

## Covid-19 Salgınının Mutluluğun Üç Boyutu Üzerine Etkileri\*

### *The Effects of the Covid-19 Pandemic on the Three Dimensions of Happiness*

Berivan ÖZAY\*\*, M. Şükrü MOLLAVELİOĞLU\*\*\*, Necati AYDIN\*\*\*\*

Doi: 10.32739/usmut.2023.8.14.88

#### Öz

İktisat genel bir ifade ile bireylerin refahının nasıl artırılacağı sorunsalı üzerinde durmaktadır. Bu ise Neo-klasik iktisat düşüncesi açısından, tüketicilerin fayda maksimizasyonu, üreticilerin ise kâr maksimizasyonu amacıyla hareket etmeleriyle sağlanmaktadır. Üreticiler ile tüketicilerin bunu sağlamaya çalışırken rasyonel davrandıkları kabul edilmektedir. Bu açıdan kısaca serbest piyasa sisteminin hazları maksimum kılmakla, insanı mutlu kılabilceği varsayımı üzerinde durduğu ifade edilebilir. Ancak mutluluğun tek kaynağının bu haz duygusuna bağlı olmadığı, bunun yanında hayata ilişkin anlam ve mana boyutlarının da mutluluğu artırıcı etkileri olduğu düşünülmektedir. Easterlin Paradoksu ve Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisinin üst katmanları buna ilişkin bir takım önemli ipuçları sağlamaktadır. Bu çalışmada, Covid-19 salgınının mutluluğun boyutları üzerindeki etkisi incelenmektedir. Mutluluğun boyutları olarak haz (hedonik), mana (eudeimonik) ve maneviyat (g-donik) boyutları ele alınmaktadır. Van ili örneğinden hareketle anket çalışması yapılmış, elde edilen veriler Regresyon, Korelasyon ve Anova testi ile değerlendirilmiştir. Bulgular maneviyatı yüksek bireylerin salgının ağır psikolojik etkilerinden çok fazla etkilenmediğini, geleceğe karşı daha az kaygılı olduklarını, lüks tüketim alışkanlıklarının fazla olmadığını, salgın sürecinde harcama eğilimlerini azalttıklarını göstermektedir. Hazcı bireylerin salgının yıkıcı etkilerinden en fazla etkilenen bireyler olduğu sonucuna ulaşılrken, mutluluğun anlam boyutundaki bireylerin salgının olumsuz etkilerinden, maneviyat boyutundaki bireylerden daha fazla etkilendiği ancak hazcı bireylerden nispeten daha az etkilendiği elde edilen bulgulardandır.

#### Anahtar Kelimeler:

Mutluluk, İktisat, Easterlin Paradoksu, Covid-19 Salgını

#### Abstract

In general, economics focuses on the problem of how to increase the welfare of individuals. In terms of Neo-classical economics, this is achieved by consumers acting for utility maximization and producers acting for profit maximization. It is accepted that producers and consumers act rationally while trying to achieve this. In this respect, it can be briefly stated that the free market system emphasizes the assumption that it can make people happy by maximizing pleasures. However, it is thought that the only source of happiness is not dependent on this sense of pleasure, besides, the meaning and meaning dimensions of life have happiness-enhancing effects. The Easterlin Paradox and the upper layers of Maslow's hierarchy of needs provide some important clues in this regard. In this respect, this study examines the effect of the Covid-19 epidemic on the dimensions of happiness. The dimensions of happiness are pleasure (hedonic), mana (eudeimonik) and spirituality (g-donic) dimensions. Based on the Van province sample, a survey was conducted and the data obtained were evaluated with Regression, Correlation and Anova tests. The findings show that individuals with high spirituality are not affected by the heavy psychological effects of the epidemic, they are less worried

\* Bu Çalışma Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından SYL-2019-8548 proje kodu ile desteklenen "Mutluluk İktisadının Haz, Anlam ve Maneviyat boyutlu Değerlendirilmesi: Van ili Örneği" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\*\* Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, Doktora Öğrencisi, bericanozay70@gmail.com,  
ORCID ID:0000-0002-2644-4211.

\*\*\* Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, Prof. Dr., m\_sukru@hotmail.com,  
ORCID ID: 0000-0002-0633-4525.

\*\*\*\* Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, Prof. Dr., dr.necatiaydin@gmail.com,  
ORCID ID:0000-0001-9828-6382.

about the future, their luxury consumption habits are not much, and they reduce their spending tendencies during the epidemic. While it was concluded that hedonistic individuals were the individuals most affected by the devastating effects of the epidemic, it is one of the findings that individuals in the meaning dimension of happiness were more affected by the negative effects of the epidemic than individuals in the spiritual dimension, but relatively less affected by hedonistic individuals.

**Keywords:**

Happiness, Economics, Easterlin Paradox, Covid-19 Outbreak

## GİRİŞ

Mutluluk kavramı üzerine sayısız tanım ve görüş bulunmaktadır. Mutluluk kavramı üzerine düşünen ilk filozoflardan Democritus (M.Ö. 460-370) mutlu bir hayatı keyif alınan bir hayat olarak tanımlarken, Sokrates (M.Ö. 469-399) erdemli ve doğru olmanın insanı mutluluğa ulaştıracağını, mutluluğun ahlaklı olmak üzerine inşa edileceğini savunmuştur (Cevizci, 2002). Kyrene okulunun kurucusu ve Sokrates'in öğrencisi Aristippus'a (M.Ö. 435-355) göre ise mutluluk kaynağı bireyin kendine zevk veren eylemlerin ardından gitmesidir (Akarsu, 1982). Aristippus'un mutluluk tanımında Sokrates'ten farklı olarak hedonist yaklaşım söz konusudur. Mutluluk kavramı hedonistlere göre bireye zevk veren anların toplamı olarak tanımlanmaktadır (Diener, Scollon, Lucas, 2004). Türk Dil Kurumunun yaptığı tanımlamaya göre ise mutluluk, "Bütün özlemlere eksiksiz ve sürekli olarak ulaşılmaktan duyulan durum, olgunluk, saadet ve bahtiyarlıktır" (TDK, 2005). Psikoloji biliminde mutluluk, bir diğer ifadeyle "öznel iyi oluş" sevgi, memnuniyet, neşe veya zevk ile nitelendirilen duygusal ve zihinsel durumdur. Öznel iyi oluş (subjective well being) kavramı duygusal ve bilişsel bileşen olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Duygusal bileşen, neşe, ümit, güven, gurur gibi olumlu duygulardan ve üzüntü, öfke, nefret, pişmanlık gibi olumsuz duygulardan oluşmaktadır, Bilişsel bileşen ise genel anlamda tüm yaşantıların doyumunu olarak tanımlanan yaşam doyumundan oluşmaktadır (Myers ve Diener, 1995). Ancak daha sonraki çalışmalarda öznel iyi oluş kavramının dört kısımdan oluştuğu sonucuna varılmıştır. Bunlardan biri olumsuz ve olumlu duyguların birbirinden bağımsız değerlendirilmesi gerektiği düşüncesidir. Diğerleri ise, evlilik, iş sağlık, boş vakit gibi kavramları kapsayan ilgi alanı memnuniyetinin (Domain Satisfaction) ayrı bir bileşen olarak öznel iyi oluş kavramına eklenmesidir (Diener, Scollon ve Lucas, 2004).

Mutluluğun iktisat bilimindeki yeri, Jeremy Bentham'ın hazcılık düşüncesinin J. S. Mill tarafından iktisadi düşünceye eklenmesi ile büyük ölçüde başlamış ve Neo-Klasik iktisadın tüketicinin temel amacının fayda maksimizasyonu olduğu varsayımı ile daha da güçlenmiştir. İktisadi unsurlar ile mutluluk arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik çalışmalar her geçen gün artmaya başlamıştır. Bu alandaki önemli çalışmalardan biri Richard Easterlin'in (1974) yılında yayınladığı çalışmadır. Bu çalışmanın bulguları bireylerin gelirleri ile mutlulukları arasında düşünüldüğü gibi fazla bir bağın bulunmadığını ortaya koymuştur (Easterlin, 1974). Easterlin (1974) çalışmasında mutlak gelirin mutluluk seviyesini bir miktar yükselttiğini ancak bu seviyeden sonra elde edilen maddi kazanımların ve yükselen gelirin sanıldığı gibi mutluluk getirmediğini belirtmiştir. Easterlin bu savına gerekçe olarak, temel ekonomik modellerin hep daha fazla para kazanmaya bu durumun da fazla tüketim ve faydayı arttırma iç güdüsü ile bir noktadan sonra kişileri tatmin olmama noktasına sürüklemesini göstermektedir Easterlin (1974). Easterlin (1995) diğer bir çalışmasında bireylerin gelirlerindeki artışın, mutluluğu arttırmadığını, ülkelerin ekonomilerinde sağlanan büyü-

