

# **KONDA**

# **Barometresi**

**TEMALAR**

**Türkiye'deki Ortalama İnsan Kim?**  
***Ocak 2016***

*(Bu rapor abonelerimizle yaptığımız sözleşmelere uygun olarak yayınlanmıştır.)*

**KONDA**  
ARAŞTIRMA VE DANIŞMANLIK



## **İÇİNDEKİLER**

<b>1. YÖNETİCİ ÖZETİ .....</b>	<b>4</b>
<b>2. ORTALAMA TÜRKİYE İNSANI.....</b>	<b>5</b>
2.1. Giriş.....	5
2.2. Ortalama İnsan Kimdir? .....	7
2.3. Farkındalık Endeksi: Algı ve Gerçek Durum Karşılaştırması.....	9
2.4. Toplumsal Kümelerin Ortalama Türkiye İnsanına Bakışı .....	23
2.5. Ortalama İnsana Yakınlık-Uzaklık .....	30
2.6. Değerlendirme .....	38
<b>3. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ .....</b>	<b>40</b>
3.1. Araştırmanın Genel Tanımı.....	40
3.2. Örneklem .....	40
<b>4. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI .....</b>	<b>42</b>
4.1. Deneklerin Profili .....	42
4.2. Ortalama Türkiye İnsanı .....	46
<b>5. TERİMLER SÖZLÜĞÜ .....</b>	<b>60</b>





## 1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapora esas olan araştırma 9-10 Ocak tarihlerinde 28 ilin merkez dahil 101 ilçesine bağlı 148 mahalle ve köyünde 2511 kişiyle, hanelerinde yüzyüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

### **AYIN TEMASI: ORTALAMA TÜRKİYE İNSANI**

2016 yılındaki ilk araştırmamızda, bireylerin farklı durumlardaki farklı önceliklerini ve bu önceliklerin farklı aidiyet ve kimlik mekanizmalarını nasıl harekete geçirdiğini anlamak amacıyla tema olarak ortalama insanı ele aldık. Görüştüğümüz kişilerden Türkiye'deki ortalama/tipik insanı hayal ederek, bu insanın değerleri, alışkanlıkları, karakter özellikleri konusundaki tanımlarını söylemelerini istedik ve bu insana ne kadar benzediklerini, yakın hissettiklerini sorduk. Geçmişte ölçtüğümüz pratiklere, değerler ve sahipliklere dair gerçek durumla karşılaştırabildiğimiz özelliklerin bazılarını toplum çok doğru tespit ederken, bazılarını yanlış tespit etti. Örneğin ortalama bir insanın kredi kartına veya akıllı telefona sahip olduğu çok yüksek oranda zannedilirken, gerçekte bu oran oldukça düşük. Buna karşılık ortalama insan için hayal edilen geçim durumu, ibadet alışkanlıkları, gerçekteki duruma çok yakın. Toplum geneli ortalama insanın özellikleri konusunda yer yer doğru, yer yer yanlış tespit etse de, insanlar bu ortalama Türkiye insanına oldukça benzediklerini düşünüyorlar ve ailelerine mensup biri olarak görmek isteyeceklerini, yani arzulanır bir durum olduğunu belirtiyorlar.

Ortalama insan tasvirinin en net şekilde üç temel bakış açısı üzerinden anlaşılır olduğu görülüyor; cinsiyet, hayat tarzı ve siyasi parti seçmenliği. Kadınların tasvirleri erkeklere göre, Modernlerinki diğer iki muhafazakâr hayat tarzı kümesine göre ve CHP-HDP seçmenininki Ak Parti-MHP seçmenine göre daha fazla dalgalanıyor. Çünkü erkeklerin, muhafazakâr hayat tarzı kümelerinin ve Ak Parti-MHP seçmeninin tasvir ettikleri ortalama Türkiye insanı birbirlerine kadınların, Modernlerin ve CHP-HDP seçmenlerinin tasvir ettiklerine kıyasla çok daha fazla benzemiyor, bu tanımlar birbirleri üzerine adeta oturuyor. Bu yüzden de zihinlerindeki ortalama Türkiye insanı ile toplumsal hayatta temas ettikleri insanlar arasındaki mesafe birbirine daha yakındır.



