

HALET-İ RUHIYE MAGAZİN

SAYI 1 - OCAK 2025



Ipsos

"2025'te tamamen kendime ait bir alan yaratmayı manifest ediyorum. Bu ister küçük bir oda, ister sadece beni yansıtan bir yaşam alanı olsun. Kendimi yeniden tanıyabileceğim, üretkenliğimi artırabileceğim ve huzur bulabileceğim bir yer." (Erkek, 16, C1)

Türkiye 2025'te neleri "manifest" ediyor?

Ipsos UU ekibi olarak biz de değişimi anlamlandırmak için, Türkiye'de insanlar 2025 için ne bekliyorlar, neleri 'manifest ediyorlar' diye sorduk. Bu sorunun cevabını alırken insan beklentilerini sayılar üzerinden değil, neden ve nasıllarıyla irdeledik. Aldığımız cevapların güncel dünya trendleriyle ve değişimleriyle de paralel olduğunu fark ettik.



%63

**"gelecek belirsiz olduğu için
bugün için yaşıyorum/anı
yaşıyorum"**

Kaynak: Ipsos Global Trends, 2024



Türkiye 2025'te neleri "manifest" ediyor?: İçe dönüş ve bireyin yükselişi



Dünyada bir şeyler sürekli değişim içinde...

Peki, her sene değişen dünyanın ve insanların ardından geçen yılı anlatan, senenin kelimelerini seçiyoruz ama onlara bakıp o seneleri hatırlıyor muyuz? Yeni nesilleri adlandırıp onlara kendine has özellikler atamaktan çok hoşlanıyoruz, ama onları gerçekten tanımlayabiliyor muyuz? Gençlerin her sene daha da bireyselleştiği ve hiyerarşiye karşı kayıtsızlıkları bir klişe mi yoksa geri kalanların yaşlanması mı?

Açıkçası, herhangi bir Antik Yunan tragedyasını açıp baktığınızda havanın eskiden ne kadar daha güzel olduğundan ve bu bizim tanımladığımız aynı "bireyselleşmiş" gençlerden bahsediyorlar gibi. Cambridge 2024 senesinin kelimesi "manifest"i seçtiğinde, istediğimiz şeylerin gerçekleşmesi için ruhani adımlar atmak bu dünyada yeni bir fikir de değil gibi. Yüzyıllar sonra hala aynı şeyleri yaşıyor olamayız değil mi? Bu ayrımı yapabilmek, bizim değişimleri adlandırabilmemiz ve günümüzü anlayabilmemiz için bir bağlam yaratmamız şart. Bu değişimleri aydınlatabilmek için insanların neleri neden yaptıklarını, nasıl yaptıklarını anlamlandırabilmek de pazar araştırmasının temelini, kalitatif araştırmanın da kalbini oluşturuyor.



Ipsos UU ekibi olarak biz de değişimi anlamlandırmak için, Türkiye'de insanlar 2025 için ne bekliyorlar, neleri 'manifest ediyorlar' diye sorduk. Bu sorunun cevabını alırken insan beklentilerini sayılar üzerinden değil, neden ve nasıllarıyla irdeledik. Aldığımız cevapların güncel dünya trendleriyle, değişimleriyle de paralel olduğunu fark ettik.

Yeni Yılda Manifest Ettiklerimiz

Türkiye'de manifest ettiklerimiz, yeni yıl için hem kişisel hedefler hem de toplumsal isteklerin birleşimini ifade ediyor. Bu dilekler, bireylerin yeni yılda hayatlarında önemli değişiklikler yapma umutlarını yansıtıyor. İnsanlar, kariyerlerinde ilerlemek, yeni bir eve sahip olmak veya farklı ülkeleri gezip görmek gibi birçok isteği manifest ediyor. Bu, bireylerin kendilerini geliştirme ve özgün bir kimlik oluşturma çabalarını ortaya koyuyor. Aynı zamanda, seyahat etme isteği artarak, insanların yeni deneyimler kazanma isteğini güçlendiriyor. Bu kişisel hedefler ve arayışlar, cinsiyet ve yaş fark etmeksizin, herkeste ortaklaşıyor. Sorumuz aracılığıyla ulaşabildiklerimiz, 2025'ten, **hayatının hangi noktasında olursa olsun, tatmin etmesi materyal yollardan geçen ve ben-merkezci şeyleri manifest ediyor.**