menin sanıldığı gibi ülke insanların mutluluğunu artıracığı anlamına gelmediğini ifade etmiştir (Easterlin, 1995). Frey ve Stutzer (2002) yaptıkları çalışmada temel ihtiyaçlarının karşılanması konusunda sıkıntı yaşayan bireylerin gelirlerinde bir artış olması durumunda mutluluk üzerinde önemli bir etki yarattığını ve bu bireylerin mutluluk seviyelerinin arttığı belirtmişlerdir. Ancak temel ihtiyaçlar giderildikten sonra gelirden oluşan bir artışın mutluluk seviyesinde ya çok küçük bir etki yarattığını ya da etkili olmadığını ifade etmişlerdir (Frey ve Stutzer, 2002). Layard (2005) çalışmasında zengin ve yoksul ülkelerin mutluluk ve gelir ilişkilerini incelemiş ve 15.000 doları eşik değer olarak kullanmıştır. Layard'a göre 15.000 dolar eşik aşığındaki ve yukarısındaki ülkelerde gelirin mutluluk üzerinde yarattığı etki farklılık göstermektedir (Layard, 2005: 149). Carbonell (2005) yaptığı çalışmada ise ülkedeki zenginlerin yoksullara oranla mutluluk seviyelerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmış, bundan dolayı zengin ülkelerin fakir ülkelere göre daha mutlu oldukları çıkarımında bulunmuştur (Carbonell, 2005: 999). Şeker (2011) çalışmasında bireyin yaşamında mutlu olup olmadığı ve mutluluk hissedip hissetmediği, kendisine mutluluk getirecek değerlerin gerçekleşme düzeyinin belirlediğini ifade etmektedir (Şeker, 2011). Veenhoven ve Dumludağ'ın (2015) çalışmasına göre gelir ve mutluluk ilişkisi iktisat politikalarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Çalışma, hükümetler tarafından yapılan politikaların ülkede büyümeyi sağlama amacından önce gelir dağılımını iyileştirmeyi öncelik haline getirilmesi gerekliliğini savunmaktadır (Veenhoven ve Dumludağ, 2015: 206). Literatürde Covid-19 salgını ve mutluluk ilişkisini ele alan benzer çalışmalara bakıldığında Shams ve Kadow (2022) yılında "Covid-19 and Subjective Well-Being in Urban Pakistan in the Beginning of the Pandemic: A Socio-Economic Analysis" adlı çalışmalarında Pakistan'ın kentsel bölgelerinde Covid-19 ve öznel iyi oluş ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim düzeyleri farklı bireyler ile yapılan anket çalışmasının amacı pandemi sırasında öznel iyi oluşun en çok hangi grupları etkilediğini ölçmektir. Yapılan anket sonuçlarına göre Covid-19 salgını ile beraber öznel iyi oluşun evli çiftler, işsizler, erkekler ve yaşlılar arasında düştüğü ancak beklenmedik şekilde yüksek gelire sahip hanelerin yoksul hane halklarına göre enflasyon ve karantina sebebiyle yoksulluğa düşme korkusu yaşadıkları için mutluluk seviyelerinin çok daha fazla düştüğü bulgularına ulaşılmıştır (Shams ve Kadow, 2022). Karani, Desphande, Mall ve Jayswall (2022) yılında "Testing the link Between Psychological Contract, Innovative Behavior and Multidimensional Well-Being During the COVID-19 Pandemic" isimli çalışmalarında Hindistan'da farklı kurum ve farklı kapasitelerde çalışan 258 katılımcıyla Covid-19'un mutluluk, işe bağlılık ve zihinsel sağlık üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılarak test edilen modelde elde edilen bulgulara göre Covid-19 psikolojik sözleşme ihlalini, yenilikçi davranışı ve mutluluğu olumsuz yönde etkilemiştir. Özellikle evden çalışanlara kıyasla dışarıda çalışan bireylerde olumsuz etkilerin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmaya göre Covid-19 etkisiyle sosyal ve finansal belirsizlik refah ve mutluluğun azalmasına neden olmuştur (Karani, Desphande, Mall, Jayswall, 2022).

Psikologlar mutluluk ile ilgili verileri bireylerin memnuniyet kaynaklarını araştırmada kullanırken, ekonomistler bireylerin tüketim tercihleri ve fayda maksimizasyonu ile ilgili varsayımlar üzerinde bulunmak için kullanılmaktadırlar (Aydın, 2014). Literatürde özellikle mutluluk-gelir ilişkisi daha fazla incelenmiştir (Karabulut, 2017). Genel itibarıyla bilim adamları mutluluk ve gelir ilişkisinin pozitif yönde olduğunu kabul etmektedir. İktisat biliminde fayda ve fayda maksimizasyonu amacı bu düşünce doğrultusundadır. İnsanlar bu

sebeple fazla tüketimi ve fazla serveti daha az olana tercihte bulunarak faydalarını maksimize etme amacıyla hareket etmektedir. Bu noktada iktisat bilimindeki azalan fayda kuramı birtakım şüphelere sebep olsa da daha fazlasına sahip olan bireyin toplam faydasının da artacağı kabul görmektedir. Bu çalışmada mutluluğun belirleyeni üç boyutlu olarak ele alınmaktadır. Maslow ihtiyaçlar hiyerarşinin üst katmanları ve Easterlin çalışmaları dikkate alınarak bireyin mutluluğunun sadece ekonomik unsurlardan oluşan haz duygusuna bağlı tek boyutlu ele alınmaması gerektiği düşüncesinden hareketle, mutluluğun hayata ilişkin anlam boyutu ve mana boyutlarıyla birlikte üç boyutlu olarak incelenmesi esas alınmaktadır. Bu boyutlardan birincisi, iktisadi unsurlara dayalı haz (hedonik) boyuttan oluşmaktadır. İkinci boyut, Aristocu görüşe dayanan ve Aristo'nun oğluna tavsiye niteliğinde yazdığı Nikomakhos'a Etik adlı kitabındaki düşüncelerden esinlenerek ele alınan mana (Eudaimonic) boyutunu içermektedir. Üçüncü boyut ise varoluşsal soruları içeren ve insanın dünya ötesi hayatı dikkate almadan mutlu olamayacağı görüşüne dayanan maneviyat (G-donik) boyutunu oluşturmaktadır.

Çalışma mutluluğun üç temel boyutlu olduğunu ve serbest piyasa sisteminin insanları tek boyuttan oluşan bir mutluluk anlayışına hapsetmesinden kaynaklı yeterli mutluluğu sağlamadığı düşüncesine dayanmaktadır (Aydın, 2020) dayanmaktadır. Bu bağlamda öncelikle mutluluğun boyutları ele alınmakta daha sonra Covid-19 salgınının bireyler üzerindeki etkileri analiz ve sonuçlar ile değerlendirilmektedir. Serbest piyasa sistemi bireyleri hep daha fazlasını kazanma ve daha fazlasını tüketme noktasına iterek mutluluğu tek boyutlu hazcı anlayışına sürüklemekte ve bireyleri tüketim kültürünün esiri duruma getirmektedir. Ancak Eastelin'in de belirttiği gibi daha fazla tüketim daha fazla mutluluk demek değildir ve mutluluğun tek boyutu serbest piyasa sisteminin hazcı anlayışı değildir (Easterlin, 1995). Bu doğrultuda bu çalışma, mutluluğun tek boyutunun serbest piyasa sisteminin hazcı anlayışından ibaret olmadığı düşüncesinden hareketle, mutluluğun üç boyutunu ele alan bir anket çalışmasıyla insanların bu konu ile ilgili düşüncelerini incelemek için bir alan çalışması sunarak, 2019 yılında neredeyse tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgınının haz, anlam ve maneviyat boyutundaki bireyler üzerinde oluşturduğu etkileri ölçme amacı taşımaktadır.

### **Mutluluğun Üç Boyutu**

Sevgi, memnuniyet, neşe veya zevk ile nitelendirilen duygu ve zihin durumu olarak tanımlanan mutluluk veya diğer bir ifade ile öznel iyi oluş farklı bileşenlerden oluşmaktadır. Bu bileşenleri etkileyen unsurlar bireyler arasında farklılıklar gösterebilmektedir. Bir kişiyi memnun eden bir durum başka bir birey için memnuniyet verici olmayabilir. Buradan hareketle mutluluğun farklı boyutlarından söz edilebilir. Bu boyutlardan birincisi, mutluluğu iktisadi veya maddi unsurlara dayalı gerçekleşeceğini ileri süren düşünce sistemidir. Bu durum hazcılık (hedonizm) olarak nitelendirilmektedir. Hazcılık, insanın hayatındaki temel amacının yaşamdan haz almak olduğunu savunmaktadır (Ünal ve Ceylan, 2008). Sokrates'in öğrencisi olan Aristippos'un öğretisi olan hedonizme göre bir hedonist yaşamdan duyduğu hazzı yükseltmek için çabalamaktadır. Aristippos tarafından kurulan Kirene okulu, kurallı ve katı tutumlara karşı rahat, eğlenceli ve hazcı bir yaşam anlayışını savunmuştur (İ.Ö. 435-355). Tarihte yaşamış pek çok hedonist örneği olduğu gibi günümüzde de benzer durumların varlığı söz konusudur. Fazla oburluk, adrenalin bağımlılığı, cinsel odaklı yaşam tarzını benimsemiş insanlar bir çeşit hedonist örneği olarak gösterilmektedir.

Hedonizm ile ilgili tarih incelendiğinde arzu ve zevklerine düşkünlükleri ile bilinen Roma İmparatorları ve yaşamları daha fazla zevk almak üzerine kurulu yemeklerini bile yatarak yiyen Napoli'nin güneyindeki Pompei kentindeki yaşantı hedonizmin örneklerini oluşturmaktadır (Arslan, 2010).

Mutluluğun ikinci boyutu anlam veya mana (Eudeimonik) boyutudur. Eu (iyi) ve daimon (ruh) sözcükleriyle oluşturulan Eudaimonizm bireylerin kendi çabalarıyla ulaşmaya çalışabileceği ilahi ve olumlu bir durumu tasvir etmektedir. Yunanca kökenli sözcük genel itibarıyla Türkçeye mutluluk ve refah olarak çevrilmektedir (Baril, 2013). Eudaimonizm (Mutçuluk), insan yaşantısındaki en temel anlamın mutluluk olduğu, kişi davranışlarının mutluluk isteği doğrultusunda belirlendiğini açıklayan törebilimsel akımdır (Odabaş, 2019). Eudeimonik mutluluğun anlam boyutu temelde Aristocu görüşe dayanmakta, Aristo'nun oğluna tavsiye niteliğinde yazdığı Nikomakhos'a Etik kitabındaki düşüncelerden esinlenmektedir. Aristo bu eserinde erdemleri, entelektüel ve karakter erdemler olmak üzere ikiye ayırmakta, karakter erdemlerin kaynağını alışkanlıklarımızın, entelektüel erdemlerin kaynağını ise öğretim olduğunu belirtmektedir. İyi eylemlerde bulunmanın ve iyi alışkanlıklara sahip olmanın insanların mutluluklarına katkı sağladığını eserinde belirten Aristo'ya göre insan hayatının nihai amacını mutluluk oluşturmaktadır (Akarsu, 1997).