## 2. ORTALAMA TÜRKİYE İNSANI

### 2.1. Giriş

Abonelerimizi yılbaşında bilgilendirdiğimiz üzere, 2016 boyunca KONDA Barometreleri tematik olarak çeşitlilik gösterecek olsa da arka planda bu farklı temaları birleştiren bir unsur, ya da daha net tanımıyla, cevaplama çalışacağımız ortak bir soru bulunuyor. Bireylerin farklı durumlarda farklı öncelikleri olduğu yönündeki gözlemimizden ve bu önceliklerin farklı aidiyet ve kimlik mekanizmalarını harekete geçirdiği tezinden yola çıkarak, karşı karşıya oldukları tüm yerel ve küresel, politik ve ekonomik, etik ve pragmatik dinamikler karşısında nasıl savunma mekanizması oluşturduklarını, oyun planı kurduklarını anlamayı hedefliyoruz. Sandıkta seçmen kimliği ön plana çıkan kişinin, araba satın almaya niyetlendiğinde tüketici kimliği ön plana çıkıyor. Ancak bu kimlikler arasında sıkı bağlar oluşuyor ve bu bağların birbirini etkilemesi ve hatta dönüştürmesi sıklıkla şahit olduğumuz bir durum. Bundan dolayı, yukarıda sözünü ettiğimiz oyun planını anlamaya yönelik olarak bahsettiğimiz farklı kimlikler ve hayatlarındaki farklı alanlar arasında ne tür bir etkileşim olduğunu, ülkedeki en büyük olaylarla gündelik hayatlarındaki en küçük seçimleri arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya amaçlıyoruz.

Ocak'16 Barometresi işte bu nedenle ortalama Türkiye insanına odaklanıyor. Ancak ortalama insanı bizim nasıl gördüğümüz ve tespit ettiğimiz üzerinden değil, araştırmada görüştüğümüz kişilerin sesleri ve nasıl gördükleri üzerinden tanımlıyoruz. Bu amaçla görüştüğümüz kişilere Türkiye'deki ortalama insanın demografik özelliklerinin, ekonomik durumunun, sahipliklerinin, değerlerinin, karakter özelliklerinin neler olduğunu düşündüklerini, ortalama Türkiye insanı hakkında ne bildiklerini sorduk. Bu tanımların farklılaşan demografik gruplar, ekonomik sınıflar, siyasi seçmenler ve diğer topluluklar nezdinde nasıl değiştiğini ve benzeştiğini anlamaya çalışacağız. Sınırlı sayıda abone için gerçekleştirdiğimiz **KONDA 2015 Hayat Tarzları Araştırması**'nda da<sup>1</sup> bahsettiğimiz üzere, bireylerin değerleri ve pratikleri arasında yarıklar bulunuyor. İlk bakışta tutarsızlıklar içeriyor gibi duran bu yarıkların seçmenlerin ve tüketicilerin toplumsal davranışlarını en net şekilde gözlemleyebileceğimiz alanlar olduğunu tespit etmiştik. Burada ise bu tespitimize ikinci bir katman ekliyor ve karşısındaki diğer bireylere dair algılarının bireylerin kendi kişisel davranışlarını nasıl etkilediğini anlamaya çalışıyoruz. Özetle, toplumsal hayatta kişilerin sokakta veya kamusal alanı paylaştığı herhangi bir yerde karşılaştığı ortalama insanın ne olduğu, neye benzediğiyle ilgili algılarının toplumsal davranışlarını nasıl etkilediğini araştırıyoruz.

Erving Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (The Presentation of Self in Everyday Life) (1969) adlı kitabında, toplumsal ilişkilerin üç farklı düzeydeki algısı üzerinden oluştuğunu iddia eder:

- (i) bireyin kendisini nasıl gördüğü,

---

<sup>1</sup> KONDA 2015 Hayat Tarzları Araştırması, saha çalışmasını Şubat 2015'te yaptığımız ve Türkiye'de hayat tarzlarını, modern ve geleneksel değerleri ve pratikleri incelediğimiz kapsamlı bir araştırmadır. Türkiye genelinde 39 ilde 5222 kişiyle yüz yüze yapılan araştırmada ortaya çıkardığımız 7 hayat tarzı kümesi, hem farklı toplumsal grupları anlamayı, hem de SES grupları içindeki sosyolojik farkları ortaya koymayı sağlamaktadır.



- (ii) karşısındaki bireyi nasıl gördüğü ve
- (iii) en önemlisi, bireyin karşısındakinin kendisi hakkında ne düşünüyor olabileceği üzerine çıkarımı.

Böylelikle, karşımızdakinin bizim hakkımızda ne düşünüyor olabileceği üzerine tahminimizin (bu tahminimiz yanlış olsa bile) toplumsal hayattaki davranışlarımızı etkilediğini söyleyebiliriz. Benzer şekilde, kişinin karşısındaki insanı ne şekillerde farklı gördüğü, gerek kendine, gerek içinde bulunduğu çevreye dair bilgi veriyor olmalıdır. Bu yüzden rapor boyunca toplumsal referans noktaları adını verdiğimiz bu algı ve çıkarımlar topluma dair üç temel bilgiyi gözler önüne sunuyor.