Yeni temennilerimiz **artık toplumsal birliktelikten daha çok içe dönüş ve bireyselleşmeyi temsil ediyor.** Ekonomik ve politik durumların getirdiği bireyin kendine yer ve kimlik arayışı, huzur ve para dilekleri 2025'ten beklentileri bize açıkça gösteriyor.





"2025'te tamamen kendime ait bir alan yaratmayı manifest ediyorum. Bu ister küçük bir oda, ister sadece beni yansıtan bir yaşam alanı olsun. Kendimi yeniden tanıyabileceğim, üretkenliğimi artırabileceğim ve huzur bulabileceğim bir yer. Ayrıca bu yıl bir enstrüman çalmayı öğrenip müzikle daha fazla iç içe olmayı istiyorum. Hayatımda hem fiziksel hem de zihinsel bir yenilik arıyorum."

(Erkek, 16, C1)



"Yeni yıldan kolaylık istiyorum; sadece her şeyin kolay olmasını. Para kazanmak kolay olsun, huzur bulmak kolay olsun; kendi kendime yetebilip kimseye muhtaç olmayıp sonrasında mucizelerle karşılaşmak istiyorum. Falımda çıkan o güzel şeyleri görmek, duymak, istiyorum hissetmek istiyorum. Bir para koyup 10 para almak istiyorum."

(Kadın, 34, C1)

Kişisel arzuların yanı sıra, toplumsal ve çevresel konulara yönelik bir bilinç de mevcut. Daha empatik ve sürdürülebilir bir toplum isteği, özellikle çevreye duyarlılık ve sosyal adalet konularında kendini gösteriyor. İnsanlar, daha temiz bir çevre, adil bir toplum ve tüm canlıların haklarına saygı duyulan bir dünya için dileklerde bulunuyor. Böylece, kişisel ve toplumsal hedeflerin harmanlandığı bu tablo, yeni yılın getireceği fırsatlar için bir umut kaynağı oluşturuyor.



"Yeni yıl için dileğim son zamanlarda yaşanan ekonomik zorlukların 2025'te son bulması olur. Bu süreçte insanların refah içerisinde yaşamasını isterim. Bu arada benim evrene gönderdiğim tüm iyi dileklerin hiçbirisi olmadı ama olsun hala umudum var."

(Erkek, 44, C1)



"Kadın ve çocuk cinayetlerinin olmadığı bir yıl hayal ediyorum. Kendime bir hedef koydum kısmetse onu yapmaya çalışıyorum yani bir araba almak istiyorum, bu yıl olursa inşallah."

(Kadın, 41, B)

Manifest kelimesinin 2024'ü ifade etmesi de gerçeklerden kaçış eğiliminin kaçınılmazlığına işaret ediyor. Refah, güç gibi şeyleri "manifest" etmek, günümüz bağlamında bireylerin istediklerini somut olarak elde edemeyeceği ve bunun yarattığı umutsuzluktan kaynaklanıyor. **Ekonomik dengesizliklerin artması**, dünya-daki **politik eğilimlerin** sertleşmesi ve **geleceğe dair kaygıların** teknoloji üzerinden tetiklenmesi, **büyülü kaçış yollarının meşrulaşmasına yol açıyor**. Ancak bu kaçış yollarının toplum üzerinden okunmayıp, bireysel istekler, çözümler, önceki yıllardaki normalleşmiş olan temel, yetişkin hayatın kilometre taşları üzerinden ilerlemesi bireyselliğin ne kadar arttığını gösteriyor.