Mutluluğun üçüncü boyutu ise maneviyet (G-donik) boyutudur. Üstünlük, itaat, millet, ceza gibi anlamlara gelen din, çok geniş kapsamlı bir kelimedir (İbn Fâris, 1969). Dini terminolojide birden farklı anlamı olsa da genel anlamda yaratıcıdan gelen, peygamberler aracılığıyla tebliğ edilen, insanları hem dünya hem ahiret saadetine götüren ve içerisinde iman, ibadet ve hayat ile ilgili hükümlerin yer aldığı sistemdir (Ece, 2000). Tüm bu tanımlamalar çerçevesinde din, dünya ve ahiret hayatında mutluluğu sağlamanın yolu olarak görülmektedir. İslam dininde mutluluk kavramı önemlidir. Bu doğrultuda alimler ve büyük düşünürler eserlerinde mutluluğa genişçe yer vermişlerdir. Nitekim Kur'an-Kerim'deki Rad suresi 28. Ayette "Kalpler ancak Allah'ı anmakla huzur bulur" denilmektedir. G-donik boyut, ölümcül olduğunun farkında olan tek canlı olan insanın kendisine sonsuzluk verecek Sonsuz Güç'e inanmasıyla ilgilidir. Bu boyuttaki tecrübe için sonsuzluk verecek bir İlah'a olan inanç yeterlidir. Sonsuzluk beklentisi hem anlam hem de haz boyutlarına yeni bir derinlik kazandırmakta ve G-donik boyut diğer iki boyut için bir çarpan olmaktadır. Bu boyuttaki derinleşme diğer iki boyutu da anlamlı kılıp derinleştirmektedir. Bu çalışmada mutluluğun bu üç boyutu birlikte ele alınıp değerlendirilmektedir.

## YÖNTEM

Çalışmada mutluluğun boyutları, bireylerin memnuniyet düzeyleri ve Covid-19 salgınının mutluluk üzerindeki etkileri arasındaki ilişki, ilişkisel tarama modeli kullanılarak analiz edilmiştir (Fraenkel, Wallen ve Hyun, 2012). 47 sorudan oluşan anket soruları için Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nden etik kurulu onayı alınmıştır.

## Çalışma Grubu

Çalışma Van ilinde ikamet eden yaşları, eğitim durumları, gelir düzeyleri, inanç ve görüşleri farklı 18 yaş üstü 420 birey ile yapılmıştır. Anketlerin bir kısmı yüz yüze, bir kısmı da Covid-19 salgınından dolayı Google Drive üzerinden oluşturulmuş soru seti ile online olarak yapılmıştır.

### Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Anket soruları çoktan seçmeli ve likert ölçeğine göre sıralanmış katılma derecelerini ölçen sorulardan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, bireylerin aylık ve hane halkı toplam gelirleri, mesleki bilgileri, mutluluk seviyeleri, yaşam doyumu seviyeleri ve manevi inanç bilgileri yer alırken, araştırmacılar tarafından ilgili literatür incelenerek hazırlanan likert ölçekli sorulardan oluşan ikinci bölümünde Dr. Hayat Khan ve Prof. Dr. Necati Aydın'ın 2021 yılında yayınlanan "*G-donic Happiness: An Alternative to Hedonic and Eudaimonic Happiness for Sustainable Consumption*" adlı çalışmasından mutluluğun üç boyutu (haz, maneviyat ve anlam) ile ilgili sorulardan, yaşam doyumu ile ilgili sorular için ise Diener, Emmons, Larsen ve Grift'in "Yaşam Doyumu Ölçeği" (YDÖ) maddelerinden yararlanılmıştır (Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985). **Çalışmaya lüks tüketim ve Covid-19 ile ilgili sorular da eklenerek oluşturulan anketlerin** sonuçları SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Anketten elde edilen verilere normallik testi, güvenilirlik analizi, KMO-Barlett testi, tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, faktör analizi, regresyon ve korelasyon analizleri uygulanmıştır.

Verilerin normal dağılıma uygunluğunu incelemek için Basıklık (Skewness) ve Çarpıklık (Kurtosis) testleri Tablo-1'de gösterilmektedir.

**Tablo-1.** Mutluluk Ölçeğinin Alt Boyutları ve Covid-19 Boyutunun Basıklık (Skewness) ve Çarpıklık (Kurtosis) Analizi

Alt Boyutlar	N	$\bar{X}$	SS	Skewness	Kurtosis
Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu	420	3,88	1,010	-,521	-,213
Mutluluğun Anlam (Eudaimonik) Boyutu	420	3,35	,725	-,575	,380
Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu	420	2,99	,883	,194	-,410
Covid-19 Soruları	420	3,20	0,548	-,032	,095

Çalışmada kullanılacak veri dizisinin normal dağılıma uygunluğunun incelenmesi için Bakışlılık (Skewness) ve Çarpıklık (Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Literatürde verilerin normal dağılım göstermesi için en yaygın görüş Skewness ve Kurtosis değerlerinin -1.5 ve +1.5 değerleri arasında olması gerektiğidir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu varsayımına göre ölçüm yapmak istediğimiz verilerin normal dağılıma sahip olduğu görülmektedir.

## BULGULAR

### Frekans Dağılımları

Frekans dağılımlarına bakıldığında ankete katılan bireylerin %46,2'si kadın, 53,8'ini ise erkek bireyler olduğu görülmektedir. Bireylerin %54,5'i bekar, %41,9'u evli ve %3,9'u ise boşanmış olduğunu beyan etmiştir. Eğitim durumlarına bakıldığında %11,9'unun ilköğretim, %25,7'sinin lise, %47,6'sının Önlisans-Lisans ve %14,8'inin ise lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların minimum ve maksimum yaş değerleri 18-74 aralığında çıkmaktadır. Bireylerin şu anki mutluluk seviyelerine bakıldığında yaklaşık %52'sinin mutluluk seviyesini orta değer olan 5 değerinin altında belirlediği görülmektedir. Orta değer üzerinde olduğunu belirtenlerin oranı ise %34,6 çıkmaktadır. Çok mutlu hissedenlerin oranı %3,6 iken, en az mutlu hissedenlerin oranı %9,1'dir. Genel hayat memnuniyetine ilişkin sonuçlara bakıldığında %37,8'inin ortalama değer olan 5 değerinin altında olduğu görülmektedir. Ortalama değer üzerinde genel yaşam memnuniyeti olanların oranı ise %41 çıkmaktadır. Orta düzeyde görenlerin oranı ise %21,2'dir. Bu sonuçlar görece olarak genel mutluluk düzeylerinin şu anki mutluluk düzeylerinden daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Bkz. Ek.1.)

### Ölçek Güvenirlilik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirliliği için Cronbach alfa katsayısı ve bu ölçeklerin çalışma için geçerliliğini ölçmek ve faktör uygunluğunu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Küresellik testleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo-2'de sunulmuştur.

*Tablo-2. Güvenirlilik ve Uygunluk Test Sonuçları*

Cronbach's Alpha	.663	Standartlaştırılmış Maddelere Dayalı Cronbach's Alpha	.681	Madde Sayısı	35
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi	0,859	Barlett Küresellik Testi	Ki-Kare DF	2927,638	153
			Önemlilik	0,000	

Güvenirlilik analizi temel olarak bir ölçüm metodunun farklı zamanlarda yapılan uygulamalarının aynı sonuçları verebilme düzeyini açıklamaktadır. Yazında birden fazla güvenirlilik analizi bulunmaktadır. Bu tekniklerden en çok kullanılan yöntem Cronbach Alpha yöntemidir. Bu yöntem doğrultusunda bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilmesi için Alpha değerinin en az 0,70 düzeyinde olması gerekmektedir (Özdamar, 2002). Ancak çalışmada likert ölçekli soruların yanı sıra 1-10 arası ölçeklendirilen soruların da yer alması sebebiyle standartlaştırılmış değerlere göre hesaplanmış Cronbach Alfa değerine bakmak yeterli olmaktadır (Alpar, 2003). 0,681 değeri anket çalışmasının güvenilirliği ve soruların

birbirinden bağımsız ve gerekli ölçümü için bir sorun oluşturmamaktadır. Çalışmada faktör analizinin uygunluğunu gösteren test istatistiği olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi 0 ile 1 arasında değerler almakta ve değerlerin 1'e yakın olması örneklemin faktör analizi için uygun ve sağlıklı olduğunu göstermektedir. KMO test değerinin 0,50'den büyük olması gerekliliği genel kabul görmektedir (Sarıtaç, 2014). Çalışmamızda elde edilen 0,85 değeri 0,50'den büyüktür ve bu değer bize veri kümesinin faktörlenebileceğini göstermektedir.

### Faktör Analizi ve Temel Bileşenler Analizi

Faktör analizi birbiriyle ilişkili birden fazla değişkenin bir araya getirilerek az sayıda anlamlı yeni değişkenler bulma amacıyla kullanılan çok değişkenli bir istatistik yöntemidir. Faktör analizi açıklayıcı ve doğrulayıcı olmak üzere iki temel yöntemden oluşmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyle beraber teori üretmeye ve faktör bulmaya yönelik bir işlemdir. Doğrulayıcı faktör analizi ise değişkenler arasındaki ilişkiden hareketle daha önceden belirlenen bir hipotezin test edilmesini konu almaktadır (Kline, 1994; Stevens, 1996; Tabachnick ve Fidell, 2001). Bu çalışma, açıklayıcı faktör analiz yöntemi kullanılarak haz, mana, maneviyat ve Covid-19 olmak üzere dört boyutlu bir modele dayanmaktadır. Çalışmada ayrıca modeli tanıma, sınıflandırma, boyut indirgenmesi ve yorumlanmasını sağlamaya yarayan değişkenli analiz yöntemlerinden biri olan (McSharry, 2006) temel bileşenler analizi de uygulanmıştır. Temel bileşenler analizi sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

*Tablo-3. Temel Bileşenler Analiz Sonuçları*

Sorular	Initial (Başlangıç) Değerleri	Extraction(Çıkarım) Değerleri
S.11 (G-Donik)	1.000	.567
S.12 (G-Donik)	1.000	.619
S.13 (Hedonik)	1.000	.496
S.15 (Eudonik)	1.000	.461
S.17 (Eudeimonik)	1.000	.572
S.18 (G-Donik)	1.000	.767
S.19 (Hedonik)	1.000	.656
S.20 (Hedonik)	1.000	.651
S.21 (Eudeimonik)	1.000	.579
S.22 (Eudeimonik)	1.000	.557
S.24 (G-Donik)	1.000	.658
S.25 (Hedonik)	1.000	.566
S.26 (Eudeimonik)	1.000	.564
S.27 (G-Donik)	1.000	.706
S.28 (Eudnik)	1.000	.550
S.34 (G-Donik)	1.000	.620
S.36 (Hedonik)	1.000	.655
S.37(Hedonik)	1.000	.630
S.38 (Covid-19)	1.000	.648
S.39 (Covid-19)	1.000	.452