- **Bireyin içinde yaşadığı topluma dair algılarının gerçekle ne kadar örtüştüğü.** Eğer bu algının gerçek durumla ne kadar örtüştüğünü tespit edebilirsek Türkiye’de muhafazakârlığın ve modernliğin, siyasetin ve partizanlığın, zenginliğin ve fakirliğin ve hatta endişe ve güvenin ne derecede hissedildiklerine dair yorumda bulunabiliriz. Bulgularımız gösteriyor ki Türkiye aslında kendini olduğundan daha çok muhafazakâr sanıyor. Örneğin kürtaj karşıtlığı toplumun sandığından daha az ve iki insanın evlenmesi için aynı dinden ya da etnik kökenden olmaları sanıldığı kadar gerekli görülüyor. Bazı konularda ise sandığımızdan daha muhafazakâr. Sandığımız kadar içki tüketmiyor ve sandığımızdan daha sık namaz kılip oruç tutuyoruz. İşte bu türden farklılıkları toplumsal farkındalık endeksi dediğimiz bir ölçüt üzerinden değerlendirmek mümkün olacaktır.
- **Bireylerin etraflarındaki insanlara dair tespitleri, aynı zamanda içinde yaşadıkları çevre** üzerine de fikir veriyor olmalıdır. Bir önceki maddede muhafazakârlık ve modernlikle ilişkili tespitlerimize dayanarak, bireylerin ortalama insana dair kendi tanımlarının aynı zamanda kiminle temas ettiklerine ya da en çok kiminle temas etmekten korktuklarına işaret ediyor olabileceğini söyleyebiliriz. Bu türden temas alanlarını tanımlamamız durumunda, bazı kesimlerin içinde yaşadıkları ‘balon’un ve başka bazı kesimler içinse hissettikleri ‘mahalle baskısı’nın, ister gerçek olsun, ister hayal edilsin, niteliğini ortaya koyabileceğiz. Türkiye’de “din elden gidiyor” ya da tam tersine “modernlik elden gidiyor” diyenler gündelik hayatlarında nasıl gözlemler yapıyorlar ve nasıl bir toplum içinde yaşadıklarını düşünüyorlar? Muhafazakârlaşmayı ve modernleşmeyi ne kadar şiddetli biçimde hissediyorlar? Ortalama insanı tanımlarken yaşadıkları çevreye dair en çok fikir veren özelliğin, insanların kendilerini tanımlarken kullandıkları hayat tarzı kümesi olduğunu gördük ve buna göre karşılaştırmalar yapıyoruz.
- **Ortalama insan olmak arzulanır bir durum mu?** Son olarak bunu inceleyeceğiz. Önceki maddeden hareketle, ortalama insanın farklı toplumsal gruplar için farklı anlamları olduğunu görüyoruz. Bazılarının erişmek istediği bir toplumsal konumken, bazıları için ise tercih edilmez bir sınıf ve statü olarak karşımıza çıkıyor. Biz de bu noktada, tek bir tanımlama getirmek yerine, ortada ve ortalama olmanın olumlu ve olumsuz anlamlarını irdeliyor ve farklılaşan demografik gruplar, ekonomik sınıflar ve siyasi seçmenler nezdinde birer ‘ortalama insan’ tanımı sunuyoruz.



Bu tespitlerden hareketle ortalama Türkiye insanına dair tamamını kabaca üçe ayırabiliriz. İlk bölümde; genel toplumsal eğilimlere bakacak ve gerek değer yargıları, gerekse aidiyetler üzerinden algı ve gerçek durum arasında karşılaştırma yapacağız. İkinci bölümde; toplumsal temas alanlarını tanımlama amacıyla, farklı toplumsal grupların gözünde ortalama insanın hangi özelliklerinin ayırt edici ve benzeştirici olduklarına bakacağız. Son bölümde; farklı toplumsal gruplar için değişken olan, ortalama insan olma halinin ne kadar arzulanır olduğuna bakacak ve buna ek olarak kişiye atfedilen ekonomik, sosyal veya siyasi özellikler gibi kıstasların hangilerinin toplumsal uzlaşa için kabul gördüğüne kafa yoracağız.

## 2.2. Ortalama İnsan Kimdir?

Araştırmanın saha çalışmasında kullanılan, ortalama insana dair sorulara geçmeden önce anketörlerimiz şu cümleyi okudular:

*“Şimdi sizden Türkiye’deki ortalama/tipik insanı, yurdum insanını düşünmenizi isteyeceğim ve bu insan hakkında sorular yönelteceğim.”*

Ardından görüştükleri kişilerin hayal ettikleri bu ortalama insanın değerleri, karakter özellikleri, geçimi, alışkanlıkları ve sahiplikleri gibi konularda tahminde bulunmalarını, tanımlamalar yapmalarını istediler. Bu tanımlamalar bize Türkiye’de ortalama insanın kim olduğunu, halkın toplamının Türkiye’deki ortalama insanı nasıl gördüğünü ortaya koyma fırsatı sunuyor. Bir sonraki sayfadaki görsel Türkiye’deki ortalama insanla ilgili bulgularımızı özetliyor.

Tarif edilen kişi çoğunlukla, orta öğretim ya da lise mezunu, dindar, çekirdek ailesiyle yaşayan, orta alt gelir grubunda 30-40 yaş civarında bir erkektir. Üstelik görüşülen kişilerin yüzde 87’si bu tarif ettikleri kişinin Ak Parti seçmeni olduğunu belirtmişlerdir. Bu gözlemden yola çıkarak, deneklerin toplumda en çok görüldüğünü düşündükleri kişiyi ortalama insan olarak tarif ettiklerini söyleyebiliriz. Yani bir anlamda görüştüğümüz kişiler bize ortalama insan adı altında Türkiye toplumunun istatistiki modunu, bir diğer deyişle tepedeğerini tarif etmişlerdir.





