

Bağlanma Kuramı Kapsamında İlişkisel Mallar, Gelir ve Mutluluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi¹

Keziban ALTUN-ERDOĞDU (<https://orcid.org/0000-0002-7724-4973>), Dicle University, Türkiye;
keziban.altun@dicle.edu.tr

Türkmen GÖKSEL (<https://orcid.org/0000-0002-5566-8935>), Ankara University, Türkiye;
tgoksel@ankara.edu.tr

Examining the Relationship Between Relational Goods, Income and Happiness in the Context of Attachment Theory²

Abstract

Recent studies on the economics of happiness have shown that the benefits arising in interpersonal relationships, defined as relational goods, are an important source of happiness. In addition, these studies explain that the increase in income after a certain subsistence level does not lead to an additional increase in happiness (income-happiness paradox). In the survey following the literature, the relationship between relational goods, income and happiness with attachment theory, which is a subtitle of relational happiness theory, was investigated using the fourth wave of the World Values Survey. The findings revealed that the happiness of individuals with insecure attachment, who avoid relationships because they find others unreliable, is not higher because the time they allocate to the production/consumption of relational goods is less. In addition, across the world, it is observed with the help of the figure that the relationship between income and relational goods weakens as the level of real income per capita increases.

Keywords : Happiness, Relational Goods, Relational Happiness Theory, Attachment Theory, Income-Happiness Paradox.

JEL Classification Codes: N30, J17, Z10.

Öz

Son dönemde mutluluk ekonomisi üzerine yapılan çalışmalarda, kişiler arası ilişkilerde ortaya çıkan faydaların (ilişkisel malların) mutluluğun önemli bir kaynağı olduğunu gösterilmiş ve belli bir geçim düzeyi sonrası gelirdeki artışın mutlulukta ek bir artışa neden olmaması (gelir-mutluluk paradoksu) açıklanmıştır. Literatüre takiben çalışmada, ilişkisel mutluluk teorisinin bir alt başlığı olan bağlanma kuramıyla ilişkisel mallar, gelir ve mutluluk arasındaki ilişki Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası kullanılarak araştırılmıştır. Bulgular, başkalarını güvenilmez bulduğu için ilişkilerden kaçınan güvensiz bağlanmaya sahip bireylerin ilişkisel malların üretimine/tüketimine ayırdıkları zaman az olması nedeniyle mutluluklarının daha yüksek olmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca dünya genelinde, şekil yardımıyla kişi başı reel gelir arttıkça ilişkisel mallar ile gelir arasındaki ilişkinin zayıfladığı gözlenmiştir.

¹ Bu makale, Prof.Dr. Türkmen Göksel danışmanlığında Keziban Altun-Erdoğan tarafından yazılan ve Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2023 yılı Haziran ayında kabul edilen "Mutluluk Ekonomisi" adlı doktora tezinden derlenmiştir.

² This article is derived from the dissertation "The Economics of Happiness" by Keziban Altun-Erdoğan and supervised by Prof.Dr. Türkmen Göksel, at the Social Sciences Institute of Ankara University in June 2023.

Anahtar Sözcükler : Mutluluk, İlişkişel Mallar, İlişkişel Mutluluk Teorisi, Bağlanma Kuramı, Gelir-Mutluluk Paradoksu.

1. Giriş

Yirminci yüzyılın ortalarından itibaren insan davranışlarını psikoloji disiplinin anlayışıyla iktisada uyarlamaya yönelik girişimler, psikolojinin iktisada entegre edilmesini kolaylaştırmıştır. Psikoloji insan davranışlarını ve zihinsel süreçleri detaylıca irdelerken, iktisat psikolojik öğeleri içermeyen insan davranışlarını iktisadi modellerde bir varsayım olarak kullanmıştır (Neyses & Exadaktylos, 2014: 419). İktisat biliminde psikolojik öğelere yer verilmesiyle iktisadi davranışları daha sağlıklı analiz edilmesine ilişkin teorik çerçeve oluşturulmuştur. İnsan davranışlarına dayanan deneysel yöntemler sayesinde, daha önceleri iktisat dışı sayılan karşılıklılık, dayanışma, güven gibi insan ilişkilerine odaklı sosyal konular üzerine çalışılmıştır.

İktisatta davranışsal yaklaşımların bir sonucu olarak 1980'li yılların sonlarına doğru ortaya çıkan ilişkişel mallar kavramı, iktisadın uzak durduğu bu sosyal konulardan biridir. Aslında bu kavram, sosyolog Pierpaulo Donati (1986), filozof Martha Nussbaum (1986), iktisatçılar Carole Uhlaner (1989) ve Benedetto Gui (1987) yazınlarıyla ortaya çıkmıştır. İlerleyen yıllarda ise farklı disiplinlerden gelen araştırmacılar kavramı, kendi kurum ve yöntemleriyle irdelerek zenginleştirmişlerdir. Multidisipliner özelliği nedeniyle kavramın genel kabul görmüş tek bir tanımı bulunmamaktadır. İlişkişel mallar kavramını net olarak anlayabilmek için öncü isimlerin kavramı nasıl tanımladıkları incelenecektir.

Kendinden sonraki birçok araştırmacıya ilham kaynağı olan ekonomist Uhlaner (1989) ilişkişel malları, kendini sosyal hayattan soyutlamış insanlar tarafından elde edilemeyen ve başka insanlarla paylaşılan bir ilişkinin sonucunda ortaya çıkan faydalar olarak tanımlamıştır. Örneğin Uhlaner'e göre, doğada gün batımı izleyen bir kişi bireysel olarak kamusal mal tüketir. Ancak kişi arkadaşıyla birlikte gün batımı izlerse ortak olarak ilişkişel mal tüketmiş olur ve ek bir haz elde eder. Dolayısıyla ilişkişel mallar, ilişkiler esnasında karşı tarafın ortak eylemleriyle üretildiği/tüketildiği için başkalarının tercih ve statüsünden bağımsız olarak düşünülemez. Karşı taraf, belirli bir grubun üyesi olabileceği gibi belirli kişiler de olabilir. İlişki kuranlar, bir daha birbirlerini görmeyebilirler veya kesin olarak birbirlerini tanımayabilirler. Ancak bu kişiler aynı ideolojiyi, dünya görüşünü ve duyguları paylaşanlardır. Uhlaner arkadaşlığı, sosyal onayı, verilen görevi yerine getirdiğinde beğenilme duygusunu, bir kimliği sürdürme isteğini ve başkaları tarafından kabul görme arzusunu ilişkişel mallara örnek olarak göstermiştir (Uhlaner, 1989: 253-255).

İlişkişel mallar kavramının şekillenmesine katkı yapan ekonomist Gui, ekonomik karşılaşmalar³ sırasında ortaya çıkan duyguların paylaşılmasıyla elde edilen faydalara

³ Gui (2005: 31)'e göre karşılaşmalar, internet, telefon, telgraf, faks vb. araçlarla kurulan iletişimler ya da yüz yüze yapılan görüşmelerdir.

ilişkişel mal olarak ifade etmiştir. Gui (2005) doktor ile hasta, işçi ile işveren, ev sahibi ile kiracı, aynı mağazadaki iki müşteri, iş yerindeki iki iş arkadaşı arasındaki karşılaşmalarda mülkiyet haklarının devri, bir hizmetin sağlanması, bir görevin yerine getirilmesi gibi ekonomik çıktıların yanı sıra ilişkişel çıktılar da üretildiğini öne sürmüştür. Örneğin bir doktor birkaç defa aynı hastayı muayene ettiğinde, hastaya özgü bilgiler (ilişkişel sermaye) edinebilir. Doktor ilişkişel sermayesiyle hastanın tuttuğu futbol takımını hakkında konuşarak gergin hastayı sakinleştirebilir. Doktor ile hasta arasında birbirleriyle bağlantı kurma becerilerini geliştiren dostane bir ilişki başlamış olur. Böylece hasta ile doktor mutlu olmalarını sağlayan ortak bir değer paylaşırlar (Gui, 2013: 298).

Gui (2005, 2013), kişiler arası ilişkilerde paylaşılan değerlerin "mal" olarak nitelendirilebilmesi için gerekli kriterleri karşıladığını öne sürmüştür. İlişkişel mallar, sosyoloji ve psikoloji biliminde bir kişinin ya da sosyal grubun temel ihtiyaçlarından biri olarak değerlendirilen sosyalleşme ihtiyacını karşılamaktadır. Günümüzde alternatif faaliyetlerden veya mallardan vazgeçilerek aile, arkadaşlık, komşuluk gibi ilişkiler sürdürülebilir. Bu ilişkileri kurmak ve geliştirmek için belirli bir süre gerekmektedir. Örneğin birey boş zamanı tanıdıklarıyla geçirmek yerine kitap okuyarak ya da müzik dinleyerek geçirebilir. Bu nedenle ilişkişel malların fırsat maliyeti vardır. Ancak bir ilişkinin temel bileşimi olarak görülen karşılıklı olumlu duygular para ile satın alınmadığı için ilişkişel mallara arz ve talep koşullarını uygulamak söz konusu değildir. İletişime geçen bireyler bir ilişkiye ayrılan zaman ve çaba için ödeme yapmak istese de üretimde/tüketimde karşılıklılık gerekli olduğundan yeterli arz sağlanamaz.

Gui'nin çalışmalarından etkilenen ekonomist Robert Sugden (2005) ilişkişel malları, "insanların birbirleriyle paylaştıkları ilişkilerde olumlu duyguların karşılıklı olduğu fark edilerek, bu duyguların ifade edilmesiyle elde edilen ek faydalar"dır" şeklinde tanımlamıştır. Sugden ilişkişel malları, Adam Smith'in duygudaşlık (fellow-feeling)⁴ kavramı ile açıklamıştır. Sugden'e göre ilişkişel malların temel bileşeni, olumlu duyguların karşılıklı olması, paylaşılması ve zaman içinde geliştirilmesidir. Örneğin kuaföre giden bir kişi kuaför kalabalıkça biraz beklemesi gerekir. Kuaför, saçını kestirmek isteyen kişiye dostane bir şekilde yaklaşır ve bu kişi de olumlu duyguları farkına varıp ifade ederse kuaförde samimi bir atmosfer oluşur. Bu sayede kuaför ve müşteriler vakitlerini sohbet ederek ve dolayısıyla mutluluklarını etkileyen ek değer (ilişkişel mallar) elde ederek geçirebilir. Ancak kuaför yerine ilişki kurulamayacak bir robot tarafından saç kesimi yapılırsa duygudaşlık hissi ortaya çıkmaz. Ancak bu his, ilişki içinde olan kişi için karşı tarafın altruist⁵ kaygısını kapsamaz. Başka bir deyişle, birey herhangi bir çıkar gözetmeden kendisinin zararına bile olsa başkaları için fedakârlık göstererek ilişkişel mallardan faydalanamaz (Sugden, 2005: 66-67).

⁴ Smith'in duygudaşlık kavramı, başka birinin duygusunu kendininmiş gibi tepkide bulunabilme, haz veya acı verici olsun duygularını paylaşabilme yeteneğidir (Sugden, 2005: 56).

⁵ İktisatçılar, ilişkiler içindeki altruist eylemlerle ortak değerler paylaşılamayacağını; Nussbaum ve Donati ise altruist motivasyona sahip kişiler arası ilişkilerde de ortak değerler elde edilebileceğini vurgulamışlardır.

İlişkişel mallar kavramının tanıtılmasını öncülük eden diğer önemli isimlerden sosyolog Donati kavramı, kişiler arası ilişkilerde belli bir çıkar doğrutusunda değil, karşılık beklemeden içten gelen bir güdü ile hareket edilmesi yoluyla elde edilen değerler olarak tanımlamıştır. Donati (2014) ilişkişel malları, ilişki içindeki insanların temasına göre birincil ve ikincil ilişkişel mallar olmak üzere iki farklı şekilde kategorize etmiştir. Birincil ilişkişel mallar, yüz yüze, uzun süreli ve yakın ilişkiler kurulan ve dayanışmanın olduğu küçük sosyal gruplarda ortaya çıkar. Aile, arkadaşlar, akrabalar ve komşular bu gruplara örnek olarak verilebilir. İkincil ilişkişel mallar ise bireylerin ortak bir amacı gerçekleştirme için kişisel olmayan biçimde iletişime geçtikleri resmi ya da kurumsal olan büyük gruplarda ortaya çıkar. Vakıflar, birlikler, siyasi partiler, sendikalar ve sosyal dayanışma kuruluşları ikincil gruplara örnek olabilir. Uhlener (1989)'e göre insanlar, ikincil grupların faaliyetlerine katıldıklarında veya bu gruplara üye olduklarında, grubun üyeleri tarafından kabul görürler ve böylece aidiyet duygusunu pekiştirirler.

İlişkişel mallar kavramını ilk ortaya atan isim olan filozof Nussbaum (1986) göre, karşılıklı ilişki kuran kişilerin birbiriyle paylaştıkları duygu ve deneyimler ilişkişel mallardır. Düşünür, bireylerin başka bir amacı gerçekleştirme için araç olarak deđil⁶, sadece keyifli ve eğlenceli olduğu için ilişkiler kurarsa ilişkişel mallardan üretebileceğini/tüketebileceğini belirtmiştir. Nussbaum için dostluk, arkadaşlık, sivil katılım, karşılıklı sevgi ve saygınlık ilişkişel mallardır ve bu değerlere sahip olmak eudaimonik mutluluğun kaynağını oluşturur.

İlişkişel mallar ve mutluluk arasındaki bağlantı, daha eski tarihe Adam Smith'in dönemine kadar geri götürülebilir. Smith, duygudaşlık kavramıyla ilişkişel bağların ve insanların birlikte geçirdiği vaktin yoğunluğunun paylaşılan duyguların değerini ve bununla birlikte mutluluğu artırdığını vurgulamıştır (Bruni & Stanca, 2008: 508). Yakın dönemde ise mutluluk ile ilişkişel mallar arasındaki ilişki mutluluk ekonomisi üzerine yapılan çalışmalarla ampirik olarak araştırılmaya başlanmıştır. Söz konusu çalışmalardan bir kısmı, ilişkişel malların mutluluğa etkisini değerlendirmiş; bir kısmı da belli bir geçim düzeyi sonrası gelirin beraberinde neden daha fazla mutluluk getirmediğini (Easterlin Paradoksu ya da gelir-mutluluk paradoksu) açıklamıştır.