S.40. (Covid-19)	1.000	.607
S.41 (Covid-19)	1.000	.690
S.42 (Covid-19)	1.000	.642
S.43 (Covid-19)	1.000	.743
S.44 (Covid-19)	1.000	.725
S.45 (Covid-19)	1.000	.523
S.46 (Covid-19)	1.000	.725
S.47 (Covid-19)	1.000	.678

Dört boyuta dayanan modelimizde 11, 12, 18, 24 ve 27. sorular mutluluğun maneviyat (G-donik) boyutu altında, 13, 19, 20, 25, 36 ve 37. sorular mutluluğun haz (Hedonik) boyutu altında, 15, 17, 21, 22, 26 ve 28. sorular mutluluğun anlam (Eudeimonik) boyutu altında toplanmaktadır. 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46 ve 47. sorular ise covid-19 alakalı soruları oluşturmaktadır. Tablo-3 her bir maddenin toplam faktörü ne kadar etkilediğini göstermektedir. Temel Bileşenler Analizinde çıkarım (Extraction) değerlerinin 0,30'un üzerinde olması beklenir. Analiz sonuçlarına göre 0.30'un altında bir değer bulunmamaktadır.

**Tablo-4.** Araştırmanın Ölçek Maddelerinin Betimsel Analiz ve Sonuçları

Maddeler	N	Ortalama	Standart Sapma
1. Youtube, Tv, Twitter, İnstagram vb. platformlarda eğlence programları izlemekten hoşlanırım.	420	3,37	1,315
2. Geleceğimden umutluyum.	420	3,37	1,174
3. Kabiliyetlerimi geliştirmek için gerekli gayreti gösterdiğime inanıyorum.	420	3,42	1,117
4. Birçok yönden ideallerime yakın bir hayat yaşıyorum.	420	2,92	1,840
5. Eğer yeniden dünyaya gelsem, neredeyse hayatımda hiçbir şeyi değiştirmezdim.	420	2,50	1,293
6. Allah'ın benimle beraber olduğuna görürcesine iman ederim	420	4,09	1,054
Para mutluluğu satın alır.	419	3,00	1,426
Başkalarını servetim ve konumumla etkilemek hoşuma gider	420	2,29	1,373
9. Yaptığım işten zevk almak, diğer insanların işimle ilgili ne düşündüğünden çok daha önemlidir	420	3,63	1,387
10. Kişisel gelişim, sosyal ilişkiler ve iş hayatımla ilgili amacımın ne olduğunu gayet iyi biliyorum.	420	3,64	1,051

11. Lüks tüketimde bulunmamın temel sebebi toplum içinde bana sağladığı prestijdir	420	2,57	1,312
12. Maddiyat ve eğlenceden ziyade, Allah ile güçlü bir manevi bağ kurarak hayatta mutlu olmaya çalışıyorum.	420	3,60	1,128
13. Hayat eğlencedir.	420	3,10	1,179
14. Zorluklarla mücadeleyi seven bir insanım.	420	3,19	1,228
15. Allah'ın dualarımı bir şekilde yanıtladığına inanıyorum.	420	3,94	1,064
16. Yaptığım işin benim için anlamlı olması para getirmesinden daha önemlidir	420	3,79	1,442
17. Her gün su içmek sağlık için oldukça faydalıdır	420	4,56	,694
18. Yaşam koşullarımın mükemmel olduğunu düşünüyorum.	420	2,61	1,251
19. Lüks ürünleri yalnızca yüksek kalite ve daha iyi hizmet için satın alırım	420	3,44	1,338
20. Şimdiye kadarki hayatımın gayet başarılı geçtiğine inanıyorum	420	2,85	1,093
21. Gelirim yettiği ölçüde, lüks tüketim yapmaktan haz alırım.	420	3,21	1,262
22. Ölümden sonra hayatın devam edeceğine görmüşçesine inanıyorum)	420	3,86	1,143
23. Hayatımdan genel olarak memnunum	420	3,22	1,245
24. Modayı takip etmek benim için önemlidir.	420	2,54	1,308
25. Sinema, tiyatro, spor müsabakası vb. yerlere gitmekten hoşlanıyorum.	420	3,66	1,320
26. Covid-19 Salgınından dolayı hastalananların ve ölenlerin sayısına her gün takip edip kaygılanıyorum.	420	3,58	1,100
27. Covid-19 salgını nedeniyle ailemle daha fazla yakınlaşma imkânım oldu.	420	3,22	1,246
28. Covid-19 sebebiyle gelirimde önemli ölçüde azalma oldu.	420	2,90	1,307
29. Yaşanan salgından dolayı psikolojik açıdan yıprandım	420	3,83	1,217
30. Günlük yaşantımızın yakın zamanda normale döneceğine inanıyorum	420	3,07	1,179
31. Yaşadığımız salgından dolayı parayı harcamaktan çok tasarruf etmeye çalışıyorum.	419	2,91	1,233

32. Covid-19 Salgını sebebiyle daha az alışveriş yapıyorum.	420	2,83	1,299
33. Covid-19 Salgını hayatımı birçok yönden olumsuz etkiledi	420	3,84	,989
34. Covid-19 Salgınından dolayı ölüm korkusu yaşıyorum	420	2,63	1,146
35. Covid-19 Sebebiyle depresyona girecek kadar rahatsız oldum	420	2,99	1,292

Anket çalışmasına bireylerin rastgele cevap verip vermediklerini test etmek amaçlı konulan 17. soru olan kontrol sorusu dikkate alınmadığında en yüksek ortalama puanına sahip sorunun 6. soru “Allah’ın benimle beraber olduğuna görürcesine iman ederim”(ort=4,09) ve 15.soru “Allah’ın dualarımı bir şekilde yanıtladığına inanıyorum (ort=3,94) olduğu görülmektedir. Ölçek maddeleri arasında en düşük ortalama puanına sahip sorunun ise 8. soru “Başkalarını servetim ve konumumla etkilemek hoşuma gider” (ort=2,29) olduğu görülmektedir. Covid-19 salgını öncesi Yüzüncü Yıl Üniversitesi Prof. Dr. M. Şükrü Mollavelioğlu danışmanlığında yazılan “Mutluluk İktisadının Haz Anlam ve Maneviyat Boyutlu Değerlendirilmesi: Van İli Örneği” adlı yüksek lisans tez çalışmasında aynı ölçek maddeleri içerisinde en yüksek puanlı soruyu 20. soru olan “Gelirimin elverdiği ölçüde modayı takip etmek benim için önemlidir (ort=4.12) sorusu oluşturmaktadır. Covid-19 salgını öncesi ve sonrası verilen cevaplar arasındaki fark dikkat çekicidir. Kısa sürede yaşamımızı değiştiren Covid-19 salgını süreci ile beraber para ve lüks tüketime verilen önemin azaldığını söylemek mümkündür.

### Regresyon Analizi

Değişkenler arasından bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi incelemek üzere kullanılan regresyon analizi için çalışmada Covid-19 soruları olumlu ve olumsuz sorular olarak sınıflandırılmış ve bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Mutluluğun üç boyutu, hane geliri, eğitim, yaş, ideal hayat düzeyi gibi değişkenler bağımsız değişkenler olarak analize dahil edilmiştir. Böylece mutluluğun her boyutu için Covid-19 salgınına ilişkin olumlu ve olumsuz sorulardan oluşan modelleme ile toplam 6 regresyon modeli kurulmuştur. Kurulan modellerin gösterimi aşağıda sunulmaktadır;

$$Cov19olumlu = \alpha + \beta_i X_i + \mu \quad (1)$$

$$Cov19olumsuz = \alpha + \beta_i X_i + \mu \quad (2)$$

Birinci modelde bağımlı değişken Cov19, Covid-19 salgınına ilişkin olumlu soruları ifade ederken ikinci modeldeki bağımlı değişkenimiz Covid-19 salgınına ilişkin olumsuz soruları ifade etmektedir.  $X_i$  ise, mutluluğun maneviyat boyutu, eğitim durumu, hane geliri, ideal hayat ve yaş gibi modeldeki bağımsız değişkenlerini ifade etmektedir. Analiz sonuçları Tablo-3’te gösterilmektedir.

**Tablo-5.** Birinci Regresyon Modeli Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu ile Covid-19 (Olumlu Sorular) ilişkisi

**Bağımlı Değişken: Covid-19 (Olumlu Sorular)**

**Bağımsız Değişken: Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu, Eğitim, Hane geliri, İdeal Hayat, Yaş**

**F=26,784**

**p=0.000**

**R<sup>2</sup> : ,244**

**Adjusted R<sup>2</sup>: ,235**

	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit Katsayı: 1,876		8,825	,000
Mutluluğun Maneviyat Boyutu (g-donik) ortalama	,361	9,578	,000
Yaş	.000	.106	,106
Hane Geliri	-.060	2.211	0.28
Eğitim	-.060	1,450	,148
İdeal Hayat	0.25	1,412	,159

Tablo-5'e göre; mutluluğun maneviyat (g-donik) boyutu ile Covid-19 (olumlu sorular) ilişkisi regresyon modelinin anlamlı olduğu (F=26,784; p=0,000<0,05) görülmektedir.

**Tablo-6.** İkinci Regresyon Modeli Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu ile Covid-19 (Olumsuz Sorular) ilişkisi

**Bağımlı Değişken: Covid-19 (Olumsuz Sorular)**

**Bağımsız Değişken: Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu, Eğitim, Hane geliri, İdeal Hayat, Yaş**

**F=10,681**

**p=0.000**

**R<sup>2</sup> : ,144**

**Adjusted R<sup>2</sup>: ,104**

	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit Katsayı: 4,245		20,726	,000
Mutluluğun Maneviyat Boyutu (g-donik) ortalama	-,120	-2,351	,019
Yaş	,045	,820	,413
Hane Geliri	-.206	-4,036	,000
Eğitim	,019	,389	,697
İdeal Hayat	-,182	-3,518	,000

Tablo-6'ya göre, mutluluğun maneviyat (g-donik) boyutu ile Covid-19 (olumsuz sorular) ilişkisi regresyon modelinin, anlamlı olduğu ( $F=10,681$ ;  $p=0,000<0,05$ ) görülmektedir.

