü, faktör yükü 0,748 ve 0,506 arasında değişen

dört maddeden ve Toplumsal ve Dini Kısıtlama faktörü, faktör yük değeri 0,798 ve 0,752 arasında değişen iki maddeden meydana gelmektedir.

Hedonik Tüketim faktörü tek başına %15,873'lük, Cinsellik ve Alkol Kullanımı faktörü %10,096'lık, Sosyal Medya Kullanımı faktörü %8,637'lik, Maddiyat faktörü %7,931'lik, Mutlu Yaşam faktörü %7,801'lik, Hayattan Zevk Alma faktörü %7,696'lık ve Toplumsal ve Dini Kısıtlama faktörü %7,429'luk varyans oranına sahiptir. Yedi faktörün birlikte açıkladığı varyans oranı toplam %65,464'tür. Tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ve daha fazla olması yeterli iken çok faktörlü ölçeklerde açıklanan varyans oranının daha fazla olması beklenmektedir. Açıklanan varyansın yüksek olması (2/3'ünden fazla olması) konu ile alakalı yapı ya da kavramın o denli iyi ölçüldüğünün bir göstergesidir (Büyüköztürk, 2007: 125).

5.3. Hedonizm Ölçeği Güvenirlilik Testi

Güvenirlilik kısaca kişilerin ölçek maddelerine vermiş oldukları cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanabilir. Güvenirlilik, yukarıda da bahsettiğimiz üzere, geliştirilen ölçeğin, ölçek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile alakalıdır. Bunun için farklı güvenirlilik türleri kullanılmaktadır. Biz çalışmamızda Cronbach Alfa tekniğini kullanmaktayız.

Ölçümlerde güvenirlilik, güvenirlilik katsayısı ismi verilen bir sayı ile ifade edilmektedir. Bu sayı korelasyona dayalı olarak hesaplanmaktadır. Korelasyon katsayısı ise, -1 ile +1 arasında değer alabilen bir sayıdır. Fakat güvenirlilik katsayısı çoğu zaman 0 ile +1 arasında çıkmakta ve sayı +1'e ne derece yakınca, güvenirliliğinde o derece yüksek olduğunu göstermektedir (Can, 2016: 388).

Cronbach Alfa güvenirlilik katsayısı, maddelerin ağırlıklı olarak puanlandığı ya da dereceleme yöntemiyle puanlandığı durumlarda kullanılmaktadır. Pilot çalışmamızda 172 kişi tarafından yanıtlanan 23 maddelik ölçeğimizin Cronbach Alfa katsayısı 0,765 olarak çıkmıştır. Bu durum ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

6. Sonuç

Antik Çağ'da ortaya çıktığı bilinen ve Yakın Çağ'da faydacılık şeklinde ele alınan hedonizm günümüz gençliğinin yaşam biçiminde de görülmektedir. Bu doğrultuda ortaya çıkan hedonist gençlik tipolojisi en temel anlamı ile maddi olanı ön planda tutan, tüketirken hedonik davranış sergileyen, hayattan zevk almayı ve mutlu yaşamı hayat gayesi olarak gören, bu doğrultuda toplumsal ve dini kısıtlamaları önemsemeyen bir gençlik tipidir. Çalışmamız bu varsayımlar ışığında "hedonist gençlik" ölçeğini ileri sürmüştür. Tespit edebildiğimiz kadarıyla literatürde ilk olacak bu ölçeklendirme denemesinin geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kendi toplumsal hikâyemize uygun yerel bir deneme olarak da ayırt edici olduğunu düşünmekte ve bu anlamda başka denemeler için bir başlangıç oluşturmasını umut etmekteyiz.

Yapılan ölçek çalışmasına göre, başlangıçta 53 madde ile uzman görüşüne başvuru olan ölçek, 34 madde ile denekler üzerinde uygulanmıştır. İlk analizde 34

Yeni Bir Gençlik Tipolojisi Ve Ölçek Denemesi: Hedonist Gençlik

maddelik ölçeğin KMO değeri 0,690 olarak bulunmuştur. Bu durum örneklem sayısının yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik testi sonucu ise $x^2=1951,838$, $df=561$, $p=0,00$ 'dır. Bu verilerin faktör analizi yapmak için uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Bu aşamadan sonra açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve ilk analiz sonucunda varyansın %68,591'ini açıklayan on iki faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Bu çalışma için yedi faktör ön görülmüştür. Bu yüzden dağınık olan 4 madde, tek kalan 3 madde ve aynı faktör altında toplanması uygun olmayan 4 madde, toplamda 11 madde elenmiş, geriye 23 madde bırakılmıştır.