Literatürde sosyal karşılaştırmaların, aspirasyon (istek) düzeyinin ve adaptasyonun bu paradoksun nedeni olarak gösteren teoriler mevcuttur. Sosyal karşılaştırmalar, bireyin toplumdaki yerini değerlendirmek için yaşam standartlarını ya da gelirini referans aldığı kişilerle karşılaştırmasını içerir. Birey kendi durumunu kıyasladığı kişilerden daha kötü olarak değerlendirirse mutluluğu olumsuz yönde etkilenir, tersi geçerli olduğunda ise mutluluğu olumlu etkilenir. Aspirasyon, bireylerin gelir düzeyleriyle birlikte istek düzeylerinin de arttığını, bu durumda ise mutluluklarının aynı kaldığını gösterir. Adaptasyon

⁶ Uhlener (2014) göre, bireysel çıkar motivasyonuna sahip ilişkilerde de ilişkişel mallardan yararlanılabilir. Örneğin bir kişi iş mülakatını kolay bir şekilde geçebilme için kendisine yakın görmediği kişilerle arkadaşlık ilişkisi kurabilir. Eğer birey dostane yaklaşımını bu amaç doğrutusunda devam ettirmese uzun süreli ilişkişel mallardan üretebilir/tüketebilir.

ise artan gelirle mutluluğunu arttığını; ancak bu artışa zaman içinde uyum sağlanarak mutluluğun başlangıç düzeyine döndüğünü ifade eder (Dumludağ, 2014: 375-376). Bu teoriler, mutluluk ile gelir arasındaki ilişkinin göreliliğini vurgulayan nispi gelir hipotezi kapsamında ele alınmaktadır. İnsanların mutluluğu üzerinde mutlak gelirden çok, nispi gelirin etkili olduğunu gösteren nispi gelir hipotezinde, tercihlerin birbirine bağımlı olması açıklanırken kişiler arasındaki sosyal bağların gerçekte doğası üzerinde durulmamıştır. İnsanlar arasındaki ilişkiler ve mutluluk arasında doğrudan bir bağlantı olabileceği düşünülmemiştir.

Mutluluk ekonomisi alanındaki güncel çalışmaların sonucunda, ilişkişel malların önemli mutluluk kaynaklarından biri olduğunu ifade eden ve gelir-mutluluk paradoksunun ek bir açıklaması olarak gösterilen yeni bir teori ortaya konmuştur. "İlişkişel mutluluk teorisi" olarak tanımlanan teoride, insanların ilişkiler kurması ve zaman içinde bu ilişkileri geliştirmesi mutlulukları için önemlidir. Literatürde ilişkişel mutluluk teorisi başlığı altında gelir artışının herkesin mutluluğunu arttırmamasının nedeni, sanal ilişkilerin ilişkişel mallar olarak algılanması (sözde ilişkişel mallar) ve teknolojik gelişmelerin ilişkişel malların üretimi/tüketimi için verimlilik artışı sağlamaması (Baumol'un maliyet hastalığı) ile açıklanmıştır. Bu çalışmada, literatürdeki çalışmalardan farklı olarak gelir, ilişkişel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki bağlanma kuramıyla ampirik olarak açıklanmıştır. Böylece başkalarıyla kurdukları ilişkiler açısından güvensiz bağlanma stili içinde sınıflandırılan bireylerin ilişkişel mallardan daha az üretmeleri/tüketmeleri nedeniyle daha fazla mutlu olmadıkları gösterilerek literatüre katkı yapılması amaçlanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, bireylerin daha yüksek mutluluğa erişmesini önlese de düşük düzeylerde ilişkişel mallardan üretmeleri/tüketmeleri ilişkişel mutluluk teorisi kapsamında yer alan sözde ilişkişel mallar, Baumol'un maliyet hastalığı, materyalizm ve bağlanma kuramı ile ele alınmıştır. Üçüncü bölümün birinci kısmında, ilk olarak mikroekonometrik mutluluk modeli, modelde kullanılan veri seti ve değişkenler hakkında bilgi verilmiş ve ilişkişel zaman endeksinin (ilişkişel malların) analizler için nasıl hazır hale getirildiği değinilmiştir. Sonrasında analiz bulguları yorumlanmıştır. İkinci kısımda ise model ve güvensiz bağlanma stiline sahip kişilerin davranış örüntüsünü gösteren ilişkilerden kaçınma eğilimi değişkeni tanımlanmış ve sonuçlar özetlenmiştir. Son bölümde ise çalışmanın bulguları doğrudan genel değerlendirmeler yapılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

2. İlişkişel Mutluluk Teorisi

İlişkişel mutluluk teorisine göre bireysel mutluluk sadece gelir, tüketim gibi ekonomik faktörler ile değil, günümüzde temel ihtiyaçlardan biri görülen ilişki içindeki insanların paylaştıkları değerlerle de bağlantılıdır. Teorinin temel varsayımı olarak, insanlar arasındaki iletişim eksilmesi sonucunda sosyal yaşamın azalmasının ve bireysel vakit geçirmenin artmasının mutluluğu olumsuz etkilemesi gösterilmektedir. Bu doğrudan iyi ekonomik durumun bireysel mutluluğa olumlu etkisi, başkalarıyla geçirilen vaktin (ilişkişel malların üretime/tüketime ayrılan vaktin) azalmasıyla dengelenecektir. Başka bir ifadeyle,

gelir artışının insanları daha fazla mutlu edememesi, ilişkilerin kalitesinin (paylaşım, katılım ve tatmin düzeyinin) düşük olmasının bireysel mutluluğu azaltmasından kaynaklanmaktadır.

Mutlu olmayı önlese de insanların ilişkisel mallardan düşük düzeylerde üretmesinin/tüketmesinin nedeni, iletişimleri esnasında tercihlerinin birbirine bağımlı olmasından kaynaklanan koordinasyon başarısızlığıdır. Uhlaner (1989)'e göre ilişkisel mallar, başkalarıyla bir araya gelip ortaklaşa paylaşılan ilişkiler aracılığıyla üretilir/tüketilir. İzole olmuş insanlar bu mallardan yararlanamaz. En az iki kişinin eşzamanlı olarak karşılıklı iletişimi gerektiği için ilişkisel mallardan ne kadar üretileceğine/tüketeceğine yönelik karar, karşı tarafın üretim/tüketim kararına bağlıdır. Taraflardan sadece biri ilişki kurmak yerine bir işte çalışmayı veya bireysel olarak vakit geçirmeyi tercih ederse koordinasyon başarısızlığı ortaya çıkar ve ilişkisel mallardan yeterli düzeyde üretim/tüketim yapılamaz. Bu durum dört başlık altında açıklanabilir: Baumol'un maliyet hastalığı, sözde ilişkisel mallar, materyalizm ve bağlanma kuramı.

2.1. Baumol'un Maliyet Hastalığı

Baumol ve Bowen'in (1966) "Performing Arts-The Economic Dilemma" kitabında, teknolojik gelişmeler emek olarak yoğun olan sahne sanatlarında verimlilik artışına yol açmazken, canlı performans sergilemenin maliyetini gün geçtikçe artırdığı ortaya çıkmıştır. "Maliyet hastalığı" ya da "Baumol hastalığı" olarak adlandırılan bu bulguya göre gösteri sanatlarında, örneğin Mozart'ın bestelediği eseri canlı orkestrayla sergilemede gerekli olan müzisyen sayısı, süre ve enstrüman yani maliyetler neredeyse yüzyıl öncesiyle aynıdır. Ancak imalat sektöründe, teknolojik gelişmeler sayesinde bir saatlik üretim yapmak için daha az süre ve işgücü kullanılmaktadır. Teknolojik gelişmelerin sağladığı bu verimlilik artışı, üretim maliyetlerini sanat sektörüne kıyasla daha az yükseltmiştir (Nappo, 2010: 457).

Gösteri sanatlarına benzer şekilde ilişkisel malların üretiminde/tüketiminde gerekli olan özveri ve süre geçen yüzyıla göre yok denecek kadar az değişime uğramıştır. İnternet, cep telefonu, faks gibi kitle iletişim araçları bir yandan zaman ve mekândan bağımsız olarak iletişim kurmayı olanak tanıırken, diğer yandan birtakım sınırlamalar da getirmektedir. Bu iletişim araçları, uzak çevrede bulunan ilişkilerin erişimini kolaylaştırırken; aile ve yakın çevreyle kurulan ilişkilerin kalitesini azaltmaktadır. Özellikle internet kullanımıyla yaygınlaşan sosyal paylaşım ağları, gerçekten uzak yapısı nedeniyle kurulan iletişimin sıcaklık ve samimiyet açısından zayıf olmasına yol açmaktadır. Dahası bu paylaşım ağları, insanları çevresinden soyutlayan sanal bir ortam oluşturmaktadır. Zamanın çoğunluğunu sanal ortamlarda geçiren insanlar farkında olmadan bir süre sonra gerçek dünyadaki ilişkilere yabancı hale gelirler. Sonuç olarak teknolojik gelişmeler ilişkisel malların üretimi/tüketimi kısmen desteklerken, ilişkilere ayrılan vaktin fırsat maliyetini her geçen gün artırmıştır (Karagülle & Çaycı, 2014: 7-8; Becchetti et al., 2019: 385).

2.2. Sözde İlişkişel Mallar (So-Called Relational Goods)

Geçmiş yüzyılda ilişkileri sürdürmenin pek alternatifi yoktu. Günümüzde ise insanlar teknolojik gelişmelerle birlikte ilişkişel malların ikamelerini, düşük maliyetlerle ve oldukça hızlı bir şekilde erişebilirler. Tibor Scitovsky'ın 1976'da yayınlan çalışmasına göre bu malların ikameleri, konfor malları (comfort goods) olarak sınıflandırılabilir. Scitovsky (1976), çaba ve süre açısından erişimi kolay olan ve anında tatmin veren somut araçlara konfor malları olarak tanımlamış ve uzun vadede bağımlılık yaratan bu malların kısa sürede doygunluğa neden olduğunu vurgulamıştır. Scitovsky (1976), kültürel mallar (gelenek, görenek, popüler kültür) gibi tüketenlerin belli süre sonra doygunluğa erişebildiği değerlere uyarıcı mallar (stimulation goods) olarak tanımlamıştır. Ulaşımı için oldukça fazla zaman ve özveri gereken uyarıcı mallar genellikle modern toplumlarda çok üretilmemektedir. Scitovsky (1976)'e göre insanlar, düşük maliyetlerle erişilebildiği için uyarıcı mallar olarak algılanan konfor malları (sözde uyarıcı mallar) üretmeye/tüketmeye meyillidirler (Bruni, 2010: 399).

İlişkişel mallar, uyarıcı mallar ile benzer özelliklere sahiptir. Konfor mallarında olduğu gibi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle ilişkişel mal görünömlü sanal iletişim, yüz yüze kurulan iletişimin yerine geçerek yaygın hale gelmiştir (Bruni, 2010: 399). Sanal iletişim, bireylerin kolay bir şekilde ilişkilerini sürdürmesini sağlarken, bir çeşit bağımlılık yaratarak onları yalnızluğa da itmektedir. Farklı ölkelerdeki insanlar çok hızlı iletişime geçebilmekte ve ticaret, bankacılık, sağlık, alışveriş, eğitim gibi işlemler internet ortamında online olarak yapılabilmektedir. Bu nedenle vaktini planlandıandan daha uzun süre internet karşısında geçiren insanlar, ekranlara bağımlı hale gelir ve zaman içinde iletişim becerilerini yitirerek yalnızlaşırlar. Özellikle gençler, zamanlarının büyük bir kısmını sohbet ve oyun maksadıyla internet başında geçirdikleri için sosyal çevrelerinden ve ailelerinden uzaklaşırlar (Karagülle & Çaycı, 2014: 3-6).

İnternetin yanı sıra televizyon da çalışma ve uyku haricinde günlük olarak en fazla zaman geçirilen kitle iletişim aracıdır. İnsanlar televizyon izlerken kendini bedensel ve zihinsel olarak rahatlamış hisseder. Bu gibi rahatlatıcı duygular televizyon bağımlılığına neden olmaktadır. Neredeyse her evde bulunan televizyon, insanları gerçek dünyadaki ilişkilerden uzaklaştıran sanal bir dünya içine hapseder. Örneğin birey günlük hayatında gerçek bir ilişkisi varmış ve sosyal yaşamının bir parçasıymış gibi dizi ve talk-show izlemektedir. Kısacası, insanlar zamanlarının önemli bir bölümünü internet, akıllı telefon, televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla geçirirler. Bu durum, gerçek dünyada başkalarıyla geçirilen zaman dilimlerini azaltır ve insanlar arasında iletişim kopukluklarına neden olur. Scitovsky'ın yaklaşımına göre kolay ve hızlı bir şekilde erişilen kitle iletişim araçları, ilişkişel malların azalmasına yol açan sözde ilişkişel mallardır (Stanca, 2016: 469).

2.3. Materyalizm

İnsanlar belli bir sayıda materyal ile günlük yaşamlarını sürdürebilir. Ancak materyallere verilen değere göre insanlar farklılık göstermektedir. Materyalizm genel olarak,

materyallere veya maddi varlıklara yüksek ölçüde değer verilmesi olarak tanımlanabilir (Belk, 1984; Richins & Dawson, 1992; Ger & Belk, 1996; Kasser & Kasser, 2001). Materyalist bireyler materyallere sahip olmayı, en önemli memnuniyet ya da memnuniyetsizlik kaynağı olarak görürler ve yaşamlarının öncelikli hedefleri arasında koyarlar (Belk, 1984: 291). Başka bir deyişle, mal ve mülk edinme, başarı, zenginlik ve lüks tüketim yaşamlarının merkezinde yer alır. İşbirliği yapmak, paylaşmak, gönüllülük gibi olumlu sosyal davranışlardan çok bir materyale sahip olmak için çalışmayı gereğinden fazla değer vermektedirler.

Çeşitli çalışmalarda materyalizm genellikle bir davranış biçimi ya da kişilik özelliği ve değer olarak tartışılmıştır. Belk (1984), materyalizm düzeyi yüksek bireyin cömert olmama, sahip olma ve kıskançlık olarak tanımlanabilecek üç farklı özelliğe sahip olduğunu öne sürmüştür. Belk (1984) göre materyalist birey, sahip olduğu materyalleri paylaşmak yerine muhafaza eder ve onlara anlamlar yükleyerek bağlanır. Başka insanların başarılarını kıskanır. Materyalistik eşyaları sahip olma isteği yüksektir. Bu tür özelliklere sahip olan bireyler, başkalarıyla bağ kurmakta zorlanacaklar ya da kurdukları bağ zayıf olacaktır.

Richins ve Dawson (1992), maddi varlıkları veya materyalleri değer olarak incelemiş ve materyalizm göstergesi olarak mutluluğa erişim, başarı ve kazanç merkezli olmak üzere üç davranış kalıbından bahsetmiştir. Mutluluğa erişim merkezli materyalizm, bireyin mutluluğu materyalistik eşyalara sahip olmakla ulaşabileceğine inanmasıdır. Birey için dostluk, sevgi, dayanışma, hoşgörü gibi insani değerlerden çok, değerli materyallere sahip olmak mutluluğun kaynağıdır. Başarı merkezli materyalizm ise materyalist eğilimlere sahip bireyin kendisinin ve çevresindekilerin başarılarını, sahip oldukları materyallerin kalitesine ve sayısına göre değerlendirmesidir. Lüks eşyalar kullandığı ölçüde toplumda arzuladığı konumu ulaştığını ve başarılı olduğunu düşünür. Başarının ölçütü sosyal statüyü yansıtan mallara erişebilmektir. Kazanç merkezli materyalizmde, bir materyale sahip olmanın değeri ya da maddi kazanım yaşamda önem verilen her şeyin önündedir. Materyalistlerin maddi kazanım elde etmeyi yaşamlarının merkezine almaları aslında bir yaşam tarzıdır. Bu nedenle maddi varlıklar insan ilişkilerinden daha değerlidir.