İki ya da daha fazla grubun analizi durumunda gruplardan en az birinin diğer gruplardan farklılığının belirlendiği ölçüm yöntemi olarak kullanılan ve verilerin ortalamaları arasında fark olup olmadığını değerlendirmek üzere Anova testi yapılmıştır. Anova test istatistiğinin sağlıklı bir ölçüm için gereklilikleri, varyansların homojen olması, verilerin her grupta normal dağılımının olması, farklı gruplara ait bireylerin rastgele seçilmiş olmasıdır (Albayrak, 2005). Her iki modelde de Anova test analizi sonuçlarına göre 'Sigma' değeri  $0.000 < 0.05$  olduğundan %95 güven aralığı ile grupların ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Tablodaki birinci regresyon modelinin analiz sonuçları incelendiğinde, denklemin değişkenlerinin katsayı tahminlerine göre maneviyat boyutu ve hane halkı geliri değişkenleri istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır. Maneviyat boyutu değişkeni ile Covid-19'un olumlu etkileri arasında pozitif ilişki elde edilmiştir. Covid-19'un pozitif etkilerinin incelendiği birinci kısımda maneviyatı yüksek bireylerin Covid-19 salgınında daha umutlu oldukları, hayatın normale döneceği inancının daha fazla olduğu, salgının aileyle yakınlaşma imkânını artırdığı, gelirlerini daha fazla tasarruf etme gibi olumlu etkileri pozitif çıkmıştır. Hane halkı değişkeninin ise negatif çıktığı görülmektedir. Yani gelir arttıkça Covid-19'un bireylerdeki olumlu etkilerinin azaldığı görülmektedir. İkinci regresyon denklemi analiz sonuçlarına göre ise Covid-19 olumsuz sorular ile maneviyat boyutu değişkeni negatif çıkmıştır. Covid-19'un olumsuz psikolojik etkileri, ölüm korkusu, gelecek kaygısı ve umutsuz olma durumu; maneviyat boyutu arttıkça azalmaktadır.

Üçüncü ve dördüncü regresyon modelinde Covid-19 salgınının mutluluğun anlam boyutu ile ilişkisi incelenmiştir. Modellerdeki bağımlı değişkenimiz Covid-19'un olumlu ve olumsuz etkileridir. Bağımsız değişkenlerimizi ise mutluluğun anlam (eudeimonik) boyutu, hane halkı geliri, yaş, ideal hayat, eğitim oluşturmaktadır.

$$Cov19olumlu = \alpha + \beta_i X_i + \mu \quad (3)$$

$$Cov19olumsuz = \alpha + \beta_i X_i + \mu \quad (4)$$

Regresyon analiz sonuçları Tablo-7'de gösterilmektedir.

**Tablo-7.** Üçüncü Regresyon Modeli Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu ile Covid-19 (Olumlu Sorular) İlişkisi

**Bağımlı Değişken: Covid-19 (Olumlu Sorular)**

**Bağımsız Değişken: Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu, Eğitim, Hane geliri, İdeal Hayat, Yaş**

**F=29,004**

**p=0.000**

**R2 : ,259**

**Adjusted R2: ,250**

	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit Katsayı: 1,649		7,480	,000
Mutluluğun Anlam (Eudeimonik)	,120	2,442	,015
Yaş	-,094	-2,014	,045
Hane Geliri	-,178	-3,948	,000
Eğitim	,004	-,072	,943
İdeal Hayat	,466	10,098	,000

Tablo-7'ye göre; mutluluğun anlam (eudeimonik) boyutu ile Covid-19 (olumlu sorular) ilişkisi regresyon modelinin anlamlı olduğu ( $F=29,004$ ;  $p=0,000<0,05$ ) görülmektedir.

**Tablo-8.** Dördüncü Regresyon Modeli Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu ile Covid-19 (Olumsuz Sorular) İlişki

**Bağımlı Değişken: Covid-19 (Olumsuz Sorular)**

**Bağımsız Değişken: Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu, Eğitim, Hane geliri, İdeal Hayat, Yaş**

**F=10,681**

**p=0.000**

**R<sup>2</sup> : ,103**

**Adjusted R<sup>2</sup>: ,092**

	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit Katsayı: 4,245		18,836	,000
Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu	,014	,265	,791
Yaş	-,200	-3,900	,000
Hane Geliri	-,035	,710	,478
Eğitim	-,199	-3,667	,000
İdeal Hayat	-,031	-,620	,536

Tablo-8'e göre; mutluluğun anlam (Eudeimonik) boyutu ile Covid-19 (olumsuz sorular) ilişkisi regresyon modelinin anlamlı olduğu ( $F=10,681$ ;  $p=0,000<0,05$ ) görülmektedir.

Her iki modelde de Anova test analizi sonuçlarına göre 'Sigma' değeri  $0.000 < 0.05$  olduğundan %95 güven aralığı ile grupların ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Tablodaki regresyon analiz sonuçları incelendiğinde, mutluluğun anlam boyutu ile Covid-19'un olumlu etkilerinin incelendiği üçüncü regresyon denkleminin değişkenlerinin katsayı tahminlerine göre hane halkı geliri ile ideal hayat istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır. Anlam boyutu değişkeni pozitif elde edilmiştir. Bu sebeple anlam boyutundaki bireyler Covid-19 sebebiyle ailesiyle daha fazla yakınlaşma imkânını sağlama-

sı, parayı harcamaktan çok tasarruf etmesi, salgından kaynaklı umutsuzluğa kapılmama gibi olumlu etkilere sahiptir. Ancak katsayı değerinin maneviyat modeline göre daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Mutluluğun anlam boyutunun Covid-19 olumsuz etkilerinin incelendiği dördüncü regresyon modeli analizinde ise anlam boyutu katsayısı ilk modele göre düşmekle birlikte negatif çıkmamıştır. Mutluluğun anlam boyutundaki bireylere Covid-19'un olumsuz etkileri maneviyat boyutundaki bireylere göre daha fazla etki etmiştir. Yaş ve eğitim gibi faktörler istatistiki olarak anlamlı bulunurken, mutluluğun anlam boyutunun katsayısının üçüncü modele göre düştüğü görülmektedir. Beşinci ve altıncı regresyon modelinde ise Mutluluğun haz (hedonik) boyutunun Covid-19 ile ilişkisi incelenmiştir. Modelin gösterimi aşağıdaki şekildedir.

$$Cov19olumlu = \alpha + \beta_i X_i + \mu \quad (5)$$

$$Cov19olumsuz = \alpha + \beta_i X_i + \mu \quad (6)$$

Covid-19'un olumlu ve olumsuz etkileri modellerin bağımlı değişkenini oluştururken, kullanılan bağımsız değişkenler ise; mutluluğun haz boyutu, hane halkı geliri, eğitim, yaş ve ideal hayattır.

*Tablo-9. Beşinci Regresyon Modeli Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu ile Covid-19 (Olumlu Sorular) İlişkisi*

**Bağımlı Değişken: Covid-19 (Olumlu Sorular)**

**Bağımsız Değişken: Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu, Eğitim, Hane geliri, İdeal Hayat, Yaş**

F=20,501

p=0.000

R<sup>2</sup> : ,198

Adjusted R<sup>2</sup>: ,189

	Beta	t	p
Sabit Katsayı: 4,245		17.334	,000
Mutluluğun Haz (hedonik) Boyutu	-,374	-7,920	,000
Yaş	0,34	,649	,517
Hane Geliri	-,094	-1.924	,055
Eğitim	-,093	-2,015	,045
İdeal Hayat	0,94	1,918	,056

Tablo-9'da mutluluğun haz (hedonik) boyutu ile Covid-19 (olumlu sorular) ilişkisi regresyon modelinin anlamlı olduğu (F=20,501; p=0,000<0,05) görülmektedir.

**Tablo-10.** Altıncı Regresyon Modeli Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu ile Covid-19 (Olumsuz Sorular) İlişkisi

**Bağımlı Değişken: Covid-19 (Olumsuz Sorular)**

**Bağımsız Değişken: Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu, Eğitim, Hane geliri, İdeal Hayat, Yaş**

**F=10,765**

**p=0.000**

**R<sup>2</sup> : ,115**

**Adjusted R<sup>2</sup>: ,104**

	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit Katsayı: 4,245		5,924	,000
Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu	,121	2,430	016
Yaş	0,43	780	,436
Hane Geliri	-,211	-4,124	,000
Eğitim	,026	,525	,045
İdeal Hayat	-,184	-3,586	,000

Tablo-10'da; mutluluğun haz (hedonik) boyutu ile Covid-19 (olumsuz sorular) ilişkisi regresyon modelinin anlamlı olduğu (F=10,765; p=0,000<0,05) görülmektedir.

Mutluluğun haz (hedonik) boyutu ve Covid-19'un olumlu ve olumsuz etkileri için kurulan 5.ve 6.modelde de Anova test analiz sonuçları 'Sigma' değeri 0.000< 0.05 olduğundan %95 güven aralığı ile grupların ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Regresyon analiz sonuçlarına göre mutluluğun haz (hedonik) boyutu ile Covid-19'un olumlu etkilerinin incelendiği beşinci modelde mutluluğun haz boyutu istatistiki olarak anlamlı ancak beklenildiği üzere negatif çıkmıştır. Haz boyutundaki bireyler salgın seyrinde tasarruf etme, lüks tüketim alışkanlıklarından uzaklaşma, salgından dolayı aile bireyleriyle yakınlaşma, hayatın normale döneceği konusunda umutlu olma gibi olumlu etkilerden uzaktır. Covid-19'un olumsuz etkilerinin haz boyutuyla analiz edildiği altıncı modelde ideal hayat ve hane geliri katsayıları istatistiki olarak anlamlı bulunurken, haz boyutu kat sayısı diğer boyutlara kıyasla yüksek ve pozitif elde edilmiştir. Bu durumun anlamına göre haz boyutundaki (hedonik) birey sayısı arttıkça Covid-19'un bireyleri depresyona girecek kadar etkilediği, ölüm korkusunun arttığı, geleceğe karşı kaygılı ve umutsuz olma durumu ve salgının psikolojik rahatsızlık oluşturması gibi olumsuz etkilerin arttığı görülmektedir.