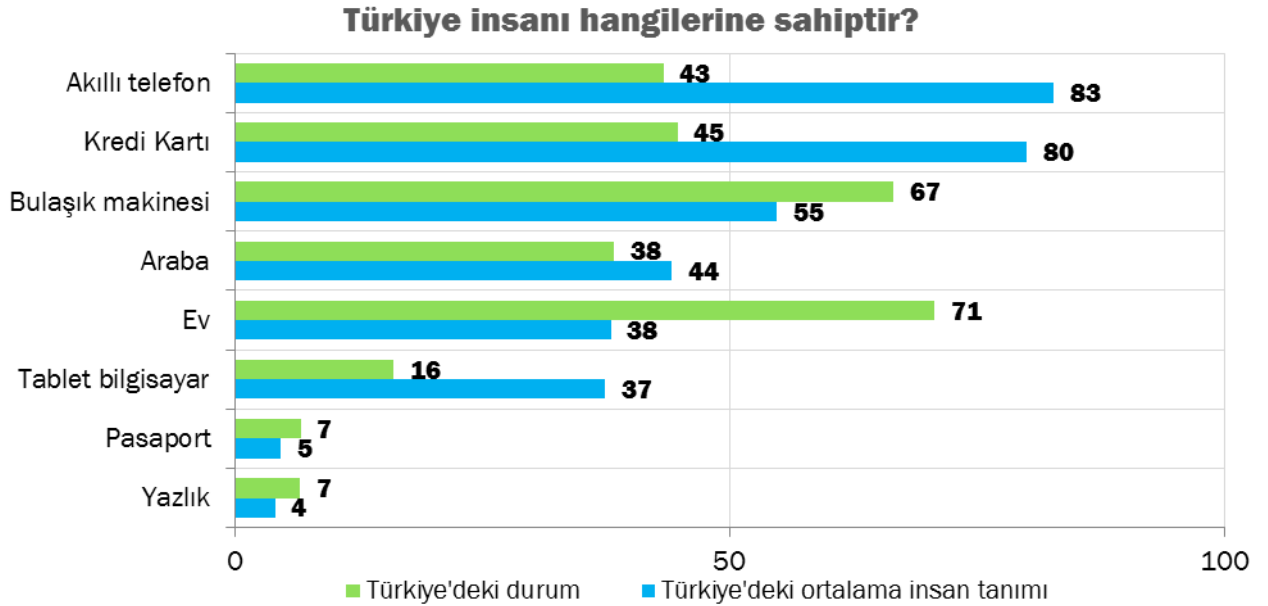


### 2.3. Farkındalık Endeksi: Algı ve Gerçek Durum Karşılaştırması

Bu tanımlamaların bazılarına, özellikle değerlere ve sahipliklere dair Türkiye'deki gerçek durumu, yani gerçek ortalamaları bildiğimiz için insanların ortalama/tipik insanla ilgili tahminiyle, gerçek durumu karşılaştırma olanağımız bulunuyor. Örneğin Türkiye'de insanların ne kadarının kredi kartı sahibi olduğunu biliyoruz ve bu araştırmada ortalama bir insanın kredi kartı sahibi olup olmadığını görüştüğümüz kişilere soruyoruz. Böylelikle, ikisi arasında bir karşılaştırma yapabiliyoruz. Gerçek sahiplik oranıyla, ortalama insan hakkındaki tahminlerin toplamını karşılaştırmak ilk bakışta anlamsız gibi görünse de, tahminler "kalabalıkların aklı" sayesinde gerçek duruma çok yakın da olabiliyor ve toplumun bazı konularda doğru, sağlıklı tespit yapıp bazılarında yapamaması oldukça açıklayıcı hale gelebiliyor.

Bu bölümde Türkiye toplumunun iki temel meseleye, değer ve anlam dünyasına ve sahipliklere yaklaşımı üzerinden, gerçekte olan durumla ilgili ne kadar sağlıklı durum tespiti yapabildiğini ele alıyor ve sağlıklı durum tespiti yapamadığı noktalarda bunun olası sebepleri üzerine kafa yoruyoruz.

#### Sahiplikler



İlk olarak sahiplikleri incelediğimizde, yukarıdaki grafikte de ortaya çıktığı üzere farklı kalemlerde Türkiye toplumunun farklılaşan tespitleri olduğunu görüyoruz. Araştırmada görüştüğümüz kişilere hayal ettikleri ortalama bir insanın kredi kartı, akıllı telefon, pasaport veya yazlık gibi bazı şeylere sahip olduğu düşünüp düşünmediklerini sorduk ve bulguları KONDA 2015 Hayat Tarzları'nın ortaya koyduğu oranlarla karşılaştırdık.