Bireylerde materyalizmi tetikleyen önemli nedenler arasında kültür, reklamlar, ailenin yapısı ve çocuk yetiştirme tutumları yer almaktadır. Materyalizm toplumların kültürel değerlerine göre çeşitlilik gösterebilir. Örneğin bireyci kültürel değerlere sahip toplumlarda materyalist eğilimler bireysel çıkarların ve amaçların doğrultusunda hareket edilmesinden kaynaklanmaktadır. Özellikle Batı kültüründe birey çok paraya sahip olmayı ya da zenginliği ait olduğu gruba karşı yükümlülükleri yerine getirmek için değil, daha çok kendisinin isteklerini karşılamak için ister. Bu nedenle problemlili ilişkiler kurar ve toplumdaki zamanla uzaklaşır. Doğu Asya gibi kültürde, toplulukçu kültürel değerler ön planda olduğundan materyalistik değerleri bireyler toplumsal normlara uymanın bir aracı olarak görür. Toplulukçu kültürlerde, kişinin kendisinden çok ailesi ve çevresindekiler önemlidir ve materyalist eğilimliler yalnızlık, soyutlanma gibi olumsuzluklara neden olmaz (Yoo et al., 2021: 243-245). Reklamlardaki değerli mallar satın almaya yönelik özendirici mesajlar ise materyalist eğimleri artırabilir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle insanlar

reklamlara daha sık maruz kalmaktadır. Örneğin medya ya da televizyon reklamları materyaller hakkında bilgi edinmeyi hızlandırır ve satın alım kararını etkiler. Reklamlardan model alma aracılığıyla insanlar, reklamı yapılan ürünü satın almak için istek duymaktadır. Böylece materyalistik değerlere daha çok aşına olurlar (Erdoğan, 2016: 57). Materyalist eğilimli aile yapısı ve bebeklikte ebeveynler tarafından duygusal ihtiyaçların yeterince karşılanamaması materyalizme teşvik edebilir. Örneğin ailelerin çocuklarını istedikleri davranışlara yönlendirmek için sevgilerinin bir göstergesi olarak materyalistik değeri yüksek ödüller (oyuncuk, yiyecek vb.) vermeleri küçük yaştan itibaren materyalizmi tetikler. Kuralcı ya da baskılayıcı ebeveynsel üsluplar ise bireyin kendini değersiz ve yetersiz hissetmesine neden olur. Birey özgüven ve özdeğer duygusunun artması için paraya ya da materyaller satın almaya yönelir (Belk, 1985: 266; Kasser & Kasser, 2001: 695-696).

Maddi arzularının yönlendirdiği bir hayat yaşayan materyalistler, sahip olduklarından memnun olmazlar ve daha fazlasını isterler. Bu yaşam biçimi güvensizlik, karamsarlık, uzun saatler çalışma isteği, kıskançlık ile yakından bağlantılı olduğu için başkalarını manipüle etmeye ve nesneleştirmeye yönelik eğilimleri artırır. Toplum yanlısı olmayan bu tür davranışlar, sağlıklı ilişkiler kurabilmeyi önlemektedir. Bu bağlamda materyalist eğilimlere sahip insanlar, ilişkisel mallardan düşük düzeylerde üretip tüketmektedir.

2.4. Bağlanma Kuramı

İngiliz psikanalist John Bowlby (1969)'nin kurucusu olduğu bağlanma kuramı, yaşamın ilk aylarında bakım veren kişi (genellikle anne) ile kurulan duygusal bağın dinamiğini açıklar. Bağlanma, bakım veren kişi ve bebek arasında oluşan, özellikle stres ya da tehdit içeren bir durum algılandığında belirginleşen ve devamlılığı olan yakınlık, duygusal bir bağ veya kalıcı ilişkidir. Kuramda, bu ilişki ile gelişen bağlanma davranışının ileriki yıllarda devam eden duygu, düşünce ve davranışları şekillendireceğini öne sürülmektedir. Yetişkin bireylerin çevreleriyle olan ilişkileri, bebeklik ve erken çocukluk döneminde edinilen ve yaşam boyu süren bağlanma davranışa bağlıdır. Bir yetişkin stres altındayken ya da bir tehlike ile karşılaştığında bağlandığı (kendisine yakın olan) kişiyi güvende hissetmek, fikir edinmek ve rahatlamak için ulaşmaya çalışacaktır (Siegel, 1999: 68; Ainswoth et al., 1978: 17-18).

Bowlby (1969), bebeklerin anneye yakınlık duyan biyolojik fonksiyonlu içgüdüsel bir sosyal sistem (bağlanma davranış sistemi) ile doğduğunu vurgulamıştır. Bu sistem, "annenin ayrılması ya da korkutucu bir şeyle aktive olur. Sistemi en etkili biçimde son veren uyarıcılar annenin görünüşü, sesi veya dokunuşudur" (Bowlby, 1969: 178-179). Bağlanma davranış sistemi aktive olduğunda, bağlanma kişisi bebeğin ihtiyaçları giderir ve duygusal yakınlık görme beklentilerini olumlu karşılık verirse bebek kendini güvende hissederek normal davranışlarına (oynama, keşif, avunma gibi) devam eder. Şayet bağlanma kişisi bebeğe yeterince yakın ve ulaşılabilir değil ise bebeğin davranışsal sistemi çeşitli işlevsel alternatifler geliştirmesi gerekir. Örneğin bağlanma kişisi sağlıklı avutma davranışı gösteremezse bebek hissettiği korkuyla dikkatini keşiften alarak bağlanma kişisine yönelir.

Kaygının artmasıyla görsel alanda bağlanma kişisini izlemekle başlayan bağlanma davranışı, yapışma veya ağlama davranışına dönüşebilir. Bağlanma kişisinin davranışları, reddetme ya da soğuk yakınlık olarak algılanırsa bebek savunmaya geçerek uzaklaşma, kopma gibi kaçınma davranışları gelişirir. Uzun süreli ayrılık ve kayıplar ise bebeğin kişiliğini olumsuz etkileyen bir yas tepkisi göstermesine yol açmaktadır (Sümer et al., 2020: 15-16; Bowlby, 1969: 334).

Bowlby (1973), bebeklerin bilişsel işlevlerin yeterli olmadığı erken dönem deneyimlerini içşelleştirerek "temsil modelleri" ya da "içşel çalışan modeller" olacak şekilde örtük belleğinde kodladığını öne sürmüştür. Bu şemalar, bebeğin sonraki yıllarda başkalarıyla nasıl ilişkiler kuracağını ve yakın ilişkilerindeki inanç, beklenti ve tutumlarını biçimlendirir. Bowlby'e göre ebeveynleri veya bağlama kişisi ihtiyaç anında yanında bulunan, sevgi dolu, duyarlı biri ise bebek, kendisinin ilgiye, desteklenmeye ve sevmeye değer olduğunu düşünerek olumlu bir benlik modeli oluşturur. Ayrıca diğer insanların güvenilir, kolayca bulunabilir ve duyarlı kişiler olduğuna inanarak olumlu başkaları modeli oluşturur. Olumlu algıların tersine bağlanma kişisi ulaşılabilir, ilgili ve yardım çağlarına yanıt veren bir pozisyonda değilse bebek kendisinin sevmeye ve bakım vermeye layık olmayan biri olarak kodlar. Bu güvensizlik temelinde hem kendisine hem başkalarına ilişkin olumsuz modeller oluşturarak yakın ilişkilerden kaçınır. Küçük yaşlarda birbirini tamamlayıcı ve doğrulayıcı şekilde gelişen zihinsel modeller, sonraki yıllara aktararak yaşamın son anına kadar görece değişmeden kalmaktadır (Bowlby, 1973: 202-206).

Mary Ainsworth, anne duyarlılığını ve bunun bağlanma davranış örüntülerine etkisini yaratıcı yöntemlerle ölçmesiyle Bowlby'nin fikirlerinin sınanmasına öncülük etmiştir. İlk olarak Ainsworth ve arkadaşları (1978), deneysel gözlem yönetimi olan "Yabancı Ortam Yöntemi" kullanarak anne ile bebek arasında kurulan duygusal bağın farklılıklarını ele almışlardır. Çalışmada 12-18 aylık bebeklerin laboratuvar (oyuncaklarla dolu yabancı oyun odası) ortamında annelerine duydukları güveni, annenin yokluğunda yaşadıkları kaygıyı ve bir yabancıyla yalnız kaldıklarında verdikleri tepkileri gözlenmiştir. Kullanılan yöntemde bebekler yabancı oyuncak odasında ilk olarak annelerinden ayrılır, daha sonra bir yabancı ile tek başına bırakılır ve son olarak yeniden anneleri ile bir araya getirilir. Bebeklerin strese maruz bırakılarak bağlanma davranış sistemini harekete geçirmek amacıyla yapılan çalışmanın sonucunda Ainsworth ve arkadaşları (1978), üç bağlanma stili (güvenli, kaçınan ve kaygılı/kararsız) belirlemişlerdir.

Anneye güvenli bağlanmış olarak sınıflandırılan bebekler, oyun odasından yalnız kaldıklarında genel olarak huzursuz oldukları görünür. Ancak yoğun bir kaygı yaşamadan anneleri ile temas ararlar. Anneleri geri döndüğünde kısa sürede rahatlarlar ve oyuncak oynama, etrafı keşif, gülümseme gibi normal davranışlarına devam ederler. Kaygılı/kararsız bağlanma stilinde sınıflandırılan bebekler, anneleri yanındayken bile endişe duyduklarından çevreyle çok az ilgidirler ve annelerinden ayrı kalmak istemezler. Annelerinden ayrılma anında aşırı endişe yaşarlar ve çoğu bebek öfkelenir. Odaya gelen yabancı ile iletişim kurmazlar. Yeniden birleşmeden sonra kolayca avunmazlar ve annelerin yokluğunda kaygı düzeyleri arttığı için annelerine güven konusunda kararsızdırlar. Anneye sıkıca yapışırılar,

aynı zamanda da kızgınlıkla iterler. Kaçınan bağlanmış olarak sınıflandırılan bebekler, anneleriyle birlikteyken onunla ilgilenmezler. Anneleri tarafından oyun odasında yalnız bırakılmayı önemsemezler. Annelerine kıyasla yabancıya daha yakın davranırlar. Anneleriyle tekrardan bir araya geldiklerinde annelerinden uzaklaşırlar ve keşif faaliyetlerine veya oyuncaklara geri dönerler (Ainsworth et al., 1978: 311-317).

Ainsworth ve arkadaşları (1978) ev ortamında annenin davranışlarını da gözlemlemişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre, bebeğin güvenli bağlanmasıyla ilişkişel anne davranışının bebeğin ihtiyaç ve beklentilerine verilen sevgi dolu, duyarlı ve tutarlı tepkilerdir. Kaygılı/kararsız bağlanmada, anne bebeğin sinyallerine müdahaleci şekilde cevap verir ve tutarsız olarak yardım eder durumdadır. Kaçınan bağlanma stili ise annenin reddedici ve ihmalkâr davranması ve bebeğin isteklerine karşı tutarlı olarak tepkisiz kalmasıyla ilişkişelidir. Bu açıdan bebeklerin bağlanma stilleri, annenin bakım davranışına bağlıdır. Annenin bakım davranışı ise bağlanma geçmişı ve duyarlılık düzeyi ile yakından ilintilidir (Siegel, 1999: 75-77; Sümer et al., 2020: 14).

Bowlby ve Ainsworth'ün yaklaşımlarından yola çıkarak yapılan çalışmalarda, yaşamın ilk yıllarında edinilen bağlanma davranışının ilerleyen yaşlardaki ilişkişelerde geçerli olduğunu ortaya konmuştur. Öncelikle Main ve arkadaşları (1985), yarı yapılandırılmış bir "Yetişkin Bağlanma Görüşmesi" adı altında bir ölçek geliştirerek Ainsworth ve arkadaşları (1978)'nın önerdiği bağlanma stillerinin yetişkinlik dönemi için de genellenebileceğini belirlemiştir. Hazan ve Shaver (1987), bağlanma figürü ile bebek arasında gelişen bağlanma ilişkişinin Bowlby'nin içsel çalışan modelleri aracılığıyla yetişkin yaşamına aktarıldığını ve yetişkinlikte romantik ilişkişelerin, Ainsworth ve arkadaşları (1978)'nın gözlemlediği bebeklik dönemindeki bağlanma stillerine benzer şekilde gruplandırılabilceğini göstermişlerdir. Bartholomew ve Horowitz (1991) ise görüşme yöntemi ve benlik raporu kullanarak Bowlby'nin içsel çalışan modellerine paralel olarak bireylerin kendisi ve başkaları hakkında değerlendirmelerini olumlu ve olumsuz olarak ikiye gruba ayırmışlar ve sonucunda yetişkinler için dörtlü bağlanma modeli önermişlerdir. Mikulincer ve Shaver (2005), Bowlby'nin belirlediği erken dönemdeki bağlanmada güven ve kaçınma davranışlarının yetişkinlikte olumlu ve olumsuz durumlar karşısında mutlu olunduğunda veya stres altındayken duygu ve davranış düzenleme biçimlerinde gözlemlendiğini öne sürmüşlerdir.

Özetle kişisel ve sosyal ilişkişelerdeki davranış ve beklentiler, bebeklik ve erken çocukluk döneminde bağlanma kişisiyle kurulan duygusal bağla şekillenmektedir. Bağlanma kişisi çocuğun stres belirtilerini veya isteklerini tutarlı ve sevgi dolu bir şekilde karşılayamaması güvensiz (kaygılı/kararsız ve kaçınan) bağlanmayla, bağlanma kişinin tutarlı ve duyarlı olarak davranması güvenli bağlanmayla sonuçlanmaktadır. Güvenli bağlanan birey, kendine ve başkalarına güven duyguyu için kaybetme ve reddedilme endişesi yaşamadan yakın ve güçlü bağlar kurabilir. İlişkişelerde karşılaştığı sorunlarla başa çıkma becerisi gelişmiş olan güvenli birey, bulunduğu ortama hızlıca uyum sağlar ve başkalarıyla ilişkişelerini sorunsuz bir şekilde sürdürebilir. Güvene dayalı ilişkişel kurabilen güvenli bireyin ilişkişel mallardan daha fazla tüketmesi beklenmektedir. Güvensiz bağlanan

birey ise ilişkilere ve başka insanlara yönelik algısı olumsuz olması nedeniyle yakın bağ kurmaktan kaçınır. Güven düzeyi düşük olduğu için başkalarının yakınlığına izin vermez ve uzun süreli ilişkiler yerine geçici ilişkiler kurar. Sosyal yetkinlik becerisi kazanamamış güvensiz birey, ilişkilerde yaşayacağı olumsuz durumlardan kaçınır. Bu anlamda güvensiz bireyin ilişkişel mallardan daha az tüketmesi beklenmektedir (Pugno, 2009: 592).