### **Korelasyon Analizi**

Korelasyon katsayıları yorumlanırken 0,000- 0,25 arasındaki değerler çok zayıf, 0,26 ile 0,49 arasındaki değerler zayıf, 0,50 ile 0,69 arasında yer alan değerler orta, 0,79-0,89 arasındaki değerler ise çok yüksek olarak nitelendirilmektedir. Değişkenler arasındaki Korelasyon katsayılarının pozitif olması değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusallığını, negatif olması ise ters yönlü bir ilişkinin varlığını ifade etmektedir (Tatlıdil, 2002). Çalışmada mut-



luluğun belirttiğimiz üç boyutu ile (Haz, Anlam ve Maneviyat) Covid-19 sorularının (olumlu ve olumsuz) korelasyon ilişkisi incelenmiştir.

Tablo-11’de Mutluluğun maneviyat boyutunun Covid-19 ile ilişkisinin korelasyon analizi tablo değerleri verilmektedir.

**Tablo-11.** Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu, Covid-19 (olumlu/olumsuz sorular) Korelasyon Analizi

	Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu	Olumlu Cov.	Olumsuz Cov.	Yaş	Hane g.
Mutluluğun Maneviyat (G-donik) Boyutu	1	,477**	-,181*	,166**	-,055
Olumlu Covid Soruları	,477**	1	,038*	,166**	-,055
Olumsuz Covid Soruları	-,181**	,038	1	-,194*	-,248**
Yaş	,346**	,166**	-,134*	1	,337**
Hane g.	-,077	-,055	-,248**	,337**	1

\*Korelasyon,  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Korelasyon,  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analiz sonuçlarına göre Tablo-11’de mutluluğun maneviyat boyutuyla Covid-19 olumlu sorular arasındaki ilişki kat sayısı pozitif, Covid-19’un olumsuz etkileri ile arasındaki ilişki kat sayısı negatif çıkmıştır. Tabloya göre çalışmada maneviyatı yüksek birey sayısı arttıkça Covid-19 salgınının negatif etkileri azalmaktadır. Yaş faktörü ile Covid-19’un olumsuz etkileri arasındaki ilişki kat sayısı da negatiftir. Maneviyat boyuttaki bireylerin yaşları ilerledikçe Covid-19’un olumsuz etkilerinin azaldığı ulaşılan sonuçlardandır. Öte yandan hane halkı geliri ile maneviyat boyutu arasında anlamlı bir korelasyona rastlanmamıştır.

**Tablo-12.** Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) boyutu, Covid-19 (olumlu/olumsuz sorular Korelasyon Analizi)

	Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu	Olumlu Cov.	Olumsuz Cov.	Yaş	Hane g.
Mutluluğun Anlam (Eudeimonik) Boyutu	1	,446**	-,105**	,066*	,036
Olumlu Covid Soruları	,446**	1	,038*	,166**	-,055
Olumsuz Covid Soruları	-,105**	,038	1	,134	-,248**
Yaş	,346**	,166**	-,134*	1	,337**
Hane g.	-,077	-,055	-,248**	,337**	1

\*Korelasyon,  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Korelasyon,  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlıdır.

Mutluluğun anlam boyutuyla Covid-19'un olumlu ve olumsuz etkilerinin araştırıldığı korelasyon analizinde salgının olumlu etkileriyle anlam boyutunun korelasyon katsayısı pozitif, olumsuz etkileriyle anlam boyutu arasındaki ilişki negatif çıkmıştır. Çalışmada mutluluğun anlam boyutundaki sorulara verilen cevap sayısı arttıkça Covid-19'un olumsuz etkilerine maruz kalan kişi sayısı azalmıştır.

**Tablo-13.** Mutluluğun Haz (Hedonik) boyutu, Covid-19 (olumlu/olumsuz sorular Korelasyon Analizi)

	Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu	Olumlu Cov.	Olumsuz Cov.	Yaş	Hane g.
Mutluluğun Haz (Hedonik) Boyutu	1	-,418**	,167*	-,289**	-,027
Olumlu Covid Soruları	-,418**	1	,038	,166*	-,055
Olumsuz Covid Soruları	,167*	,038	1	,134	-,248
Yaş	-,289	,166*	-,134	1	,337**
Hane g.	-,027	-,055	,248**	,337**	1

\*Korelasyon,  $p < 0,05$  düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Korelasyon,  $p < 0,01$  düzeyinde anlamlıdır.

Tablo-13'te görüldüğü üzere mutluluğun haz boyutunun Covid-19 salgınının olumlu ve olumsuz etkileri üzerindeki ilişkisi için yapılan korelasyon analizinde Covid-19 'un olumlu etkileri ile haz boyutu arasındaki ilişki negatif, olumsuz etkileriyle haz boyutu arasındaki ilişki ise pozitif çıkmıştır. Salgının mutluluğun üç boyutu üzerine etkilerinin incelendiği çalışmada salgının olumsuz etkilerinin en fazla görüldüğü grup haz boyutundaki bireylerden oluşmaktadır. Analiz sonuçlarına göre hane geliri ile Covid-19'un olumlu etkileri arasında da negatif ilişki elde edilmiştir. Haz boyutundaki bireylerin gelir düzeyi arttıkça salgının kişiler üzerindeki aile bireyleri ile yakınlaşma fırsatı ve tasarrufta bulunma gibi olumlu etkilerinin azaldığı elde edilen bulgulardandır.

## TARTIŞMA ve SONUÇ

Geçmişten günümüze insan yaşamındaki önemi sebebiyle sayısız araştırmalara konu olan ve birçok sözlük anlamı olan mutluluk kavramı, hazcılığın iktisat biliminde yer almasıyla beraber iktisat alanında da günden güne sayısı artan çalışmalara konu olmuş ve mutluluk iktisat içerisinde "mutluluk ekonomisi" adı altında ayrı bir alanda incelenmeye başlanmıştır. Mutluluk ekonomisi çalışma alanları incelendiğinde gelir ve sağlık gibi bazı konuların

daha fazla ön planda tutulduğu, literatürdeki çalışmalara bakıldığında ise mutluluk-gelir ilişkisine sıklıkla yer verildiği görülmektedir (Karabulut, 2017). İktisat biliminde fayda ve faydanın maksimizasyonu düşüncesi doğrultusunda gelir ve mutluluk arasındaki ilişkinin pozitif olduğu, azalan fayda kuramı birtakım şüphelere sebep olsa da insanların ne kadar fazla mal ve hizmet tüketirse faydasının ve mutluluğunun o kadar yüksek olacağı, daha fazlasına sahip bireyin toplam faydasının fazla olacağı düşüncesi genel olarak kabul görmektedir. Richard E. Easterlin 1974’de gelir ve mutluluğu ele alan bir çalışmada genel kabul görüldüğü farklı bulgulara ulaşmakta ve çalışmada GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) ile insanların mutlulukları arasında sanıldığı kadar sıkı bir pozitif bağ olmadığını ve bir toplumun ekonomik gelişmesinin ortalama mutluluk seviyesiyle ilişkili olmadığını belirtmektedir (Easterlin, 1974). Easterlin’e (1974) göre gelir mutluluğu sadece bir noktaya kadar arttırılabilir ancak daha sonra maddi kazançlar insanların mutlu olmasını sağlamaya yetmez. Temel ekonomik modeller bireyleri daha fazla para kazanmaya ve daha fazla tüketim yaparak faydayı arttırmaya yönlendirir. Bu durum da insanları hep daha fazlasını istemeye ve tatmin olmama noktasına sürüklemektedir (Easterlin, 1974). Serbest piyasa sistemi varsayımı, daha fazla hazzın daha fazla mutluluk sağladığıdır. Ancak Easterlin paradoksu ve Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisinin üst katmanlarının ışığıyla da mutluluğun tek kaynağının belirtilen haz duygusundan ibaret olmadığı, mutluluğun insan yaşamına ilişkin anlam ve mana boyutlarının da mutluluk üzerinde etkileri olduğu düşünülmekte ve bu sebeple bu çalışma mutluluğun ekonomik unsurlarının yanı sıra mana ve anlam boyutlarını da içeren üç farklı mutluluk boyutuyla, 2019 yılında Çin’in Wuhan kentinde başlayıp pandemi ilan edilmesine sebep olan, insanları psikolojik, ekonomik ve sosyal olmak üzere bir çok yönden derinden etkileyen ve etkileri neredeyse tüm dünyada devam etmekte olan Covid-19 salgının ilişkisini incelemek üzere bir alan çalışması sunmaktadır. Daha açık ifade etmek gerekirse, Covid-19, bir türlü doğal deney ortamı oluşturarak bireylerin üç boyutlu mutluluk modelinde farklı boyutlara ağırlık veren bireyler arasında karşılaştırma imkânı vermiştir. Çalışmamızın ilk boyutu olan hazcılık, bir diğer adıyla hedonizm, insan yaşamının özünün haz almak olduğunu, bireylerin temel amacının yaşamdan duyacağı hazzı arttırmak olduğunu açıklayan düşüncedir. Çalışmamızın mutlulukla bağlantılı ikinci boyutu olan mana (Eudaimonizm) kavramı ise temelde insan yaşamının anlamının mutluluk olduğunu söyleyen kişi davranışlarının mutluluk isteğiyle belirlendiğini açıklayan törebilimsel akım olarak açıklanmaktadır. Çalışmamızın mutluluk ile ilişkili olan üçüncü boyutu ise mutluluğun manevi (G-donik) boyutudur. Literatürde yer alan araştırmalara göre dini açıdan herhangi bir inanca sahip olan insanlar sahip olmayan insanlar ile karşılaştırıldıklarında dini yönden güçlü insanların zayıf olan bireylere göre iki kat daha fazla mutlu oldukları görülmektedir (Tenaglia, 2007)