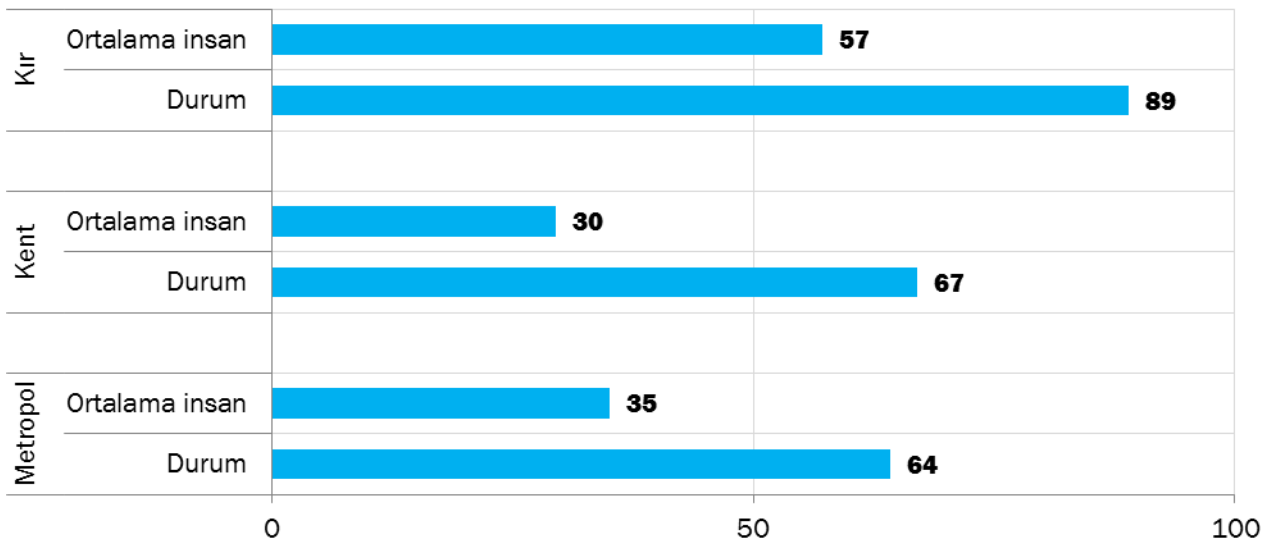
Öyle görünüyor ki Türkiye'de son teknolojik ürünlere sandığımızdan daha az erişimimiz var; nüfusun yüzde 43'ü akıllı telefona sahipken, görüştüğümüz kişilerin yüzde 83'ü Türkiye'deki ortalama bir insanın akıllı telefona sahip olduğunu düşünüyor.



Yine benzer şekilde gerçekte yetişkin nüfusun yüzde 45'inin kredi kartı varken, toplumun yüzde 80'i ortalama bir insanın kredi kartı sahibi olduğunu belirtmiş. Tableti olanlar gerçekte yüzde 16 iken, toplumun yüzde 37'si ortalama bir insanın tableti vardır diye gözlemlenmiş. Son olarak araba sahipliğinde yine sandığımızdan biraz daha kötü durumdayız; gerçekte yüzde 38 araba sahibiyken, toplumun yüzde 44'ü ortalama bir insanın araba sahibi olduğu şeklinde bir sonuca ulaşmış. Bu durumu belki de bu kalemlerin aslında kamusal alanda, yani evin dışında, internette ve medyada gerçekte var olduklarından daha görünür olmalarıyla açıklayabiliriz. Kredi kartı ile alışveriş yapmak, araba kullanmak, tablet ve akıllı telefon sahibi olmak bir taraftan medya aracılığıyla daha arzulanır kılınırken, diğer bir taraftan orta-sınıflaşmanın ve refaha kavuşmanın doğal birer getirisi olarak görülmelerinden dolayı, olduklarından daha yoğun olarak algılanmış olabilirler.