3. Analiz

Ampirik olarak bağlanma kuramı kapsamında ilişkişel mallar, gelir ve mutluluk arasındaki ilişki iki başlıkta ele alınmıştır. İlk başlıkta, ilişkişel mallardan üreten/tüketen farklı gelir düzeyine sahip insanların mutlu olup olmadığı; ikinci başlıkta ise güvensiz bağlanma stili içinde sınıflandırılan kişilerin gelirlerine göre ilişkişel mallardan ne kadar üretilip tükettiği analiz edilmiştir.

3.1. Mutluluk ve İlişkişel Mallar

3.1.1. Değişkenlerin Açıklamaları ve Veri Seti

Dünya Değerler Araştırması (WVS)'nin 1999-2004 dönemini kapsayan dördüncü dalgası kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. 1981 yılında Amerikalı Profesör Ronald Inglehart tarafından başlatılan WVS, 5 yılda bir küresel olarak uygulanan sosyal araştırma programıdır. İlk olarak 1981-1984 döneminde toplam 25 ülkede gerçekleştirilen araştırmanın genel amacı, insanların inançlarını, değerlerini ve normlarını karşılaştırmalı olarak saptamaktır. Ekonomi, çalışma hayatı, siyaset, çevre, demokrasi din, sosyal yaşam gibi birçok alanı kapsayan WVS'nin toplam yedi dalgası vardır ve son dalgası 2017-2022 döneminde 64 ülkede tamamlanmıştır.

WVS'nin dördüncü dalgası için 41 ülkede⁷ 15 ve daha üzeri yaştaki yaklaşık 60000 katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır. Sadece dördüncü dalgada katılımcılara aile, akraba, arkadaş ve çevresindeki diğer tanıdıklarıyla geçirdikleri zamana dair sorular sorulmuştur. Bu nedenle analizlerde, sosyal ilişkilere ayrılan zamanı içeren dördüncü dalga kullanılmıştır.

Analizlerde bağımlı değişken olarak mutluluk düzeyi kullanılmıştır. Kontrol değişkeni olarak yaş, medeni durum, cinsiyet, çalışma durumu, sağlık, eğitim durumu, çocuk sayısı, gelir, nispi gelir kullanılmıştır. Bu değişkenler literatürde mutluluğun sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik belirleyicileri olarak ifade edilmektedir. Ayrıca bireysel ve toplumsal özellikleri tanımlayan güven düzeyi, insan haklarına saygı durumu, yaşama dair seçim özgürlüğü, dindarlık da kontrol değişkeni olarak analizlere eklenmiştir. Çalışmada

⁷ WVS'nin dördüncü dalgasındaki ülkeler aşağıdaki gibi sıralanabilir: Amerika Birleşik Devletleri, Arjantin, Arnavutluk, Bangladeş, Bosna Hersek, Cezayir, Çin, Endonezya, Fas, Filipinler, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, Irak, İspanya, İsrail, İsveç, İran, Japonya, Kanada, Karadağ, Kırgızistan, Makedonya, Meksika, Moldova, Mısır, Nijerya, Pakistan, Peru, Porto Riko, Sırbistan, Singapur, Suudi Arabistan, Şili, Tanzanya, Türkiye, Uganda, Ürdün, Venezuela, Vietnam, Zimbabve.

kontrol değişkenlere ait cevap şıkları kukla değişkene dönüştürülerek analizler için kullanılabilir duruma getirilmiştir. Bu değişkenlerin açıklamaları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo: 1
Analizlerde Kullanılan Değişkenler ve Açıklamaları

Değişken Grupları	Değişkenler	Değişkenlerin Açıklamaları
Bağımlı Değişken	Mutluluk	"Bugünlerde genel olarak mutlu olup olmadığımızı söyler misiniz?" 1. Çok mutluym, 2. Biraz mutluym, 3. Pek mutlu değilim, 4. Hiç mutlu değilim
Sosyo-demografik Değişkenler	Cinsiyet	Erkek, Kadın
	Yaş	15 yaş ve üstündeki bireyler
	Eğitim	"Eğitim için hangi okulu bitirdiniz?" Bir okul bitirmede, İlkokul, Ortaokul, Lise, Üniversite
	Medeni durum	"Medeni durumunuz nedir?" Bekâr, Evli
	Bildirilmiş sağlık durumu	"Sağlık durumunuz nasıl?" İyi, Orta, Kötü
Sosyo-ekonomik Değişkenler	Çalışma durumu	"Para kazanmak için çalışıyor musunuz?" Ücretli ve Tam Zamanlı (haftada 30 saatten fazla) Çalışıyorum, Ücretli ve Yarı Zamanlı (haftada 30 saatten az) Çalışıyorum, Kendi İşimin Sahibiyim, Emekli, Ev Kadını, Öğrenci, İşsiz
	Nispi Gelir	"Ülkenizdeki insanlar, gelir durumları bakımından 10 puanlı cetvele yerleştirile, kendinizi bu cetvelin neresinde görürsünüz?" 1, en alt geliri ve 10, en üst geliri temsil eder.
	Gelir	Satın Alma Gücü Paritesi cinsinden ortalama kişi başına düşen reel GSYİH (Dünya Bankası, 1999-2004 Dönemi)
Bireysel ve Toplumsal Özellikler	Güven	"Genel olarak insanların çoğunluğuna güvenilebilir mi?" Çok dikkatli olmak gerekir, İnsanların çoğuna güvenilir
	Seçim özgürlüğü ve kontrolü	"Kendi yaşamınız üzerinde ne kadar kontrole ve özgür bir seçim hakkına sahip olduğunuzu inanıyorsunuz?" Cetvelde 1, insan hayatını kontrol edemez durumunu, 10 ise insan hayatını tamamen kontrol edebilir durumunu gösterir.
	İnsan haklarına saygı durumu	"Ülkenizde insan haklarına ne kadar saygı gösteriliyor?" Saygı gösteriliyor, Saygı gösterilmiyor
	Dindarlık durumu	"Kendinizi dindar olarak değerlendirir misiniz?" Dindar, Tanrı'ya inanmaz (Ateist), Dindar değil
Tekli Değişken	İlişkişel Zaman Endeksi	Aile, akrabalar, arkadaşlar ve çevredeki diğer kişiler ile vakit geçirme sıklığı

Dünya genelinde ilişkişel malların mutluluğa etkisini araştırmak için ilişkişel mallara vekil değişken olarak ilişkişel zaman endeksi kullanılmıştır. İlişkişel zaman endeksi, Dünya Değerler Araştırması'ndaki, "Anne-babanız veya diğer akrabalarınız ile hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?", "Arkadaşlarınız ile hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?", "İş arkadaşlarınız ile sosyal olarak hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?", "Kilise, cami veya sinagogda insanlar ile hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?" ve "Spor kulüplerinde, gönüllü kuruluşlarda veya hizmet kuruluşlarında insanlar ile sosyal olarak hangi sıklıkla vakit geçirirsiniz?" sorularıyla oluşturulmuştur. Bu sorular, katılımcıların sosyalleşmek için başkalarına ne kadar zaman ayırdığını ölçer. WVS’de, katılımcıların bu sorulara yanıtları, "1. Haftada bir veya daha sık, 2. Ayda bir veya iki kez, 3. Yılda bir veya iki kez, 4. Hiçbir zaman" biçiminde 4 seçeneekli olarak kategorize edilmiştir. Çalışmada, Becchetti ve arkadaşları (2008, 2011, 2012)'nın uyguladıkları yöntem dikkate alınarak bu yanıt şıkları yeniden sınıflandırılmıştır. Buna göre (i) haftada bir veya daha sık için 3, (ii) ayda bir veya iki kez için 2, (c) yılda bir veya iki kez için 1 ve (iv) hiçbir zaman için 0 olacak şekilde ilişkişel zaman soruların cevapları bir ölçekte sıralanıp tüm katılımcılar için her bir soruda ortalaması alınmıştır. İlişkişel zaman endeksi katılımcı ailesi, arkadaşları, akrabaları ve çevresindeki diğer kişiler ile bir araya gelip hiç

vakit geçirmezse minimum 0, bu kişilerle her hafta vakit geçirirse maksimum 3 değerini alacaktır.

3.1.2. Model

İlişkisel malların üretimin/tüketim düzeyinin çeşitli ülkelerde yaşayan insanların mutluluğuna etkisi mikroekonometrik mutluluk modeliyle ele alınmıştır.

$$H_i = \mu + \vartheta X_i + \varphi R_i + f_i + e_i \quad (1)$$

(1) numaralı modelde H_i , i birey tarafından bildirilen mutluluk düzeyini, X_i , sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik faktörleri, toplumsal ve bireysel özellikleri, R_i , ilişkisel malları (ilişkisel zaman endeksini), f_i , ülke sabit etkilerini ve e_i , hata terimini temsil etmektedir.

3.1.3. Bulgular

İlişkisel mutluluk teorisiyle ilişkisel malların mutluluk üzerindeki etkisini incelemek amacıyla kurulan (1) numaralı denklem hem en küçük kareler (OLS) yöntemi hem de sıralı lojistik yöntemiyle⁸ tahmin edilmiş ve sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2’de ilişkisel mallar ile mutluluk arasındaki ilişki gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde karşılaştırmalı olarak değerlendirmek için üç model oluşturulmuştur. İlk modelde, dördüncü dalgada yer alan tüm ülkelere; ikinci modelde, 35,000\$ altındaki gelişmekte olan ülkelere ve son modelde, 35,000\$ üstündeki ülkelere analizler yapılmıştır.

Tablo: 2
Mutluluk ile İlişkisel Mallar Arasındaki İlişkinin Analiz Sonuçları

Değişkenler	Model 1		Model 2		Model 3	
	OLS	Sıralı Logit	OLS	Sıralı Logit	OLS	Sıralı Logit
Yaş	-0,020*** (0,001)	-0,060*** (0,004)	-0,020*** (0,002)	-0,059*** (0,005)	-0,015*** (0,003)	-0,053*** (0,010)
Yaşın Karesi	0,000*** (0,000)	0,001*** (0,000)	0,000*** (0,000)	0,001*** (0,000)	0,000*** (0,000)	0,001*** (0,000)
Gelir	0,000*** (0,000)	0,000*** (0,000)	0,000*** (0,000)	0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)
Nispi Gelir	0,030*** (0,002)	0,087*** (0,005)	0,036*** (0,002)	0,097*** (0,006)	0,007* (0,003)	0,023* (0,012)
Çocuk	0,001 (0,002)	0,005 (0,006)	0,004 (0,003)	0,012* (0,007)	0,000 (0,006)	0,002 (0,018)
Kadın	0,088*** (0,007)	0,258*** (0,021)	0,095*** (0,009)	0,267*** (0,025)	0,077*** (0,016)	0,274*** (0,057)
Evli	0,155*** (0,009)	0,453*** (0,025)	0,178*** (0,011)	0,500*** (0,030)	0,158*** (0,019)	0,555*** (0,067)
İşsiz	-0,083*** (0,012)	-0,224*** (0,033)	-0,107*** (0,015)	-0,282*** (0,039)	-0,065* (0,035)	-0,227* (0,119)
İlkokul Mezunu	0,020* (0,012)	0,071** (0,032)	0,019 (0,014)	0,068* (0,038)	-0,006 (0,030)	-0,015 (0,103)
Ortaokul Mezunu	0,031*** (0,010)	0,108*** (0,031)	0,024* (0,013)	0,087** (0,038)	-0,014 (0,025)	-0,052 (0,089)

⁸ Mutluluk düzeyi, sıralı kategoriye sahip cevap değişkeni olması nedeniyle analizlerde sıralı lojistik yöntemi kullanılmış ve OLS ile benzer sonuçlar elde edilmiştir. OLS yönteminde, varsayımdan sapmaları dikkate alabilmek için test istatistikleri robust standart hatalar ile hesaplanmıştır.

Lise Mezunu	0,024** (0,010)	0,063** (0,031)	0,023* (0,013)	0,054 (0,037)	-0,010 (0,025)	-0,042 (0,090)
Üniversite Mezunu	0,011 (0,011)	0,032 (0,033)	-0,000 (0,013)	0,007 (0,040)	-0,013 (0,024)	-0,068 (0,088)
Sağlığı İyi Olanlar	0,345*** (0,008)	1,007*** (0,024)	0,344*** (0,010)	0,979*** (0,028)	0,311*** (0,022)	1,067*** (0,076)
İnsanlara Güvenilir	0,063*** (0,008)	0,196*** (0,024)	0,063*** (0,010)	0,182*** (0,029)	0,096*** (0,016)	0,345*** (0,058)
Yüksek Özgürlüğe Sahip	0,144*** (0,010)	0,402*** (0,027)	0,133*** (0,012)	0,353*** (0,031)	0,265*** (0,032)	0,891*** (0,101)
İnsan Haklarına Saygılı Olanlar	0,088*** (0,007)	0,242*** (0,022)	0,081*** (0,009)	0,215*** (0,026)	0,040** (0,019)	0,113* (0,065)
Dindarlık	0,064*** (0,009)	0,192*** (0,027)	0,046*** (0,012)	0,141*** (0,033)	0,096*** (0,019)	0,323*** (0,066)
İlişkişel Zaman Endeksi	0,084*** (0,006)	0,253*** (0,018)	0,082*** (0,008)	0,239*** (0,022)	0,096*** (0,015)	0,342*** (0,051)
Eşik 1		-0,929*** (0,124)		0,432 (0,525)		-4,885*** (0,411)
Eşik 2		1,307*** (0,122)		2,654*** (0,524)		-2,216*** (0,379)
Eşik 3		4,121*** (0,124)		5,383*** (0,525)		1,173*** (0,378)
Sabit	2,010*** (0,044)		1,704*** (0,168)		3,110*** (0,107)	
Gözlem	38,924	38,924	26,508	26,508	5,417	5,417
R-kare	0,204		0,169		0,156	
F-Stat	198		146,1		41,95	
Prob > F	0		0		0	
Pseudo R-kare		0,106		0,0854		0,0861
LR Ki-kare		8956		4960		855,8
Prob > Ki-kare		0		0		0

Not: Anlamlılık düzeyi şu şekildedir: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$. Tahminlere ilke sabit etkileri dahil edilmiştir. Parantez içindeki rakamlar standart hataları ifade etmektedir.