Günümüz dünyasında birey olma kavramı, hiç olmadığı kadar ön planda. Ipsos Global Trendler raporları da, bireylerin kendi kimliklerini bulma ve ifade etme arzusunun giderek arttığını ortaya koyuyor. Bu eğilim, globalleşme ve dijitalleşmenin etkisiyle, bireylerin kendi seslerini daha kolay duyurabilmesi ve kendi yollarını çizebilmesinden kaynaklanıyor. Ancak bu bireysellik arayışı, beraberinde bazı paradoksları da getiriyor. İşte burada, yeni nihilizm devreye giriyor.

Nouveau (Yeni) Nihilizm



Ev satın almak, evlenmek ve aile kurmak gibi dönüm noktaları söz konusu olduğunda artık nesiller arası bir kopukluk var. Finansal gerçekler bu hayalleri pek çok kişi için ulaşılmaz kılıyor. Bu durum, yarının belirsiz olması nedeniyle bugün için yaşamamanın daha iyi olduğu yönündeki düşünceyi besliyor. Ya da artık bireyler kişisel kontrolü ele almak için kendilerini güçsüz hissettiklerinden, bunun kendi kendine hallolacağına inanıyorlar. **%61'i "Önemli olan bugün hayatın tadını çıkarmak, gelecekte olacakları gelecekteki ben çözecektir."** ifadesiyle aynı fikirde olduklarını belirtiyor, **bu oran on yıl önce %50 idi**.

Hala birçok ülkede bu geleneksel kilometre taşlarına çok fazla öncelik veriliyor; hatta giderek artan sayıda insan bu kilometre taşlarına ulaşmadığını düşünüyor. Ayrıca, **%63'ü "gelecek belirsiz olduğu için bugün için yaşıyorum/anı yaşıyorum"** ifadesini kabul ediyor. Bu makro gerilim sonucu oluşan yeni-nihilist eğilimler insanları anı yaşamaya ve şimdi al, sonra öde ve kişisel borç ürünlerinin yükselişiyle örneklenen aceleci kararlar almaya itiyor. **İnsanların köprü kurmasına yardımcı olmak, yaşadıkları gerçeklik ile özelemleri arasındaki uçurum, hem markalar hem de hükümetler için bir fırsata dönüşüyor**. Hedonism – lüks tüketim, premiumlaşma ve anı yaşamak artarken; gerçeklerden kaçış isteği de "manifest" eğilimini besliyor. **Bu durum markalar üzerinde farklı stratejilerin üretimine yol açarken, siyasette de daha bireyci, dışlayıcı ve radikalleşen manifestolara dönüşüyor**.



Sonuç

2025 yılına girerken Türkiye'de ve dünya genelinde bireyselleşme eğiliminin artışı, bireylerin kendi kimliklerini bulma ve ifade etme arzusuyla birleşiyor. Ipsos UU'nun yaptığı kalitatif araştırmalar, insanların bireysel hedeflerini ve toplumsal dileklerini manifest etme çabalarının, ekonomik ve politik belirsizliklerin etkisiyle daha da güçlendiğini gösteriyor. İnsanlar, kişisel gelişim, huzur ve maddi refah gibi konulara odaklanırken, toplumsal ve çevresel sorumluluk bilinci de artıyor. Ancak bu, beraberinde nouveau nihilizm dediğimiz yeni bir yaklaşımı getiriyor; nesiller arası kopukluklar ve finansal zorluklar, bireyleri anı yaşamaya ve geleceği belirsiz bir olgu olarak görmeye itiyor. Bu durum, markalar için bireylerin gerçeklikleri ile özlemleri arasındaki boşluğu doldurmak adına yeni fırsatlar yaratıyor. 2025 yılı, bireyselliğin ve manifest etmenin, hem kişisel hem de toplumsal düzeyde yeni hikayeler yaratacağı bir yıl olarak şekilleniyor. Bu hikayeleri anlamlandırabilmek de kalitatif araştırmadan geçiyor.

Detaylı bilgi almak için TR-UU-haletiruhiye@ipsos.com ile iletişime geçebilirsiniz.