23 maddelik ölçek üzerine uygulanan ikinci analizde geçerlilik için Açımlayıcı Faktör Analize güvenilirlik için Cronbach Alfa katsayısına bakılmıştır. 23 maddelik ölçek için, KMO değeri 0,707 ve Bartlett Küresellik testi sonucu ise $x^2=1378,426$, $df=253$, $p=0,00$ 'dır. Varyansın %65,464 yükünü açıklayan yedi faktörlü ölçektir. Faktör yükleri ise 0,898 ile 0,506 arasında değişmektedir. 23 maddelik ölçeğimizin Cronbach Alfa katsayısı ise 0,765 olarak çıkmıştır. Bu durum ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğunun göstergesidir.

Hedonist gençlik ölçeğinde toplam 23 madde bulunmaktadır. 21 madde düz kodlanırken 2 madde (s32 ve s34) ters kodlanmaktadır. Bu ölçekten alınacak en çok puan 115 iken en az 23'tür. Yüksek puanlar kişinin hedonist olduğunu gösterirken düşük puanlar kişinin hedonist olmadığını göstermektedir. 172 kişiye uygulanan ölçek sonucunda ölçeğin toplam puan ortalaması 67,50, ölçekten alınan minimum puan 45,00, maksimum puan 101,0 iken ölçeğin standart sapması 10,97232'dir.

KAYNAKÇA

- Afşar, T. (2004). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Akarsu, B. (1970). *Mutluluk Ahlakı*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri, SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara.
- Altunışık, R., Coşkun, R., ve Yıldırım, E. (2002). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitapevi.
- Arslantürk, Z. (2011). *Uygulamalı Sosyal Araştırma*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.
- Audi, R. (1999). *The Cambridge Dictionary of Philosophy, Second Edition*. New York: Cambridge University Press.
- Baran, G. A. (2013). Genç ve Gençlik: Sosyolojik Bakış. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*. Sayı:1, Cilt:1. 6-26.
- İbrahim Ethem, Başaran. (1997). *Eğitim Psikolojisi*, Ankara: Yayın Evi Yok.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. H. Deliceçaylı ve F. Keskin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayhan, V. (2014). Milenyum veya (Y) Kuşağı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*. Yıl: 2, Cilt: 2, Sayı:3, 8-25.
- Bentham, J. (2017). *Ahlak ve Yaşam İlkeleri*. İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Bircan, H. H. (2001). *İslam Felsefesinde Mutluluk*. İstanbul: İz Yayıncılık.

- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Can, A. (2016). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cevizci, A. (2018). *Felsefe Tarihi*. İstanbul: Say Yayınları.
- Çağrıç, M. (1998). Heva. *TDV İslam Ansiklopedisi*. Cilt: 17, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çağrıç, M. (2018). *İslam Düşüncesinde Ahlak*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Coşkun, T. (2019). Hedonik ve Faydacı Tüketim Davranışları ile Tüketici Etnosentrizmi Arasındaki İlişki: Kuşaklara Yönelik Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Devellis, R. F. (2014). *Ölçek Geliştirme Kuram ve Uygulamalar*. T. Totan (Ed.). Ankara: Nobel Yayınları.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*. Sayı: 30 (3), s. 211-226.
- Gökberk, M. (1996). *Felsefe Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Karşahin, H. (2013). Gençlik ve Din. N. Akyüz ve İ. Çapçioğlu (Ed.). *Din Sosyolojisi* içinde. Ankara: Grafiker Yayınları, 2013, 237-252.
- Kılıç, M. (2013). *Gerçek Yaşam Tadında: Gelişim Dönemleri III: Yetişkinlik ve Yaşlılık*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Kurt, İ. (2014). Kültür ve Kültür Kuramları. M. Talas (Ed.). *Sosyal Antropoloji* içinde. İstanbul: Lisans Yayıncılık, 2014, 48-60.
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü*. O. Akınhay ve D. Kömürcü (çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Mill, J. S. (2019). *Faydacılık*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Moore, Wilbert E. (1997). İşlevselcilik, *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*, Çev. Şirin Tekeli. Ankara: Ayraç Yayınları
- Razi, E. (2018). *Ruh Sağlığı*. H. Karaman (çev.), İstanbul: İz Yayınları.
- Stroll, A., Long, A. A., Bourke, V. J. & Campbell, R. (2017). *Etik kuramları*. M. Türkeli (çev.), Ankara: Lotus Yayınevi.
- Şenel, Cahid. (2013). İbn Miskeveyh: Yeni Eflatuncu Metafizik ve Ahlak. M. C. Kaya (Ed.). *İslam Felsefesi Tarih ve Problemleri* içinde. İstanbul: İsam Yayınları, 2013, 221-249.
- Weijers, D. M. (2012). Hedonism and Happiness in Theory and Practice. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Yeni Zelanda: Victoria University of Wellington.