Tablo 2 değeriendirildiğinde, mutluluk modeline eklenen değişkenlerin sonuçları, mutluluk literatüründe elde edilen sonuçlar ile tutarlı olduğu görölmektedir. Bu doğrultuda üç modelde, mutluluk ve yaş arasında U şeklinde ilişki olduğu belirlenmiştir. Literatüre uyumlu olarak U şeklindeki ilişkiyi gösterebilmek için yaşın karesi modellere eklemiştir. U şeklindeki ilişki, genç ve yaşlı insanların en mutlu; orta yaşta ki insanların ise en mutsuz bireyler olduğunu ifade eder. Model 1’de, gelir durumu bakımından sıralaması bir üst seviyeye çıkan ve kişi başı reel gelir düzeyi artan bireyler, daha yüksek mutluluğa sahip olduğunu bildirmektedir. Model 1 ve Model 3’te, bireylerin mutluluğu için çocuk sahibi olmak anlamlı değildir. Ancak Model 2’de, sahip olunan çocuk sayısı arttığında mutluluk da artmaktadır. Literatürde çocuk sahibi olmanın mutluluk üzerindeki etkisini araştırmak için yapılan çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Çocuk sahibi olmak genellikle mutluluğu artırırken, bazı çalışmalarda mutluluk ve çocuk arasında bir ilişkiye rastlanamamıştır. Üç modelde de kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek mutluluğa sahip olduğu, evlilerin bekarlara göre daha mutlu olduğu ve işsiz olmanın mutluluk düzeyini olumsuz etkilediği görölmektedir. Model 1’de eğitim değeriendirildiğinde, ilkökul, ortaokul ve lise düzeyinde eğitimini tamamlayanlar, bir okul bitirmeyenlere kıyasla daha mutlu olduğu ifade edilebilir. Bireysel mutluluk için üniversite mezunu olmak anlamlı değildir. Tüm modellerde sağlık mutluluk üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Bu sonuca göre sağlığın iyi olduğunu bildirmek bireysel mutluluk üzerinde artırıcı bir etki yaratmaktadır. Bireysel ve toplumsal özelliklere bakıldığında, insanların çoğunluğunu güvenilir bulanların ve yaşamları için kontrole ve özgür seçim hakkına sahip olduğunu inanların mutluluğu yüksek

olduğu görölmektedir. Ülkesinde insan haklarına büyük ölçüde saygı gösterildiğini bildiren ve kendini dindar olarak değerlendiren bireyler ise yüksek mutluluk düzeyine sahiptir.

Tablo 2'deki üç modelde, literatüre uyumlu olarak katılımcıların tanıdıklarıyla hangi sıklıkla bir araya gelip birlikte vakit geçirdiğini gösteren ilişkişel zaman endeksinin mutluluğu anlamlı ve olumlu yönde etkilediği görölmüşür. Buna göre arkadaşları, ailesi, iş arkadaşları, akrabaları, aynı dine inanan kişiler ve kuruluşlardaki (hizmet ve gönüllü kuruluşlar, spor kulüpleri vb.) kişilerle birlikte daha sık zaman geçirenlerin (ilişkişel malların üretim/tüketim düzeyi yüksek olanların) mutluluklarının daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Uhlaner (1989)'in ilişkişel mal olarak örneklendirdiği dostluk duygusu, bir kimliği sürdürme isteği, başkaları tarafından kabul görme arzusu, bir görevi yerine getirildiğinde beğenilme duygusu insanların duygusal gereksinimleri karşılar. Birey aidiyet ve sevgiyi içeren bu gereksinimleri gideremezse güvensizlik, yalnızlık, çaresizlik, karamsarlık gibi olumsuz duygulara sahip olmaktadır.

Kişi başı reel geliri 35,000\$ altındaki gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bireylerin arkadaşları, ailesi, iş arkadaşları, akrabaları ve çevresindeki diğer kişiler ile geçirdiği zaman arttığında mutluluk düzeylerinin 0,082 arttığı görölmektedir. Kişi başı reel geliri 35,000\$ üstündeki ülkelerde yaşayan bireyler ise sosyalleşmeye ayırdıkları zaman arttığında mutluluk düzeyleri 0,096 artmaktadır. Sosyalleşmeye ayrılan zamanın mutluluk üzerindeki etkisi kişi başı reel gelir düzeyi 35,000\$ üzerinde olan bireylerde daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, ilişkişel mallara yapılan zaman yatırımının yüksek gelir düzeyine sahip bireyleri daha fazla etkilediğini ve bu bireylerin ailesine ve arkadaşlarına sohbet etmek veya kültürel, sanatsal ve sosyal faaliyetlere katılmak için yeterince zaman ayırdığında daha mutlu olacaklarını göstermektedir.

Tablo 2'de göze çarpan bir sonuç, 35,000\$ gelir düzeyine kadar kişi başı reel gelir artışının mutluluğu pozitif etkilemesi: ancak 35,000\$ gelir düzeyinden sonra bu etkinin negatif olmasıdır. Belli bir gelir eşiğine kadar gelir artışı beraberinde mutluluk getirirken, eşiğ aşıldığında gelir ve mutluluk arasındaki ilişki zayıflamakta, yüksek gelir daha yüksek mutluluk anlamına gelmemektedir. Bu durum aslında gelir-mutluluk paradoksunun bir göstergesidir. Belli bir gelişmişlik düzeyi sonrası mutluluğun artması gelirden çok geniş sosyal çevre, iyi aile yaşamı, paylaşım, dayanışma gibi başkalarıyla anlamlı ve tatmin edici ilişkiler kurabilme yeteneğine bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

Literatürde genellikle ilişkişel malların mutluluğa etkisi analiz edilmiştir. Ancak daha mutlu insanların tanıdıklarıyla daha sık vakit geçirme olasılığı daha yüksek olabilir. Bu bağlamda mutluluk ve ilişkişel mallar arasındaki ters nedensellikten kaynaklanan içsellik sorunu ortaya çıkabilir. İlişkişel zaman endeksi değişkenin içsel olması nedeniyle parametre tahminleri tutarsız ve sapmalı olmaktadır. Bu içsellik sorununu çözmek için ilişkişel mallar ve mutluluk arasındaki ilişki araç değişken yöntemi kullanılarak da tahmin edilecektir.

Tutarlı tahminçiler için öncelikle ilişkişel zaman endeksi için uygun araç değişken tanımlamak gerekir. Dünya Değerler Araştırması'nda din, arkadaşlar ve aileye verilen önemi

araştıran, "Din sizin için ne kadar önemlidir?", "Dost ve arkadaşlarınız sizin için ne kadar önemlidir?" ve "Aileniz sizin için ne kadar önemlidir?" soruları araç değişken olarak seçilmiştir. WVS anketinde soruların yanıtları, "1. Çok Önemli, 2. Biraz Önemli, 3. Pek Önemli Değil, 4. Hiç Önemli Değil" olarak gruplandırılmıştır. Çalışmada 1. ve 2. kategoriler birleştirilip kukla değişkene çevrilerek "Din Önemli", "Arkadaşlar Önemli" ve "Aile Önemli" araç değişkenleri olarak analizlere eklenmiştir. Dine, arkadaşlarına ve ailesine büyük ölçüde önem veren bireyler ailesi, iş arkadaşları, arkadaşları, akrabaları, ibadet yerinde aynı dine inanan kişiler ve kuruluşlardaki (hizmet ve gönüllü kuruluşlar, spor kulüpleri vb.) kişilerle daha sık zaman geçiren ve böylece ilişkisel mallardan daha yüksek fayda elde eden bireylerdir. Ayrıca Bruni ve Stanca (2008) çalışmalarında "Arkadaşlar Önemli" ve "Aile Önemli" göstergelerini ilişkisel mallar yerine araç değişken olarak kullanmıştır. Bu nedenle araç olarak tanımlanan değişkenler ilişkisel zaman endeksi ile ilişkili olduğu ifade edilebilir.

Araç değişken yöntemiyle ilişkisel malların mutluluğa etkisini tutarlı olarak tahmin edebilmek için öncelikle seçilen araçların geçerliliği test edilmelidir. Seçilen araç değişkenlerin geçerli olabilmesi için hata terimi ile ilişkisiz (dışsallık koşulu), ancak içsel açıklayıcı değişken ile ilişkili (uygunluk koşulu) olması gerekir. Genel olarak bu koşulların geçerliliği içsel bakış ya da iktisadi davranış göz önünde bulundurularak araştırmaktadır (Wooldridge, 2013: 508). Ancak uygunluk koşulu, iki aşamalı en küçük kareler (2SLS) yönteminin birinci aşamasından elde edilen F istatistiği ve Stok-Yogo zayıf ID testi ile test edilebilir. Dışsallık koşulu ise araç değişken sayısı, içsel açıklayıcı değişken sayısından büyük olduğu aşırı belirlenmede Hansen's J istatistiğiyle sınanabilir. Tablo 3'te seçilen araç değişkenlerin geçerlilik sınamaları sunulmuştur.

Tablo: 3
Seçilen Araç Değişkenlerin Geçerlilik Sınamaları: İlişkisel Zaman Endeksi

		Model 1	Model 2	Model 3
Uygunluk Koşulu	Weak identification test (Cragg-Donald Wald F statistic):	430,069	263,272	82,755
	(Kleibergen-Paap rk Wald F statistic):	400,350	252,147	77,787
	Stock-Yogo zayıf ID test değerler: % 10 maksimal IV	22,30	22,30	22,30
	% 15 maksimal IV	12,83	12,83	12,83
	% 20 maksimal IV	9,54	9,54	9,54
	% 25 maksimal IV	7,80	7,80	7,80
	F testi değeri	307,37	129,03	81,47
Dışsallık Koşulu	Hansen J testi Ki-kare istatistiği	16,103	4,546	10,049
	p değeri	0,0003	0,1030	0,0066
İçsellik Sınaması	Durbin Wu-Hausman testinin p değeri	0,0000	0,0000	0,0000
Belirlenen Araçlar	Din Önemli			
	Arkadaşlar Önemli			
	Aile Önemli			

Literatürde Durbin Wu-Hausman testi kullanılarak açıklayıcı değişken/değişkenlerin içselliliği araştırılmaktadır. Tablo 3'e göre üç modelde Durbin Wu-Hausman testinin p olasılık değeri 0 bulunmuştur. Bu değer 0,01 anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için değişken/değişkenlerin dışsal olduğunu savunan H_0 hipotezi reddedilir. Testin sonucunda ilişkisel zaman endeksinin içsel bir açıklayıcı değişken olduğu belirlenmiştir. Tablo 3'te tüm modeller için Cragg-Donald Wald F istatistiği, Stock-Yogo zayıf ID testinin % 10 kritik değeri (22.30) ve diğer maksimal IV değerlerinden büyük bulunmuştur. Bu durumda içsel

açıklayıcı değişken ile seçilen araç değişkenler arasında zayıf bir ilişki vardır şeklinde oluşturulan H_0 hipotezinin reddedilmesi uygun olacaktır. Tüm modellerde iki aşamalı en küçük kareler yönteminin birinci aşamasında hesaplanan F istatistiği, literatür tarafından zayıf araç değişkenin temel kriteri olarak gösterilen 10 kritik değerinden büyük olduğu tespit edilmiştir. İlişkişel zaman endeksi yerine seçilen araç değişkenlerinin zayıf olduğunu ifade eden H_0 hipotezi reddedilir. Din, arkadaşlar ve aile önemli araç değişkenlerinin güçlü olduğu belirlenmiştir. Tablo 3'teki Hansen's J testinin p olasılık değeri, sadece model 2'de 0,1 anlamlılık düzeyinden daha büyüktür. Kurulan modelin doğru olduğunu ve belirlenen araç değişkenlerin dışsal olduğunu gösteren H_0 hipotezi reddedilememektedir. Bu sonuç, 35,000\$ altındaki gelişmekte olan ülkeler için din önemli, arkadaşlar önemli ve aile önemli araç değişkenlerinin dışsal olduğunu göstermektedir.

Tablo: 4
Araç Değişken Analiz Sonuçları: İlişkişel Zaman Endeksi

Değişkenler	Model 1		Model 2		Model 3	
	Birinci Aşama	İkinci Aşama	Birinci Aşama	İkinci Aşama	Birinci Aşama	İkinci Aşama
İlişkişel Zaman Endeksi		0,436*** (0,037)		0,514*** (0,049)		0,393*** (0,076)
Aile Önemli	0,111*** (0,037)		0,127*** (0,045)		0,267*** (0,083)	
Arkadaşlar Önemli	0,237*** (0,009)		0,228*** (0,010)		0,300*** (0,035)	
Din Önemli	0,181*** (0,009)		0,156*** (0,011)		0,244*** (0,020)	
Sabit	1,203*** (0,049)	1,460*** (0,073)	1,452*** (0,163)	0,970*** (0,199)	0,340*** (0,130)	2,869*** (0,125)
Gözlem	38,870	38,870	26,483	26,483	5,409	5,409
Prob > F	0		0		0	
Prob > Ki-kare		0		0		0

Not: Anlamlılık düzeyi: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$. Tahminlere kontrol değişkenleri ve ülke sabit etkileri dahil edilmiştir. Parantez içindeki rakamlar standart hataları ifade etmektedir.

Tablo 4'te 2SLS tahmininin birinci ve ikinci aşama sonuçları yer almaktadır. Birinci aşama sonuçlarına göre, tüm modellerde din önemli, arkadaşlar önemli ve aile önemli araç değişkenlerinin ilişkişel zaman endeksini anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir. Dinin, arkadaşların ve ailenin kendisi için büyük ölçüde önemli olduğunu bildiren bireylerin, pek önemli olmadığını bildiren bireylere kıyasla sosyalleşmeye ayırdıkları zamanın daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İkinci aşama sonuçlarına bakıldığında, üç modelde de ilişkişel zaman endeksinin anlamlı ve pozitif bir katsayıya sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu, 35,000\$ altındaki gelişmekte olan ülkelerde ilişkişel malların mutluluk üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, başka bir deyişle ilişkişel mallardan daha fazla üretip tüketmenin bireysel mutluluğu artırdığını göstermektedir.

3.2. İlişkişel Mallar ve İlişkilerden Kaçınma Eğilimi

3.2.1. Model ve Kullanılan Değişkenler

Farklı gelir düzeyine sahip çeşitli ülkelerde yaşayan ve güvensiz bağlanma stili içinde sınıflandırılan insanların ilişkişel mallardan üretip tükettiği düzeyi belirlemek amacıyla

ilişkişlerden kaçıma eğilimi değişkeni tanımlanmıştır. Bunun için WVS'nin dördüncü dalgasında katılımcılara yöneltilen aşığıdaki sorular kullanılmıştır.