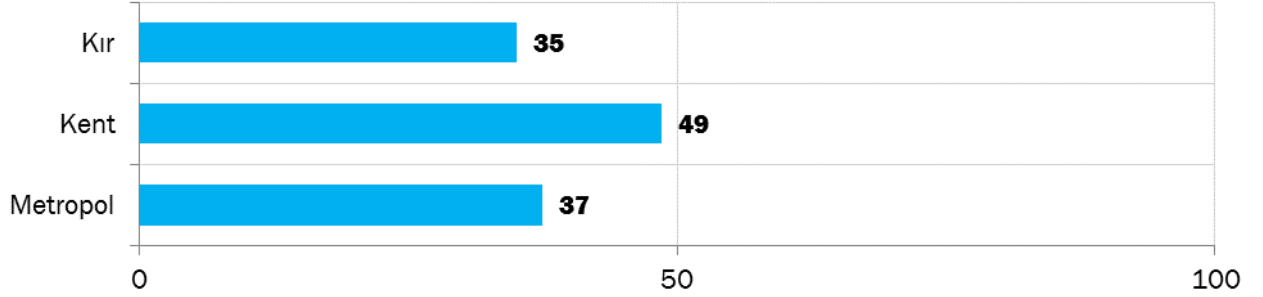
Yukarıda bahsettiğimiz duruma tezat olarak, ev sahipliğinde toplum olarak sandığımızdan oldukça daha iyi durumdayız. Toplumun yüzde 38'i ortalama insanın bir evi olduğu şeklinde bir sonuca ulaşırken, aslında Türkiye'de yüzde 70'in kendi evi vardır. Ev sahibi olmamak Türkiye'de çoğunluğun temel sorunlarından biri olmadığı halde, toplumun geneli neden ezici çoğunluğun ev sahibi olmadığını düşünüyor? Temas etmenin ev sahipliğiyle ilgili algıda etkili olduğunu farklı yerleşim yerlerinde yaşayanların bakışlarından anlıyoruz. Kırsalda yaşayanlar daha fazla ev sahibi ve ortalama ev sahipliğini yüksek tahmin ediyorlar. Halbuki kentlerde ve metropollerde hem ev sahipliği hem de ev sahipliğine dair tahmin daha düşük. Üstelik gerçekte tahmin arasındaki fark en fazla kentlerde görülüyor (37 puan) ve kentlerde yaşayanların daha büyük bölümü ileride ev sahibi olmayı arzuluyor. Yine de ev sahibi olmanın medya üzerinden ne şekillerde teşvik edildiğine dair kafa yormak gerekiyor. Böyle bir algı ortaya çıkmasında Türkiye ekonomisinin en temel sektörlerinden birinin inşaat sektörü olmasının olası payı gözardı edilmemelidir.

### Ev sahipliği oranları (tahmin ve durum)



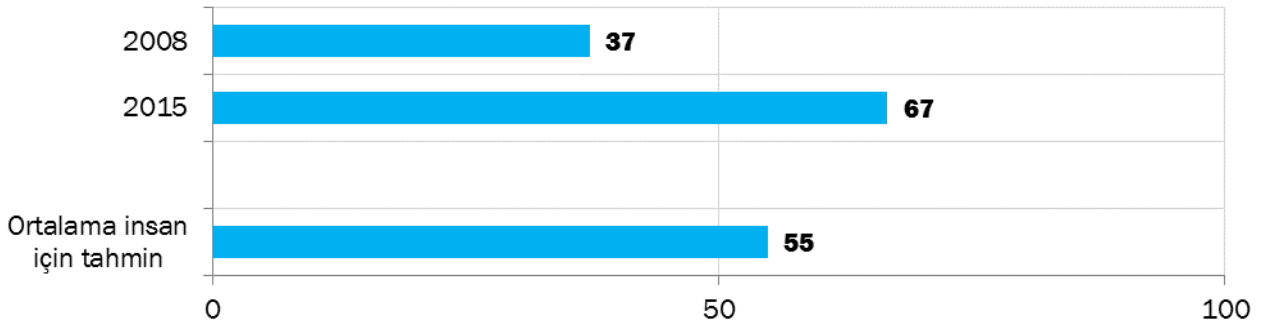


### 30 ila 50 bin lirası olsa ev/yazlık satın almak isteyenler (Aralık'15)



Bulaşık makinesine sahip olma oranı da ev sahibi olma oranı gibi gerçekte olandan daha düşük tahmin ediliyor. KONDA bulgularına göre, Türkiye’de bulaşık makinesi sahibi olanlar son 7 yılda yüzde 37’den yüzde 67’ye hızla artmış durumda. Buna rağmen toplumun yüzde 55’i ortalama bir insanın buna sahip olduğunu düşünüyor. Bulaşık makinesi ülkemizde genel olarak kadına verilen değer bir göstergesi olarak algılandığı için, bulaşık makinesine sandığımızdan daha yüksek oranda sahip olan bir toplum olmamız yine kadın odaklı bir bakış açısı üzerinden açıklanmalıdır. Bulaşık makinesinin hızla yaygınlaşmasına rağmen kadına verilen değer buna görece çok daha yavaş şekilde değiştiğini ve dönüştüğünü söyleyebiliriz. Bir taraftan *pratikte* kadınların ev içlerindeki ve toplumsal hayattaki rolleri ve bu değişen rollerin bir göstergesi olarak bulaşık makinesi sahipliği artarken, *söylemde* ev işleri ve kadınlık arasında hâlâ bir bağ bulunuyor.