Çalışmada belirtilen üç boyut ile Covid-19 salgının etkileri incelendiğinde maneviyatı yüksek bireylerin (g-donik boyutun) yaşanan salgının ağır psikolojik etkilerinden çok fazla etkilenmediği, geleceğe karşı daha az kaygılı ve daha fazla umutlu oldukları, lüks tüketim alışkanlıklarının olmadığı, salgın döneminde tasarruf eğiliminde daha fazla buldukları bulgularına ulaşılırken, hazcı bireylerin (hedonik boyutun) ise aksine salgın sebebiyle depresyona girecek kadar ağır psikolojik sıkıntılar yaşadığı, harcama ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmedikleri için ekonomik yönden sıkıntı yaşadıkları, daha fazla gelecek kaygısı ve ölüm korkusu yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yaşama ilişkin anlam boyutunda (eudeimonik) olan bireylerin ise hazcılar kadar salgından psikolojik, ekonomik ve

sosyal yönden çok fazla olumsuz etkilenmeseler de salgından maneviyatı yüksek bireylere oranla daha fazla olumsuz etkilendikleri görülmektedir. İnsan yaşamının özünün haz duygusuna bağlı olduğu ve hazzın insan varlığındaki en önemli duygu olduğunu benimseyen hazcı bireylerin, Covid-19 salgınının olumsuz etkilerini en fazla yaşayan ve en düşük mutluluk seviyelerine ait bireyler olması, mutluluğun maneviyat boyutundaki bireylerin hazcı bireylere göre hayatlarından duydukları memnuniyet düzeyinin fazla olması ve Covid-19 salgınından çok daha az etkilenmeleri çalışmanın dikkat çeken sonuçlardandır.

**Ek-1. Frekans Dağılımları**

Değişkenler	Yüzdellik Dağılım (%)
S.1 Yaş	18 (%2,4), 19-35 yaş aralığı (% 66,1), 36-55 yaş aralığı (%27,1), 56-74 yaş aralığı (%4,4)
S.2 Cinsiyet	Kadın %46,2 Erkek %53,8
S.3 Medeni Durum	Evli (%41,9) Bekar (%54,5) Boşanmış (%3,6)
S.4 Eğitim Durumu	İlkokul (%11,9) Lise (%25,7) Önlisans/Lisans (%47,6) Lisansüstü (%14,7)
S.5 Meslek	Öğrenci (%28,3) Memur (20,7) İşçi (11,7) Emekli (4,0) İşsiz (8,1) Diğer (27,1)
S.6 Aylık Gelir Dağılımı Durumu	0-299 (%17,1) 300-1499 (%14,4) 1500-4499 (%42,4) 4500 ve üstü (%25,4)
S.7 Hane Net Toplam Gelir Durumu Oransal Dağılımı	1500 TL Altı (%4,3) 1501-2500 TL (%6,0) 2501-3500 TL (%15,0) 3501-5000 TL (%34,5) 5001-7000 TL (%24,5) 7001-10000 TL (%7,9) 10001 ve yukarı (%7,9)
S.8 Yaşam Memnuniyeti Seviyelerinin Dağılımı	1(%5.7), 2 (%5,7), 3(%11.4), 4(%15.0), 5(%21.2), 6(13.6), 7(%12.6), 8(%9.3), 9(%3.1), 10(%2.4)
S.9 Mutluluk Seviyelerinin Dağılımı	1(%9.1), 2(%7.9), 3(%16.7), 4(%18.3), 5(%13.3), 6(%9.8), 7 (%10.2), 8(%7.4), 9(%3.6), 10 (%3.6)
S.10 Sizi hayatta En Çok Kim Mutlu Eder	Kendim (%25.7), Aile (%36), Anne-Baba(%19.3), Arkadaşlar (%18.6), Akrabalar (%0.5)
S.11 İnanç Sorusu Oransal Dağılımı	“İnanmıyorum” (% 4.5) “İnanıyorum fakat ciddi Şüphelerim var” (% 6.9) “Evreni belli yasalarla yöneten ve bunun ötesine müdahale etmeyen bir yaratıcının varlığına inanıyorum” (% 8.1) “Evreni belli yasalarla yöneten ve doğal olaylara istisnai olarak müdahale eden bir yaratıcının varlığına inanıyorum”( % 15) “Evreni belli yasalarla yöneten ve doğal olaylara daima müdahale eden bir yaratıcının varlığına inanıyorum” (% 11.4) “Evreni belli yasalarla yöneten ve doğal olaylara ve insan hayatına doğrudan müdahale eden bir yaratıcının varlığına inanıyorum” (% 53.8)

S.12 İbadet Sorusu Oransal Dağılımı	Hiçbiri (%44.5), Sadece Bayram Namazı (%3.8), Sadece Cuma Namazı (%7.4 ), Günde Birkaç Vakit (%11.2), Günde Beş vakit (% 21.9), Tüm Farz Namazları+Teheccüt Namazı (%11.2)
S.13 Youtube, Tv, Twitter, İstagram vb. platformlarda eğlence programları izlemekten hoşlanırım.	Kesinlikle Katılmıyorum (%11,0) Katılmıyorum (%20,0) Kararsızım (%11,4) Katılıyorum (%36,4) Tamamen Katılıyorum (%21,2)
S.14 Geleceğimden umutluyum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%8,8) Katılmıyorum (%14,8) Kararsızım (%23,1) Katılıyorum (%34,4) Tamamen Katılıyorum (%16,0)
S.15 Kabiliyetlerimi geliştirmek için gerekli gayreti gösterdiğime inanıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%6,2) Katılmıyorum (%15,0) Kararsızım (%25,2) Katılıyorum (%37,6) Tamamen Katılıyorum (%15,9)
S.16 Birçok yönden ideallerime yakın bir hayat yaşıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%15,2) Katılmıyorum (%25,5) Kararsızım (%23,6) Katılıyorum (%30,0) Tamamen Katılıyorum (%5,7)
S.17 . Eğer yeniden dünyaya gelsem, neredeyse hayatımda hiçbir şeyi değiştirmezdim	Kesinlikle Katılmıyorum (%29,5) Katılmıyorum (%25,0) Kararsızım (%19,8) Katılıyorum (%17,9) Tamamen Katılıyorum (%7,9)
S.18 Allah'ın benimle beraber olduğuna görürcesine iman ederim	Kesinlikle Katılmıyorum (%4,8) Katılmıyorum (%3,1) Kararsızım (%13,3) Katılıyorum (%35,7) Tamamen Katılıyorum (%43,1)
S.19 . Para mutluluğu satın alır.	Kesinlikle Katılmıyorum (%16,2) Katılmıyorum (%30,7) Kararsızım (%11,7) Katılıyorum (%19,3) Tamamen Katılıyorum (%22,0)
S.20 Başkalarını servetim ve konumumla etkilemek hoşuma gider.	Kesinlikle Katılmıyorum (%36,0) Katılmıyorum (%34,8) Kararsızım (%6,2) Katılıyorum (%10,7) Tamamen Katılıyorum (%12,4)
S.21 Yaptığım işten zevk almak, diğer insanların işiyle ilgili ne düşündüğünden çok daha önemlidir	Kesinlikle Katılmıyorum (%12,6) Katılmıyorum (%11,4) Kararsızım (%11,4) Katılıyorum (%29,5) Tamamen Katılıyorum (%35,0)
S.22 Kişisel gelişim, sosyal ilişkiler ve iş hayatımla ilgili amacımın ne olduğunu gayet iyi biliyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%5,7) Katılmıyorum (%10,0) Kararsızım (%15,5) Katılıyorum (%52,4) Tamamen Katılıyorum (%16,4)

S.23. Lüks tüketimde bulunmamın temel sebebi toplum içinde bana sağladığı prestijdir	Kesinlikle Katılmıyorum (%24,3) Katılmıyorum (%34,5) Kararsızım (%10,5) Katılıyorum (%21,4) Tamamen Katılıyorum (%9,3)
S.24 Maddiyat ve eğlenceden ziyade, Allah ile güçlü bir manevi bağ kurarak hayatta mutlu olmaya çalışıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%4,8) Katılmıyorum (%11,9) Kararsızım (%27,6) Katılıyorum (%30,5) Tamamen Katılıyorum (%25,2)
S.25 Hayat eğlencedir	Kesinlikle Katılmıyorum (%10,2) Katılmıyorum (%21,4) Kararsızım (%29,8) Katılıyorum (%25,7) Tamamen Katılıyorum (%12,9)
S.26 Zorluklarla mücadeleyi seven bir insanım.	Kesinlikle Katılmıyorum (%10,2) Katılmıyorum (%23,1) Kararsızım (%18,1) Katılıyorum (%34,8) Tamamen Katılıyorum (%13,8)
S.27 Allah'ın dualarımı bir şekilde yanıtladığına inanıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum (%3,5) Katılmıyorum (%4,8) Kararsızım (%22,9) Katılıyorum (%31,2) Tamamen Katılıyorum (%37,6)
S.28 Yaptığım işin benim için anlamlı olması para getirmesinden daha önemlidir	Kesinlikle Katılmıyorum (%11,4) Katılmıyorum (%14,8) Kararsızım (%3,8) Katılıyorum (%23,8) Tamamen Katılıyorum (%46,2)
S.29 Anket Çalışması İçin Kontrol Sorusu (Her gün su içmek sağlık için oldukça faydalıdır)	Kesinlikle Katılmıyorum (%) Katılmıyorum (%) Kararsızım (%) Katılıyorum (%) Tamamen Katılıyorum (%)
S.30 Yaşam koşullarımın mükemmel olduğunu düşünüyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%23,1) Katılmıyorum (%28,3) Kararsızım (%20,2) Katılıyorum (%21,0) Tamamen Katılıyorum (%7,4)
S.31 Lüks ürünleri yalnızca yüksek kalite ve daha iyi hizmet için satın alırım	Kesinlikle Katılmıyorum (%11,7) Katılmıyorum (%17,4) Kararsızım (%10,5) Katılıyorum (%36,0) Tamamen Katılıyorum (%24,5)
S.32 Şimdiye kadarki hayatımın gayet başarılı geçtiğine inanıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum (%13,6) Katılmıyorum (%23,1) Kararsızım (%32,1) Katılıyorum (%26,9) Tamamen Katılıyorum (%4,3)
S.33 Gelirim yettiği ölçüde, lüks tüketim yapmaktan haz alırım.	Kesinlikle Katılmıyorum (%10,7) Katılmıyorum (%24,0) Kararsızım (%14,0) Katılıyorum (%36,2) Tamamen Katılıyorum (%15,0)
S.34 Ölümünden sonra hayatın devam edeceğine görmüşçesine inanıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum (%5,7) Katılmıyorum (%5,0) Kararsızım (%23,6) Katılıyorum (%28,6) Tamamen Katılıyorum (%37,1)
S.35 Hayatımdan genel olarak memnunum	Kesinlikle Katılmıyorum (%11,9) Katılmıyorum (%18,8) Kararsızım (%19,3) Katılıyorum (%35,7) Tamamen Katılıyorum (%14,3)