WVS anketinde çalışmanın, dinlenmeye ve eğlenme göre önemini incelemek için bireylere, “5 puanlı cetvelin bir ucunda, hayatta yaşamaya değer kılanın keyif ve eğlence olduğunu, diğer ucunda ise hayatta yaşamaya değer kılanın okulda, işte ve evde çalışma olduğunu düşündüğünüzde kendinizi cetvelin neresine koyarsınız?” sorusu sorulmuştur. Bu soru, “1. Hayatta Yaşamaya Değer Yapan Dinlenme ve Eğlence” ve “5. Hayatta Yaşamaya Değer Yapan Çalışma” arasında değerşen bir ölçek üzerinden cevaplandırılmıştır. WVS’de katılımcıların arkadaşlarına verdiği değer, “Arkadaşlarımlın beklentilerini karşılamak için çok çaba harcıyorum” görüşü ile ölçülmüştür. Katılımcıların fikirleri, “1. Kesinlikle Katılıyorum, 2. Katılıyorum, 3. Katılmıyorum, 4. Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde kategorize edilmiştir. WVS’de katılımcıların ilişkiler kurarken başkalarına yaklaşımları, “1. İnsanlarla iyi ilişkiler kurmak için başkalarının tercihlerini anlamaya çalışmak önemlidir, 2. İnsanlarla iyi ilişkiler kurmak için kişinin kendi tercihini ortaya koyması önemlidir” görüşü ile değerlendirilmiştir. Çalışmada arkadaşlara verilen değerleri ölçen görüşün 3. ve 4. kategorisi, çalışmanın, dinlenmeye veya eğlenme kıyasla göreceli önemini araştıran sorunun 4. ve 5. kategorisi ile ilişki kurarken bağlanma davranışını değerlendiren görüşün 2. kategorisi birleştirilerek sosyal ve kişisel ilişkilerden “Kaçıma Eğilimi” değerşkeni oluşturulmuştur.

Arkadaşların beklentilerini karşılamak için çaba harcamayan bireyler genellikle bebeklik döneminde anneleri ile güvenli bir bağ kurulamamaları sonucunda başkalarının yakın olmasından veya başkalarına yakınlıktan kaçınır. Küçük yaşlarda insanlara olan güvenini yetirdikleri için arkadaşlarına duyduğu sevgiyi yakınlama olarak hissederek bu tür duyguları bastırmaya çalışır. İlişki kurma isteği düşük olan bu bireyler, arkadaşlarının stres dönemlerinde onları rahatlatmak yerine stresten korunmak için kendinden uzaklaştırırlar. Olumsuz durumlar karşında arkadaşlarını suçlayarak düşmanca davranışlar sergileyebilirler. Arkadaşları başarılı olduğunda ise genellikle kıskanırlar. Bu yıkıcı kıskançlıklar, empati kurmalarını önleyerek dostluk, arkadaşlık gibi yakın ilişkilerden uzaklaştırır (Mikulincer & Shaver, 2005: 152-155). İnsanlarla iyi ilişkiler kurabilmek için başkalarının tercihlerini anlamaya çalışmayan, kendi tercihlerini ortaya koyan bireyler ise genel olarak bebeklikte ebeveynleri tarafından beklenti ve istekleri duyarlı olarak karşılanmadığından ilişkilerini güvensizlik, karamsarlık, bencillik gibi olumsuzluklar üzerine inşa etmeye eğilimlidirler. Sorun çözme ve empati kurma becerileri düşük olduğ için yakın ilişkilerde yaşadıkları olumsuz durumlarda yapıcı bir tutum sergileyemezler. Başkalarını güvenilir bulmadıklarından hayal kırıklığı yaşayıp üzölmek için ilişki içinde oldukları kişilere kolay bir şekilde adapte olmazlar ve onlara yeterince değer veremezler (Bartholomew & Horowitz, 1991: 226-228; Sümer et al., 2020: 17). Çalışmayı, dinlenmeye ve eğlenme kıyasla daha fazla önem veren bireyler genellikle ailesi, dost ve arkadaşlarıyla vakit geçirmekten çok çalışın, sosyal etkinliklerde aktif olarak yer almayan bireylerdir. Zamanının büyük bir kısmını çalışarak geçiren bu bireylerin çoğunluğu küçük yaşlarda ebeveynleri ile güvenli ilişkiler kurulamamaları nedeniyle yaşadıkları güven sorununu materyaller satın alarak telafi etmeye çalışırlar. Maddi tüketim yaparak tatmin olabildikleri

ve maddi varlıkları ilişkilerin üzerinde değer verdikleri için uzun saatler çalışarak daha yüksek gelir elde etmek isterler (Kasser & Kasser, 2001: 695-696). Bu bağlamda arkadaşların beklentilerini karşılamak için çaba harcamayan, insanlarla iyi ilişkiler kurabilmek için başkalarının tercihlerini anlamaya çalışmayan ve çalışmayı, dinlenmeye ve eğlenme kıyasla daha fazla önem veren kişiler, güvensiz bağlanmaya sahip olan ilişkilerden kaçınma eğilimi yüksek bireyler olarak tanımlanabilir.

İlişkilerden kaçınma eğilimi yüksek olan bireylerin ilişkisel mallardan ürettiği/tükettiği düzey aşağıdaki model ile araştırılmıştır.

$$R_i = \alpha + \beta X_i + \theta C_i + f_i + e_i \quad (2)$$

(2) numaralı denklemde R_i , ilişkisel malları (ilişkisel zaman endeksi), C_i , ilişkilerden kaçınma eğilimini, X_i , kontrol değişkenlerini, f_i , ülke sabit etkilerini ve e_i , hata terimini göstermektedir. Kontrol değişkeni olarak Tablo 1’de açıklanan sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik faktörler ve bireysel ve toplumsal özellikler kullanılmıştır. Bağımlı değişken olan ilişkisel zaman endeksi, WVS’deki ilişkisel zaman sorularına verilen cevapların ortalaması alınarak oluşturulduğu için OLS yöntemiyle analizler gerçekleştirilmiştir.

3.2.2. Bulgular

(2) numaralı denklemdeki ilişkilerden kaçınma eğilimi ve ilişkisel mallar arasındaki ilişkinin tahmin sonuçları Tablo 5’te rapor edilmiştir.

Tablo: 5
İlişkilerden Kaçınma Eğilimi ile İlişkisel Mallar Arasındaki İlişkinin Analiz Sonuçları

Değişkenler	Model 1	Model 2	Model 3
Yaş	-0,004*** (0,001)	-0,002 (0,002)	-0,014*** (0,003)
Yaşın Karesi	-0,000 (0,000)	-0,000** (0,000)	0,000*** (0,000)
Gelir	0,000*** (0,000)	0,000*** (0,000)	0,000*** (0,000)
Nispi Gelir	0,012*** (0,002)	0,012*** (0,002)	0,016*** (0,004)
Çocuk	-0,001 (0,002)	-0,003 (0,002)	0,021*** (0,006)
Kadın	-0,198*** (0,006)	-0,204*** (0,008)	-0,021 (0,018)
Evli	-0,057*** (0,008)	-0,056*** (0,010)	-0,069*** (0,020)
İşsiz	-0,087*** (0,010)	-0,093*** (0,012)	-0,099*** (0,038)
İlkokul Mezunu	-0,020* (0,011)	-0,043*** (0,014)	0,034 (0,030)
Ortaokul Mezunu	0,029*** (0,010)	0,020 (0,012)	0,033 (0,027)
Lise Mezunu	0,054*** (0,010)	0,054*** (0,012)	0,027 (0,027)
Üniversite Mezunu	0,091*** (0,010)	0,109*** (0,012)	0,035 (0,025)
Sağlığı İyi Olanlar	0,073*** (0,008)	0,070*** (0,009)	0,102*** (0,022)

İnsanlara Güvenilir	0,068*** (0,008)	0,070*** (0,010)	0,109*** (0,018)
Yüksek Özgürlüğe Sahip	0,044*** (0,009)	0,030*** (0,011)	0,136*** (0,037)
İnsan Haklarına Saygılı Olanlar	0,020*** (0,007)	0,020** (0,009)	0,003 (0,020)
Dindarlık	0,168*** (0,008)	0,122*** (0,010)	0,238*** (0,020)
İlişkilere Kaçınma Eğilimi	-0,100*** (0,011)	-0,099*** (0,014)	-0,131*** (0,039)
Sabit	1,602*** (0,036)	1,202*** (0,186)	0,916*** (0,110)
Gözlem	29,366	18,960	3,990
R-kare	0,224	0,163	0,163
F-Stat	219,1	118,8	41,68
Prob > F	0	0	0

Not: Anlamlılık düzeyi şu şekildedir: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$. Tahminlere ilke sabit etkileri dahil edilmiştir. Parantez içindeki rakamlar standart hataları ifade etmektedir.

Tablo 5'teki sonuçlara göre, ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişkişel mallar üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif yönlüdür. İlişkilere yönelik yüksek eğilime sahip bireyler referans alındığında, ilişkilerden kaçınan bireylerin aile, akrabalar, arkadaşlar ve diğer tanıdıklarıyla daha az vakit geçirdikleri yani ilişkişel mallardan daha az ürettikleri/tükettikleri ifade edilebilir.

Tablo 5'e göre kişi başı reel gelir 35,000\$ altındaki gelişmekte olan ülkelerde, ilişkilere yönelik yüksek düzeyde kaçınma eğilimine sahip bireylerin ilişki kurmaktan endişe duymayan bireylere kıyasla ilişkişel zaman endeksi 0,099 puan azalmaktadır. Kişi başı reel gelir 35,000\$ üstünde olan ülkeler için kaçınma eğiliminin katsayısı -0,131 olarak hesaplanmıştır. Buna göre ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişkişel mallara etkisi kişi reel gelir düzeyi yüksek olan ülkelerde yaşayan bireylerde daha fazladır. Buradan hareketle yüksek kişi başı reel gelire sahip bireyin terk edilme ve reddedilme kaygısıyla yakın ilişki kurmaktan daha fazla kaçınarak sosyalleşmeye yeterince zaman ayırmadığı ve dolayısıyla gelir düzeyi yüksek olsa da ilişkişel mallardan ürettiği/tükettiği düzey düşük olduğundan daha fazla mutlu olamadığı söylenebilir. Aslında bu sonuç, özellikle gelişmiş ülkelerde sosyal hayattan kendini soyutlamış insanların çoğaldığı ve yalnızlığın bir sorun haline geldiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 5'te ilişkilerden kaçınma eğilimi yüksek olan güvensiz insanların ailesine, akrabalarına, arkadaşlarına ve diğer tanıdıklarına daha az zaman ayırdığı belirlenmiştir. Ancak çevresindeki kişilere daha az zaman ayıran insanların ilişkilerden kaçınma eğilimi daha yüksek olabilir. İlişkilere kaçınma eğilimi ile ilişkişel zaman endeksi arasındaki eşanlı ilişki den kaynaklanan ters nedensellik yüzünden içsellik sorunu ortaya çıkabilir. Bu içsellik sorunu, Tablo 4'deki analiz sonuçlarında sapmaya neden olmaktadır. Tutarlı sonuçlar için öncelikle geçerli araç değişkenler belirlemek gerekir. Dünya Değerler Araştırması'nda bireylerin boş zamana ne kadar önem verdiğini gösteren, "Kendinize ayırdığınız boş zamanlar ne kadar önemlidir?" sorusu ve arkadaşlara verilen önemi araştıran, "Dost ve arkadaşlarınız sizin için ne kadar önemlidir?" sorusu araç değişken olarak seçilmiştir. WVS anketinde katılımcıların sorulara verdiği yanıtlar, "1. Çok önemli, 2. Biraz Önemli, 3. Pek Önemli Değer, 4. Hiç Önemli Değer" şeklinde dört şıkta gruplandırılmıştır. Çalışmada her bir şık birer kukla değerşkene çevirerek 3. ve 4. şıklar birleştirilip "Arkadaşlar

Önemli Değil" ve "Boş Zaman Önemli Değil" olarak tanımlanmıştır. Dost ya da arkadaşlarına ve kendine ayırdığı boş zamana yeterince önem vermeyen bireyler, ilişkilere kolaylıkla uyum sağlayıp sağlıklı bir şekilde sürdüremeyen yüksek düzeyde kaçınma eğilimine sahip güvensiz bireylerdir. Dost ya da arkadaşların ve boş zamanın kendisi için önemli olmadığını düşünen birey, genel olarak vaktini çalışarak ya da bireysel olarak geçiren kaçınma eğilimi yüksek bireydir. Dolayısıyla araç olarak seçilen "Arkadaşlar Önemli Değil" ve "Boş Zaman Önemli Değil" değişkenleri ilişkilere kaçınma eğilimi ile ilişkilidir.

Tablo: 6
Seçilen Araç Değişkenlerin Geçerlilik Sınamaları: İlişkilere Kaçınma Eğilimi

		Model 1	Model 2	Model 3
Uygunluk Koşulu	Weak identification test (Cragg-Donald Wald F statistic): (Kleibergen-Paap rk Wald F statistic):	76,260	38,849	16,819
	Stock-Yogo zayıf ID test değerler: % 10 maksimal IV	19,93	19,93	19,93
	% 15 maksimal IV	11,59	11,59	11,59
	% 20 maksimal IV	8,75	8,75	8,75
	% 25 maksimal IV	7,25	7,25	7,25
	F testi değeri	44,66	23,01	4,15
Dışsalılık Koşulu	Hansen J testi Ki-kare istatistiği	1,127	1,316	2,228
	p değeri	0,2884	0,2514	0,1356
İçsellik Sınaması	Durbin Wu-Hausman testinin p değeri	0,0000	0,0000	0,0000
Belirlenen Araçlar	Arkadaşlar Önemli Değil Boş Zaman Önemli Değil			

Tablo 6'ya göre tüm modellerde, Durbin Wu-Hausman testinin p olasılık değeri 0 olarak hesaplanmıştır. Bu testin değeri 0,01 anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için içsellik denklemlerinde bir sorun olduğu ve ilişkilere kaçınma eğiliminin içsel bir açıklayıcı değişken olduğu saptanmıştır. Tablo 6'daki üç modelde de Hansen's J testinin p olasılık değeri 0,1 düzeyinden büyük olduğundan kaçınma eğilimi yerine seçilen araç değişkenlerin dışsal olduğu sonucuna varılmıştır. Model 1 ve Model 2'de Cragg-Donald Wald F istatistiği, Stock-Yogo zayıf ID testinin kritik değerlerinden büyük bulunmuştur. Ayrıca F istatistiği, literatür tarafından önerilen 10 kritik değerinden büyüktür. Bu sonuçlara göre, dünya geneli ve 35,000\$ altındaki gelişmekte olan ülkeler için arkadaşlar önemli değil ve boş zaman önemli araç değişkenleri ile ilişkilere kaçınma eğilimi arasında güçlü ilişki vardır.