### Bulaşık makinesi sahipliği oranı



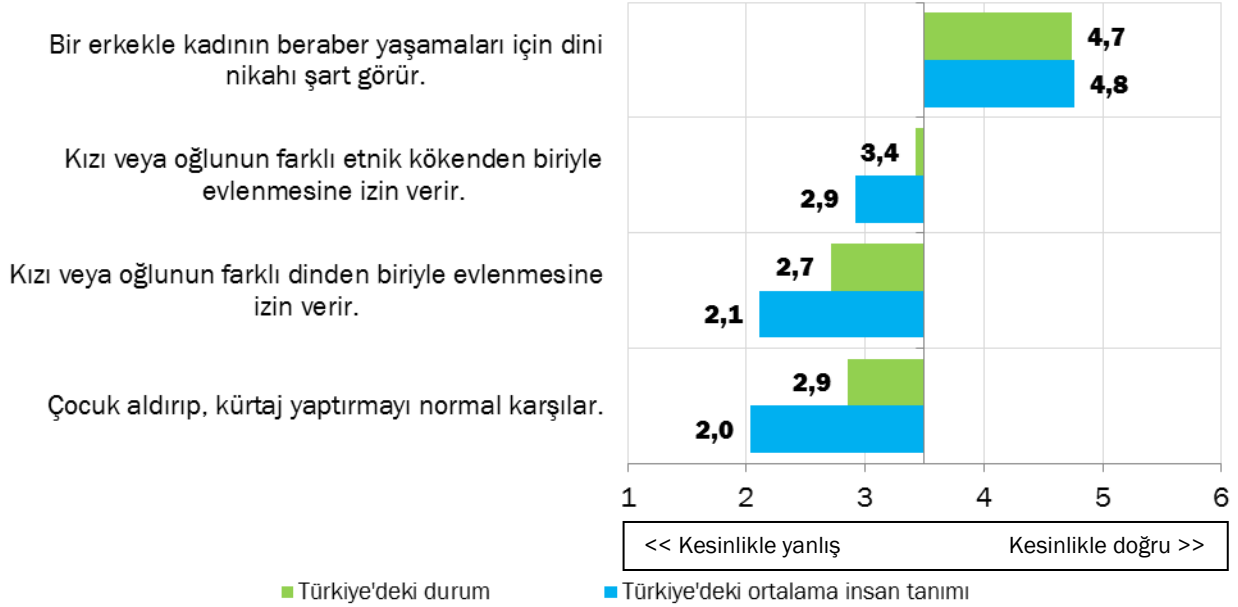
### Değerler

Bu bölümde değer dünyamızda kim olduğumuza dair tespitlerimizin gerçekteki durumla ne kadar örtüştüğünü ele alıyoruz. Aşağıdaki grafikte de gördüğümüz üzere Türkiye toplumu bazı konularda gerçekçi gözlem ve tespitler yapabilirken, başka bazı konularda değişen oranlarda yanılıyor. “Ortalama Türkiye insanı bir erkekle kadının beraber yaşamaları için dini nikâhı şart görür” önermesine verilen cevaplarla toplumun “Bir erkekle kadının beraber yaşamaları için dini nikâh şarttır” önermesindeki genel eğilimi örtüşüyor. Başka bir deyişle, kişilerin karşısındaki insanın vereceğini düşündüğü muhtemel cevapla gerçekte kendilerinin verdikleri cevaplar birebir örtüşmüştür. Kısacası, Türkiye toplumunu temsil eden deneklerimiz kendilerince Türkiye toplumundaki ortalama insanı temsil eden kişiyle fikir ayrımına



düşmemiştir. Bu noktada (1 kesinlikle yanlış ve 6 kesinlikle doğru olmak üzere) 4,7/4,8 cevapları ile dini nikahın şart olması iki türlü de oldukça doğru bulunuyor.