S.36 Modayı takip etmek benim için önemlidir	Kesinlikle Katılmıyorum (%23,1) Katılmıyorum (%37,6) Kararsızım (%13,8) Katılıyorum (%13,3) Tamamen Katılıyorum (%12,1)
S.37. Sinema, tiyatro, spor müsabakası vb. yerlere gitmekten hoşlanıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%8,1) Katılmıyorum (%17,4) Kararsızım (%8,6) Katılıyorum (%31,9) Tamamen Katılıyorum (%34,0)
S.38 Covid-19 Salgınından dolayı hastalananların ve ölenlerin sayısına her gün takip edip kaygılanıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum (%3,3) Katılmıyorum (%19,5) Kararsızım (%11,9) Katılıyorum (%46,7) Tamamen Katılıyorum (%18,6)
S.39 Covid-19 salgını nedeniyle ailemle daha fazla yakınlaşma imkânım oldu.	Kesinlikle Katılmıyorum (%9,3) Katılmıyorum (%25,2) Kararsızım (%15,2) Katılıyorum (%34,5) Tamamen Katılıyorum (%15,7)
40. Covid-19 sebebiyle gelirimde önemli ölçüde azalma oldu.	Kesinlikle Katılmıyorum (%12,9) Katılmıyorum (%36,9) Kararsızım (%12,9) Katılıyorum (%22,1) Tamamen Katılıyorum (%15,2)
S.41 Yaşanan salgından dolayı psikolojik açıdan yıprandım	Kesinlikle Katılmıyorum (%6,0) Katılmıyorum (%12,1) Kararsızım (%11,9) Katılıyorum (%33,3) Tamamen Katılıyorum (%36,7)
S.42 Günlük yaşantımızın yakın zamanda normale döneceğine inanıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%9,8) Katılmıyorum (%26,9) Kararsızım (%20,2) Katılıyorum (%33,1) Tamamen Katılıyorum (%10,0)
S.43 Yaşadığımız salgından dolayı parayı harcamaktan çok tasarruf etmeye çalışıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%12,4) Katılmıyorum (%32,9) Kararsızım (%16,2) Katılıyorum (%27,9) Tamamen Katılıyorum (%10,5)
S.44 Covid-19 sebebiyle daha az alışveriş yapıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%15,2) Katılmıyorum (%35,7) Kararsızım (%12,4) Katılıyorum (%24,0) Tamamen Katılıyorum (%14,3)
S.45 Covid-19 Salgını hayatımı birçok yönden olumsuz etkiledi.	Kesinlikle Katılmıyorum (%2,4) Katılmıyorum (%7,4) Kararsızım (%21,9) Katılıyorum (%41,0) Tamamen Katılıyorum (%27,4)
S.46 Covid-19 salgınından dolayı ölüm korkusu yaşıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%16,2) Katılmıyorum (%36,0) Kararsızım (%23,1) Katılıyorum (%18,3) Tamamen Katılıyorum (%6,4)
S.47 Covid-19 sebebiyle depresyona girecek kadar rahatsız oldum.	Kesinlikle Katılmıyorum (%14,8) Katılmıyorum (%25,5) Kararsızım (%19,8) Katılıyorum (%26,0) Tamamen Katılıyorum (%14,0)

## KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1982). Ahlak öğretileri, Remzi Yayınevi, İstanbul.  
 Akarsu, B. (1997), Mutluluk Ahlakı, İnkılap Yayınevi, İstanbul.



- Albayrak, A. S. (2006). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayınevi, Ankara.
- Alexandrova, A. (2005). Subjective Well-Being and Kahneman's 'Objective Happiness'. *Journal of Happiness Studies*, 6 (1), 301-324.
- Alpar, R. (2003). Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemlere giriş 1, İkinci Baskı, Nobel Yayınları, Ankara.
- Aydın, N. (2014). Materialism, Hedonism, Spirituality, and Subjective Well-Being: An Empirical Study of Risale-i Nur (Rn) Readers, *Al Shajarah: Journal of the International Islamic Institute of Islamic Thought and Civilization*, 19 (3), 10-14.
- Aydin, N. (2020). 3D of Happiness: Pleasure, Meaning and Spirituality, Morgan James Publishing, New York.
- Aydın, N., Khan, H. (2021), *G-Donic Happiness: An Alternative to Hedonic and Eudemonic Happiness for Sustainable Consumption*, [Subjective Wellbeing and Sustainable Development](#), 13 (11): 6096.
- Arslan, A. (2010), Felsefeye Giriş, 13. Baskı, Adres Yayınları, Ankara
- Aristoteles. (1997). Nikomakhos'a Etik. (S. Babür, Çev). Ankara: Ayraç.
- Baril, A. (2013). The Role of Welfare in Eudaimonism, *Southern Journal of Philosophy*, 51(4): 511-535.
- Carbonell, A. F. (2005). Income and well being: an empirical analysis of the comparison income effect, *Journal of Public Economics*, 89: 114-140.
- Cevizci, A. (2002), Etiğe Giriş, Paradigma Yayınevi, İstanbul.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*. 49 (1), 71-75.
- Diener, Ed, Christie Napa Scollon ve Richard E. Lucas (2004), "The Evolving Concept of Subjective Well-Being: The Multiaceted Nature of Happiness", *Advances in Cell Aging and Gerontology*, 15: 187-219.
- Easterlin, Richard (1974), "Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence", David, Paul Allan ve Melvin Warren Reder (Ed.), *Nations and Households in Economic Growth* (New York: Academic Press): 89-125.
- Easterlin, Richard (1995), "Will Raising the Incomes of All Increase the Happiness of All?" *Journal of Economic Behavior and Organization*, 27: 35-47.
- Ece, H. K. (2000). İslamın Temel Kavramları, Beyan Yayınevi, İstanbul.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. ve Hyun, H. H. (2012). How to design and evaluate research in education. New York: McGraw Hill.
- Frey, Bruno S. ve Alois Stutzer (2002), "What can Economist Learn from Happiness Research?", *Journal of Economic Literature*, 40 (2): 402-435.
- İbn Fâris, Ebu'l-Huseyn Ahmed, es-Sâhibî fi Fikhi'l-Luğati'l-'Arabiyye ve Mesâilihâ ve Suneni'l-'Arab fi Kelâmihâ, Thk. Mustafa eş-Şuveymî, Lübnan, 1963.
- Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, N., eds. (1999) *Wellbeing: The Foundations of Hedonic Psychology*, Russell Sage Foundation, New York.
- Karabulut, G. (2017), *Mutluluk ve İktisat*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Karani, A., Deshpande, R., Malls., Joyswal, M., (2021). "Testing the link between psychological contract, innovative behavior and multidimensional well-being during the COVID-19 pandemic" *International Journal of Sociology and Social Policy*, 1 (43): 13-21.
- Kline P. (1994). *An Easy Guide to Faktor Analysis*, Rotledge, New York.
- Layard, Richard (2005), "Happiness and Public Policy", LSE Health and Social Care Discussion Paper No: 14.
- McSharry, P.E., Smith A. (2006). A Dynamical Model For Generating Synthetic Electrocardiogra

- Signals', IEEE Transactions on Biomedical Engineering, 50(3): 289-294.
- Myers D. G., Diener, E (1995). Who is Happy. Psychological Science, 6(1): 10-17.
- Kahneman, D., Diener, E.,& Schwarz, N . , eds. (1999) Wellbeing: The Foundations of Hedonic Psychology, Russell Sage Foundation, New York.
- Odabaş, U. (2019). Eudeimonia'nın Sokratik Görünümü: Erdem Bilgidir ve Hiç Kimse Bilerek Kötülük Yapmaz, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23(1): 93-102.
- Özdamar K. (2002). Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi. (4. Baskı). Kaan Kitapevi, Eskişehir.
- Shams, K., Kadow, A. "COVID-19 and Subjective Well-Being in Urban Pakistan in the Beginning of the Pandemic: A Socio-Economic Analysis", *Applied Research Quality Life* (2022). <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10114-3>
- Sarıtaç, E. (2014). Faktör Analizinde Kmo ve Barlett Testi, [https:// enessaritac.blogspot.com](https://enessaritac.blogspot.com), (Erişim; 21.12.2019).
- Şeker, M. (2011). Mutluluk Ekonomisi. Sosyoloji Konferansları, 39: 115-1140.
- Kahneman, D., Diener, E.,& Schwarz, N . , eds. (1999) Wellbeing: The Foundations of Hedonic Psychology, Russell Sage Foundation, New York.
- Tabachnick, B. G, & Fideli, L.S. (2001). Using Multivariate Statistics (Fourth Edition).Boston: Ally And Bacon.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics (Sixth Edition). USA: Pearson Education Limited.
- Tatlidil, H. (2002). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz, Engin Yayınları, Ankara.
- Tenaglia, S. (2007). "Testing Theories on Happiness: A Questionnaire", Working Paper: 1-44, University of Tor Vergata, Roma.
- TDK (2005).Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Ünal, S. & Ceylan, C. (2008). "Tüketicileri Hedonik Alışverişe Yönelten Nedenler: İstanbul ve Erzurum İllerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 22, Sayı: 2, 265-284.
- Veenhoven, R. ve Dumludağ, D. (2015). "İktisat ve Mutluluk", İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar, Derleyenler: Devrim Dumludağ, Özge Gökdemir, Levent Neyse, Ester Ruben, 1.Baskı, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.