Tablo: 7
Araç Değişken Analiz Sonuçları: İlişkilere Kaçınma Eğilimi

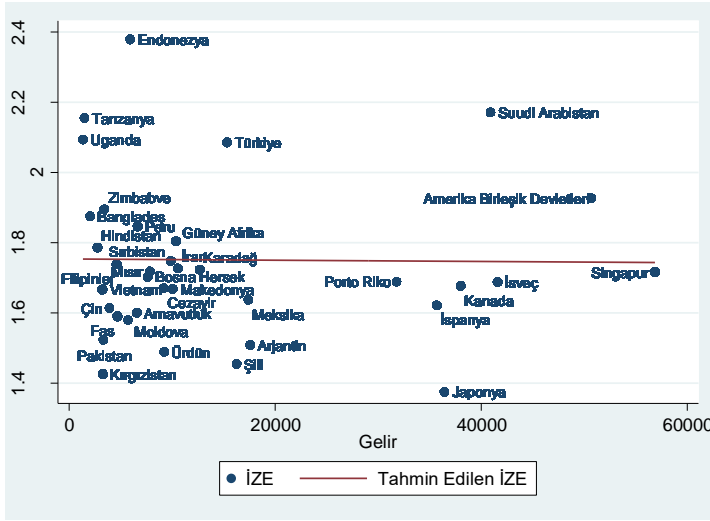
Değişkenler	Model 1		Model 2		Model 3	
	Birinci Aşama	İkinci Aşama	Birinci Aşama	İkinci Aşama	Birinci Aşama	İkinci Aşama
Kaçınma Eğilimi		-4,053*** (0,424)		-4,331*** (0,604)		-3,861*** (1,046)
Boş Zaman Önemli Değil	0,009*** (0,004)		0,005 (0,005)		0,041*** (0,015)	
Arkadaşlar Önemli Değil	0,059*** (0,006)		0,051*** (0,007)		0,066*** (0,024)	
Sabit	0,162*** (0,022)	2,320*** (0,121)	-0,196*** (0,084)	0,580 (0,400)	0,042 (0,042)	1,168*** (0,206)
Gözlem	29,366	29,366	18,960	18,960	3,990	3,990
Prob > F	0		0		0	
Prob > Ki-kare		0		0		0

Not: Anlamlılık düzeyi: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$. Tahminlere kontrol değişkenleri ve ülke sabit etkileri dahil edilmiştir. Parantez içindeki rakamlar standart hataları ifade etmektedir.

Tablo 7'deki 2SLS tahminin birinci aşama sonuçları değerlendirildiğinde, tüm modellerde arkadaşlar önemli değil, model 1 ve model 3'te boş zaman önemli değil araç değişkenlerinin ilişkilerden kaçınma eğilimini olumlu yönde ve anlamlı olarak etkilediği görülmektedir. Dost ya da arkadaşların ve boş zamanın kendisi için önemli olmadığını düşünenlerin, önemli olduğunu düşünenlere kıyasla ilişkilerden kaçınma eğilimi daha yüksektir. İkinci aşama sonuçlarına göre, ilişkilerden kaçınma eğiliminin katsayısı anlamlı ve negatif bulunmuştur. Bu sonuç, dünya genelinde ilişkilerden kaçınma eğiliminin ilişkisel mallar üzerindeki nedensel etkisini doğrulamaktadır. İlişki kurmak daha fazla kaçınan kişilerin ilişkisel mallardan ürettiği/tükettiği düzey daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Regresyon sonuçlarından ilişkilerden kaçınan bireylerin gelir düzeyine göre ilişkisel mallardan ürettiği/tükettiği düzey farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, şekil yardımıyla kişi başı reel gelir düzeyi ile ilişkisel mallar arasındaki ilişki çeşitli ülkeler kapsamında incelenmiştir.

Şekil 1
Dünya Genelinde Kişi Başına Düşen Reel Gelir ile İlişkisel Zaman Endeksi Arasındaki İlişki

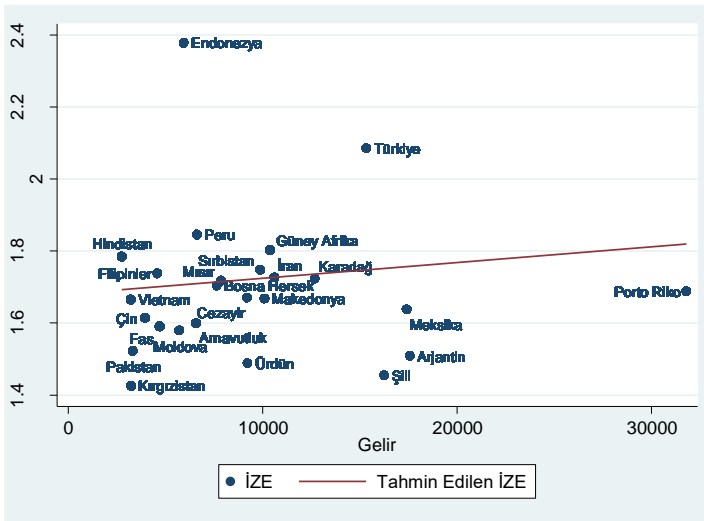


Şekil 1'e⁹ göre dünya genelinde kişi başı reel gelir arttığında ilişkisel zaman endeksinin sabit bir seyir izlediği görülmektedir. Kişi başı gelirin yüksek olduğu ülkelerde genellikle sosyal ilişkilere yeterince zaman ayrılmadığı; kişi başı gelirin düşük olduğu ülkelerde ise tam tersine geniş bir ilişkiler ağına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Kişi başı reel

⁹ OLS regresyonu: $\hat{I}ZE = 1,753[1322,88] - 1,67e-07[-2,68]Gelir$. Kişi başı reel gelir katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır. Gözlem = 52099, Prob >F = 0,0073 ve R-kare = 0,0001.

gelirin oldukça yüksek olduğu Singapur'da, az gelişmiş ülkelere göre ilişkişel malların üretim/tüketim düzeyi daha düşüktür. Özellikle en düşük gelir düzeyine sahip Uganda ve Tanzanya'da, bireylerin aile, arkadaş, akraba ve çevresindeki diğer kişilerle daha sık vakit geçirdiği ve dolayısıyla sosyal bağların güçlü olduğu söylenebilir. Geri kalmış teknolojilerin uygulandığı az gelişmiş ülkelere nüfusun çoğunluğu kırsal alanlarda yaşamakta ve televizyon veya internet başında geçirilen süre az olmaktadır. Ayrıca ortak aile sistemi, sosyal gelenekler gibi yalnızlığı önleyen geleneksel bir toplum yapısına sahip olan bu ülkelere aile, arkadaş, komşu, akraba ilişkilerinin oldukça sıkı olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın çekirdek aile yapısının hâkim olduğu gelişmiş ülkelere özellikle Avrupa'da çocukların anne ve babalarından uzak yerlerde yaşamaları ve yaşlı nüfusun daha fazla olması sosyal bağların kopmasına ve yalnızlığın bir sorun haline gelmesine yol açmıştır. Modern yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak görülen materyalist yaşam tarzı gelişmiş ülkelere insanları sosyal hayattan uzaklaştıran bir diğer nedendir. Maddi varlıklar ile mutlu olabilen materyalist değer eğilimi gelişmiş insanlar, toplumdaki arzulanıkları konumu veya öz saygıyı kazanmak için yüksek miktarda harcama yaparak daha fazla gelir elde etmek istemektedirler. Böyle bir kültüre sahip yetişen insanlar, ailesine ve arkadaşlarına sosyal olarak zaman ayırmazlar. Bu bağlamda Şekil 1'de görüldüğu üzere, gelir gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelere çevreden soyutlanmış yalnız bireylerin çoğalmasına ve dolayısıyla ilişkişel malların üretim/tüketim düzeyinin azalmasına önleyememektedir.

Şekil: 2
35,000\$ Altındaki Gelişmekte Olan Ülkelerde Kişi Başına Düşen Reel Gelir ile İlişkişel Zaman Endeksi Arasındaki İlişki



Şekil 2'ye¹⁰ bakıldığında, gelişmekte olan ülkelerde kişi başı reel gelir arttığında ilişkişel zaman endeksinin arttığı görülmektedir. Buna göre, gelir düzeyinin yüksek olduğu gelişmekte olan ülkelerde aile, arkadaş ve diğer tanıdıklarla birlikte sohbet etmek veya sosyal etkinliklere katılmak için yeterince vakit ayrılmaktadır. Şekilde göze çarpan bir sonuç, haftalık çalışma saatinin yüksek olduğu Şili'de ilişkişel zaman endeksinin oldukça düşük olmasıdır. Bu bulgu, Moldova, Ürdün, Fas, Pakistan, Makedonya gibi ülkelere kıyasla kişi reel geliri yüksek olan Şili'de, bireyler sosyalleşmeye ayrılan vakit için yüksek fırsat maliyetine sahip insanlarla ilişkiler geliştirmeye eğilimli olduğu ve vakitlerinin çoğunluğunu bireysel olarak geçirdiği anlamına gelmektedir. Endonezya'da ise kişi başı reel gelir düzeyinin düşük olmasına rağmen sosyal ilişkilere ayrılan zamanın ve bununla bağlantı olarak ilişkişel malların üretim/tüketim düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. Endonezya'da kişi başı reel gelirden bağımsız olarak aile, arkadaşlar, akrabalar ve komşular arasındaki ilişkilerin güçlü ve bu ilişkilerde yakınlık, katılım ve tatmin düzeyinin yüksek olduğu ifade edilebilir. Şekilde göze çarpan bir diğer sonuç, Türkiye'nin Endonezya'dan sonra ilişkişel zaman endeksinin en yüksek olduğu ülke olmasıdır. Türkiye'de, sosyal yaşamdan soyutlanmış ilişkilerden ziyade geniş ilişkiler ağına sahiptir ve Batı toplumları gibi çekirdek aile özellikleri değil, geleneksel aile özellikleri söz konusudur. Modern ve geleneksel kültürün bir arada yaşandığı Türkiye'de ilişkişel benlik yüksek olduğu için beraberlik ve birliğe özellikle aileye değer verilir. İnsanlar genel olarak duyarlı, samimi ve arkadaş canlısıdır ve onlarla kolaylıkla iletişime geçilir. Bu anlamda materyalistik değerlere yüksek ölçüde önem verilmediği Türkiye'de başkalarıyla geçirilen zaman fazladır. Genel olarak Şekil 2'den yüksek kişi başına düşen reel gelir düzeyinin ilişkişel malların üretiminde/tüketiminde artışa yol açtığı söylenebilir.

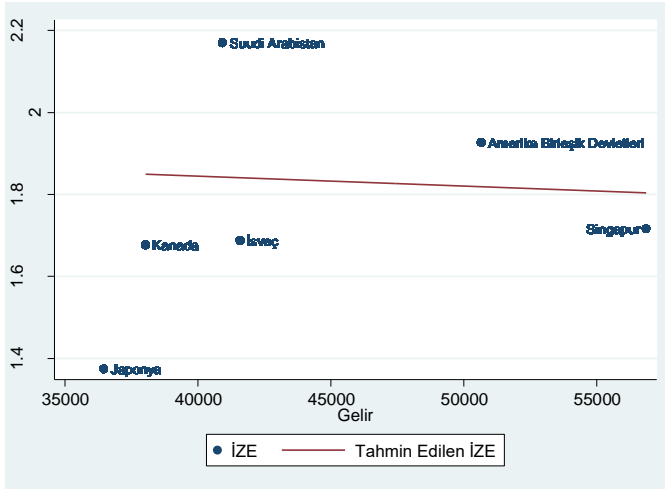
Şekil 3'e¹¹ göre kişi başına düşen reel gelir ve ilişkişel zaman endeksi arasında negatif ilişki gözlenmiştir. Başka bir deyişle, artan gelir ilişkişel zaman endeksi artışına neden olmamıştır. Kişi reel gelirin yüksek olduğu ülkelerde bireyler sosyal yaşam içinde başkalarıyla yeterince vakit geçirmedikleri ve sosyal ağlarında küçülme yaşadıkları ifade edilebilir. Özellikle haftalık ortalama çalışma saati OECD'nin üstünde yer alan Japonya'da, insanların sosyal olarak izole bir hayat yaşadıkları ve yakınlarına zaman ayırmak yerine uzun süreler çalıştıkları anlaşılmaktadır. Haftalık ortalama çalışma saatinin az olduğu Kanada, İsveç ve İspanya'da aile, akrabalar, arkadaşlar ve diğer tanıdıklar ile daha sık vakit geçirilmesi beklenirken, Şekil 3 aksine insanların gün geçtikçe yalnızlığa sürüklendiği görülmektedir. Bireyci kültürel değerlerin hâkim olduğu bu ülkelerde çoğu bireyin aile, iş veya yakın çevresi ile herhangi bir sosyal ilişkisi yoktur ve dolayısıyla bireysel olarak yapabilecekleri etkinliklere ağırlık vermektedirler. Şekil 3'te dikkat çeken bir sonuç, kişi başına düşen reel gelirin yüksek olduğu Suudi Arabistan'da ilişkişel zaman endeksinin en yüksek olduğu ülke olmasıdır. Kapalı bir toplum yapısına sahip ülkede, aile içi ilişkilerin ve

¹⁰ OLS regresyonu: $\hat{ZE} = 1,687[883,24] + 4,05e-06[21,58]$ Gelir: Kişi başı reel gelir katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır. Gözlem = 36693, Prob >F = 0,0000 ve R-kare = 0,0131.

¹¹ OLS regresyonu: $\hat{ZE} = 1,941[156,41] - 2,41e-06[-10,10]$ Gelir: Kişi başı reel gelir katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır. Gözlem = 7160, Prob >F = 0,0000 ve R-kare = 0,0082.

sosyal bağların güçlü olduğu ve yüksek gelirin ilişkisel malların üretim/tüketim düzeyini olumlu etkilediği söylenebilir.

Şekil: 3
35,000\$ Üstündeki Ülkelerde Kişi Başına Düşen Reel Gelir ile İlişkisel Zaman Endeksi Arasındaki İlişki



4. Sonuç

İktisat biliminde, davranışsal yaklaşımlarla birlikte karşılıklı ilişki içinde olan insanların paylaştıkları duyguları insan doğasının bir parçası olabileceği kabul görmeye başlamıştır. Özellikle sön dönemde mutluluk ekonomisi alanında, ilişkisel mallar olarak adlandırılan sosyal onay, beğenilme, dostluk ve arkadaşlık duygusu gibi kişiler arası ilişkilerde ortaya çıkan faydalar mutluluğun önemli belirleyicisi olarak değerlendirilmektedir. Donati (2014)'ye göre ilişkisel mallar, başka insanlar tarafından kabul edilme ya da bir gruba ait olma duygusu ve sevgiyi içeren sosyal düzeyli ihtiyaçları karşılar. Psikolog ve sosyologlar açısından bu ihtiyaçlar, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üçüncü seviyesindeki yeme, içme ve barınma gibi temel insani ihtiyaçlardan birisidir. Zaman içinde yakın çevre ile kurulan olumlu arkadaşlık ve aile ilişkileri, bu tür gereksinimleri gidererek insanın sosyalleşmesine ve mutlu olmasına olanak tanır.

Günümüzde insanların yakın çevresiyle ilişki kurması ve bu ilişkileri sürdürmesi oldukça maliyetlidir. Çoğu insan için bireysel olarak vakit geçirmek ya da çalışmak daha cazip gelmektedir. Bu nedenle gelir yüksek olsa da ilişkilere (ilişkisel malların üretimine/tüketimine) ayrılan zamanın azalması toplumların daha fazla mutlu olmasını önlemektedir. Çalışmada bu olumsuz durum, Dünya Değerler Araştırması'nın dördüncü dalgası kullanılarak bağlanma kuramıyla ampirik olarak araştırılmıştır.

Analiz sonucuna göre, dünya genelinde ailesi, arkadaşları, akrabaları ve çevresindeki diğer kişilerle birlikte daha sık zaman geçiren (ilişkişel mallardan elde ettiği fayda daha yüksek olan) insanların daha yüksek mutluluğa sahip olduğu görülmüştür. Ancak küçük yaşta tatmin edilmemiş psikolojik gereksinimlerin bir sonucu olarak ilişkişlerden kaçınma eğilimi yüksek olan bireylerin ailesi, arkadaşları ve diğer tanıdıklarıyla bir araya gelip sohbet etmek veya bir etkinliğe katılmak için ayırdığı zamanın azaldığı belirlenmiştir. Sosyal ve kişisel ilişkişlerden kaçınan güvensiz bağlanmaya sahip insanların ilişkişel mallardan ürettiği/tükettiği düzey düşük olduğu için mutluluklarının daha yüksek olmadığı ifade edilebilir.

Analiz bulgularında göze çarpan bir sonuç, 35,000\$ gelir düzeyi sonrası kişi başı reel gelirin mutluluğu olumsuz yönde etkilemesidir. 35,000\$ gelir düzeyine kadar kişi başı reel artışı beraberinde mutluluk artışı getirmiştir. Ancak belli bir eşiği aşıldığında, gelir insanların mutlu olmasını sağlamamaktadır. Bu sonuç aslında, belli bir gelişmişlik düzeyi sonrası (genellikle gelişmiş ülkelerde) gelirdeki artışın mutlulukta ek bir artışa neden olmadığı yani gelir-mutluluk paradoksunun bir göstergesidir.

Analiz sonucunda, ilişkişlerden kaçınma eğiliminin ilişkişel mallar üzerindeki olumsuz etkisi, 35,000\$ üstündeki ülkelerde yaşayan bireylerde daha fazla olduğu bulunmuştur. Yüksek gelire sahip bireylerin sosyal ve kişisel ilişkişlerden daha fazla kaçındıkları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, bebeklikte ebeveynlerinin duyarsız ve tutarsız olarak davranmasıyla gelişen güvensiz bağlanma ilişkişinin sonucunda bireyler, çevresindekilerle vakit geçirmek yerine onlarla rekabet etmek için materyaller satın almaya yönetmektedir. Böylece yeni kimlikler edinmeye çalışarak topluma karşı kendilerini ifade ettiklerini düşünürler. Materyalleri insanların üzerinde değer veren bu bireylerin ebeveynleri de genellikle materyalizme eğilimleri yüksektir. Maddiyatçı bir yaşam tarzını benimseyen ebeveynler ise bencillik, kıskançlık, ayrımcılık, güvensizlik, duyarsızlık gibi kişilik özellikleri ön planda olduğundan çocuklarının psikolojik gereksinimleri (ilgi, sevgi, şefkat vb.) yeterli düzeyde karşılayamazlar. Bu çocuklar başkalarının güvenilir ve ulaşılabilir kişiler olmadığını; kendilerinin ise sevmeye ve desteklenmeye değer olmadığını inanarak güvensiz bağlanan bireyler olarak yetişmektedir. Kısır döngü içinde olan ve birbirini tetikleyen bu durumlar, genel olarak bireyci kültürel değerlere sahip "ben" bilincinin baskın olduğu gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla gelişmiş ülkelerdeki güvensiz bağlanmaya sahip bireylerin gelirleri yüksek olsa da kendilerini sosyal yaşamdan soyutladıkları, başka bir deyişle ilişkişlerden kaçınma eğilimleri yüksek olduğu için dostluk duygusu, sevgi, kabul görme, beğenilme gibi paylaştıkları ortak değerler azdır ve dolayısıyla mutluluk düzeyleri yüksek değildir. Bu anlamda çalışma, ampirik olarak gelir-mutluluk paradoksu için bağlanma kuramı kapsamında ek bir açıklama sunmaktadır.

Çalışmada gelir, ilişkişel mallar ve mutluluk arasında ilişki araç değişken yöntemi kullanılarak da ele alınmıştır. İlk olarak ilişkişel mallar için vekil olarak kullanılan ilişkişel zaman endeksi değişkeninin içselliliği dikkate alınarak, ailesine, arkadaşlarına, akrabalarına ve çevresindeki diğer kişilere (ilişkişel mallardan üretmek/tüketmek) için daha fazla zaman ayıran bireylerin daha yüksek mutluluğa sahip olduğu ortaya konmuştur. İlişkişlerden

kaçınma eğiliminin içsellığı de değeriendirilerek, sosyal ve kişisel ilişkilerden daha fazla kaçınan bireylerin ilişkişel mallardan üretmek/tüketmek için daha az zaman ayırdığı sonucuna varılmıştır. İlişkişel mallardan kaçınma eğiliminin ilişkişel malların üretimine/tüketimine ayrılan zamanı dışladığını ve geliri yüksek olan bireylerin yüksek mutluluk düzeyine erişimini önlediğı nedensel mekanizmalarla da belirlenmiştir.

Çalışmada şekil yardımıyla gelir ile ilişkişel mallar arasındaki ilişkinin incelenmesi sonucunda, kişi başına düşen reel gelir düzeyi arttığında dünya genelinde ilişkişel malların sabit bir seyir izleyerek bu artışa eşlik etmediğı gözlenmiştir. Gelirin oldukça düşük olduğu ülkelerde insanların çevresiyle daha sık vakit geçirdiğı ve bununla bağlantı olarak aile yapısının ve sosyal bağlarının güçlü olduğu ortaya çıkmıştır. Gelirin yüksek olduğu ülkelerde ise insanların çevresindekilere yeterince vakit ayırmadıkları ve bu nedenle sosyal ağları küçülerek toplumdaki uzak bir hayat yaşadıkları görülmüştür. Bulgular, yaşam standartlarının yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde güçlü ekonomi ve istikrarlı demokrasiye karşın sosyal yaşam içindeki iletişimin sınırlı ve aile bağlarının zayıf olduğunu göstermektedir. Bu ülkelerde çoğu insanın ailesi, arkadaşları veya yakın çevresiyle bağının olmadığı ve gün geçtikçe yalnızlaştığı söylenebilir. Az gelişmiş ülkelerde, genel olarak haftalık ortalama çalışma saati OECD'nin üstünde olduğu için sosyalleşmeye ayrılan zamanın az olması beklenirken; geniş bir ilişkiler ağına sahip olunduğı anlaşılmaktadır.

Çalışma, insanların daha mutlu bir hayat sürdürmesi için politika yapıcılara bulgular sunar. Bu doğrultuda işe kısa sürede geliş gidişi sağlayan trafik düzenlemeleri yapılarak ve çevre veya yaya dostu yeşil alanlar için yatırımlarda bulunarak zaman kaybı, kentsel yığılma, çevre kirliliğı gibi ekonomik ve kişisel maliyetleri minimize eden şehir planlaması yapılabilir. Yerleşim yerlerine yakın yaya ve bisiklet yolları, park alanları gibi bireylerin ilişkiler kurmasına ve birlikte keyifli vakit geçirmesine yardımcı olacak projelere yatırımlar artırılabilir. Özellikle kültürel ve sanatsal faaliyetlerin gerçekleştirilebileceğı alanların sayısı artırılabilir.

Haftalık çalışma saatinin yüksek olması, bireylerin sosyal etkinliklere katılmasının önünde önemli bir engeldir. Uzun çalışma saatlerini azaltacak çalışma koşulları ve işyerinde de ilişkiler geliştirmeyi kolaylaştıracak kulüpler, tartışma grupları vb. organizasyonlar için destek programları geliştirilebilir. Uzun çalışma saatleri bireylerin aile bağlarının zayıflamasına da neden olmaktadır. Güçlü aile bağları için yarı zamanlı çalışma seçenekleri sunacak ve annelerin doğum sonrası izin sürelerini uzatacak düzenlemeler yapılmalıdır. Uzun evliliklerde ilişkileri güçlendirmek için bireylerin iletişim kurma ve sorun çözüme becerilerini geliştirmeye yönelik aile danışmanlığı uygulaması artırılabilir.

Batı kültürü gibi bireyci kültürel değerlere sahip toplumlarda insanları yalnızlığa iten materyalist değerlerin gelişimini önleyebilmeye yönelik uygun programlar geliştirilebilir. Toplum genelinde materyalizmi tetikleyen faktörlere ilişkin farkındalığa artırmak için eğitimler verilebilir. Materyalist eğilimleri sahip ebeveynlerin ise güvenli bağlanmaya stili içinde sınıflandırılan çocuklar yetiştirmeleri için duygu, düşünce ve davranışlarına yön verecek psikososyal destek programları oluşturulabilir.

Kaynaklar

- Ainsworth, M. et al. (1978), *Patterns of Attachment: A Psychological Study of the Strange Situation*, New York, Psychology Press.
- Bartholomew, K. & L.M. Horowitz (1991), "Attachment Styles among Young Adults: A Test of a Four-Category Model", *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226-244.
- Becchetti, L. et al. (2008), "Relational Goods, Sociability, and Happiness", *Kyklos*, 61(3), 343-363.
- Becchetti, L. et al. (2011), "Income, Relational Goods and Happiness", *Applied Economics*, 43(3), 273-290.
- Becchetti, L. et al. (2012), "The Relationship between Social Leisure and Life Satisfaction: Causality and Policy Implications", *Social Indicators Research*, 108(3), 453-490.
- Becchetti, L. et al. (2019), *The Microeconomics of Wellbeing and Sustainability: Recasting the Economic Process*, London, Academic Press.
- Belk, R.W. (1984), "Three Scales To Measure Constructs Related To Materialism: Reliability, Validity, And Relationships To Measures of Happiness", *Advances in Consumer Research*, 11, 291-297.
- Belk, R.W. (1985), "Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World", *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265-280.
- 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.
- Bruni, L. & L. Stanca (2008), "Watching Alone: Relational Goods, Television and Happiness", *Journal of Economic Behavior & Organization*, 65(3-4), 506-528.
- Bruni, L. (2010), "The Happiness of Sociality. Economics and Eudaimonia: A Necessary Encounter", *Rationality and Society*, 22(4), 383-406.
- Donati, P. (1986), *Introduzione Alla Sociologia Relazionale*, Milan, Franco Angeli.
- Donati, P. (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.
- Dumludağ, D. (2014), "Fayda, Mutluluk ve Refah", içinde: A.F. Aysan & D. Dumludağ (eds.), *Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar* (365-386), Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Erdoğan, M. (2016), *Davranışsal İktisat Açısından Lüks Tüketim, Materyalizm, Sosyo-Ekonomik Statü ve Dini Değerler*, Bursa, Ekin Yayınevi.
- Ger, G. & R.W. Belk (1996), "Cross-Cultural Differences in Materialism", *Journal of Economic Psychology*, 17(1), 55-77.
- Gui, B. (1987), "Eléments Pour Une Définition D'économie Communautaire", *Notes Et Documents*, (19-20), 32-42.
- Gui, B. (2005), "From Transactions to Encounters: The Joint Generation of Relational Goods and Conventional Values", in: B. Gui & R. Sugden (eds.), *Economics and Social Interaction: Accounting for Interpersonal Relations* (23-51), Cambridge University Press.
- Gui, B. (2013), "Relational Goods", in: L. Bruni & S. Zamagni (eds.), *Handbook on the Economics of Reciprocity and Social Enterprise* (295-305), Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Hazan, C. & P. Shaver (1987), "Romantic Love Conceptualized As an Attachment Process", *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511-524.
- Karagülle, A.E. & B. Çaycı (2014), "Ađ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma", *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 4(1), 1-9.
- Kasser, T. & V.G. Kasser (2001), "The Dreams of People High and Low in Materialism", *Journal of Economic Psychology*, 22(6), 693-719.
- Main, M. et al. (1985), "Security in Infancy, Childhood, and Adulthood: A Move to The Level of Representation", *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 50(1-2), 66-104.
- Mikulincer, M. & P.R. Shaver (2005), "Attachment Theory and Emotions in Close Relationships: Exploring the Attachment-Related Dynamics of Emotional Reactions to Relational Events", *Personal Relationships*, 12(2), 149-168.
- Nappo, N. (2010), "Relational Goods and the Well-being of People Working in Italian Social Cooperatives", *Rivista Internazionale di Scienze Sociali*, 118(4), 449-474.
- Neyse, L. & F. Exadaktylos (2014), "Davranışsal İktisat, Sosyal Sermaye ve Kalkınma", içinde: A.F. Aysan & D. Dumludağ (eds.), *Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar* (413-432), Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Nussbaum, M.C. (1986), *The Fragility of Goodness: Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Pugno, M. (2009), "The Easterlin Paradox and The Decline of Social Capital: An Integrated Explanation", *The Journal of Socio-Economics*, 38(4), 590-600.
- Richins, M.L. & S. Dawson (1992), "A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation", *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316.
- Scitovsky, T. (1976), *The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction*, Oxford, Oxford University Press.
- Siegel, D.J. (1999), *The Developing Mind: How Relationships and the Brain Interact to Shape Who We Are*, New York, The Guilford Press.
- Stanca, L. (2016), "Happiness and New Media", in: L. Bruni & P.L. Porta (eds.), *Handbook of Research Methods and Applications in Happiness and Quality of Life* (467-482), Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Sugden, R. (2005), "Fellow-Feeling", in: B. Gui & R. Sugden (eds.), *Economics and Social Interaction: Accounting for Interpersonal Relations* (52-75), Cambridge University Press.
- Sümer, N. et al. (2020), *Anne Duyarlılığı ve Çocuklarda Bağlanma*, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları.
- Uhlener, C.J. (1989), "'Relational Goods' and Participation: Incorporating Sociability into a Theory of Rational Action", *Public Choice*, 62(3), 253-285.
- Uhlener, C.J. (2014), "Relational Goods and Resolving the Paradox of Political Participation", *Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi*, 14, 47-72.
- William, J.B. & W.G. Bowen (1966), *Performing Arts-The Economic Dilemma*, New York, The Twentieth Century Fund.

Altun-Erdoğdu, K. & T. Göksele (2024), “Bağlanma Kuramı Kapsamında İlişkişel Mallar, Gelir ve Mutluluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Sosyoekonomi*, 32(61), 369-399.

Wooldridge, J.M. (2013), *Ekonometriye Giriş: Modern Yaklaşım*, Çeviri Editörü: E.Ç. Akay, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Yoo, J. et al. (2021), “Does Materialism Hinder Relational Well-Being? The Role of Culture and Social Motives”, *Journal of Happiness Studies*, 22(1), 241- 261.

Altun-Erdoğdu, K. & T. Göksel (2024), "Bağlanma Kuramı Kapsamında İlişkisel Mallar, Gelir ve Mutluluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Sosyoekonomi*, 32(61), 369-399.