### Muhafazakâr değerler karşılaştırması

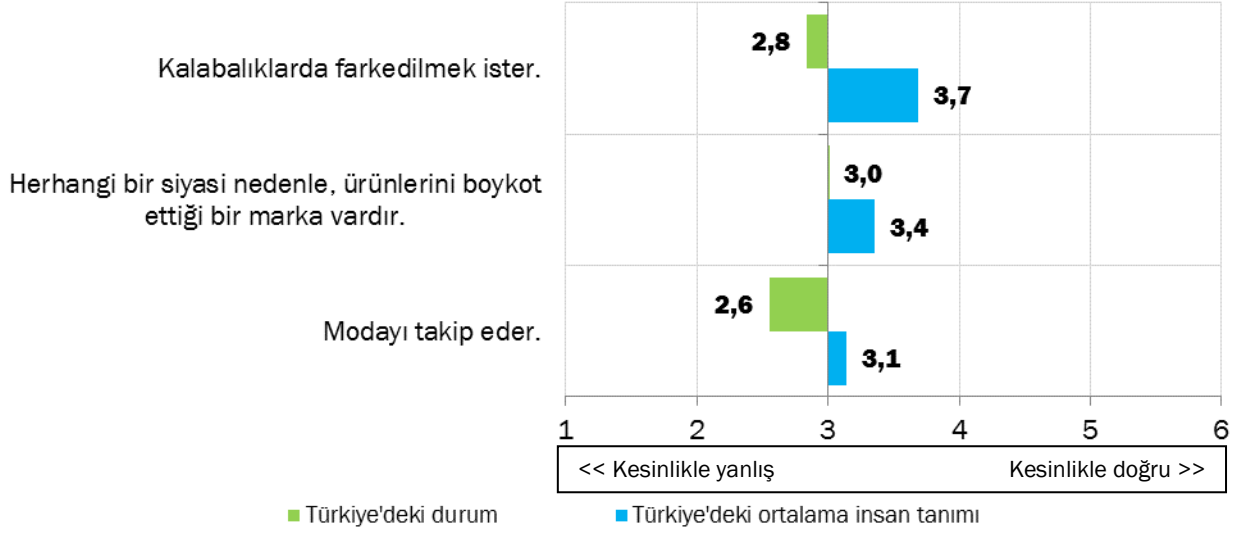


Ancak; değerlere yönelik sorduğumuz diğer üç soruda Türkiye toplumundaki bireyler kendi zihinlerindeki ortalama Türkiye insanıyla fikir ayrılığı içindedir. Yukarıdaki grafikten hareketle, Türkiye insanı farklı etnik kökenlerden ve dinlerden insanların evlenmesine ve hatta kürtaja sanıldığından aslında daha olumlu yaklaşıyor. Bu nokta, raporun başından beri dile getirdiğimiz bir tezimizi düşünme imkanı sağlıyor. Bireyler karşılarındaki ortalama insanı kendilerinden daha muhafazakâr sanabiliyor. Belki de burada sosyolog ve siyaset bilimci Şerif Mardin'in kavramsallaştırdığı *mahalle baskısı*'nin şiddeti üzerine doğrudan gözlem yapma fırsatımız ortaya çıkıyor.

Aşağıdaki grafikte sözünü ettiğimiz bu mahalle baskısını farklı boyutlarda gözlemliyoruz. Öyle görünüyor ki, Türkiye ortalaması kendini ifade etmek konusunda toplumun sandığı kadar dışavurumcu değildir. Görüştüğümüz kişiler "Kalabalıklarda farkedilmek isterim" önermesini 2,8 ile kısmen yanlış bulurken, "Ortalama Türkiye insanı kalabalıklarda farkedilmek ister" önermesini 3,7 ile aslında ne doğru ne de yanlış bulmuşlar. Toplum geneli "modayı takip ederim" önermesine cevaben 2,6 ile aslında pek takip etmediğini belirtirken, "ortalama Türkiye insanı modayı takip eder" önermesine 3,1 ile biraz daha fazla katılmış. Benzer şekilde, siyasi nedenlerle herhangi bir ürünü boykot, siyasi bir ifade biçimi olarak, Türkiye'de bireylerin sandığı kadar yaygın değildir.

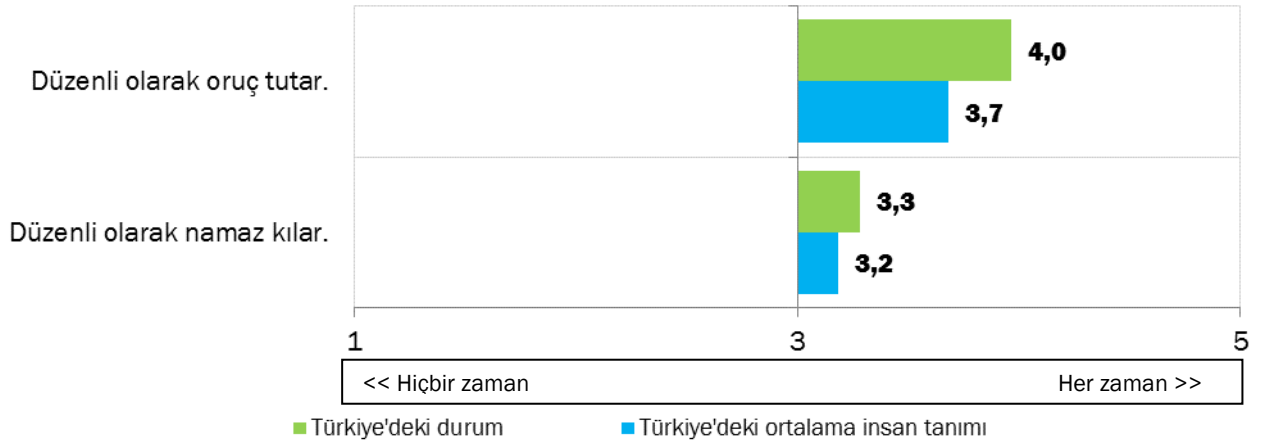


### Dışavurumcu değerler karşılaştırması



Son olarak; iki önemli dini pratiğe, ibadete göz atalım. Grafikte de ortaya çıktığı gibi, Türkiye’de bireylerin düşündüğünden daha yaygın şekilde oruç tutuluyor. Namaz kılmak konusunda ise kişilerin kendi ibadet alışkanlıklarıyla karşılarındaki insanlara atfettikleri alışkanlıklar neredeyse örtüşüyor. Diğer bir deyişle, ortalamada ne sıklıkta namaz kılındığı konusunda toplum doğru tahminde bulunuyor veya sağlıklı tespit yapmış durumda diyebiliriz. Bunun temel nedenini araştırmamızın çerçevesi içinde tespit edemeyebiliriz. Ancak orucun namaza kıyasla, daha bireysel (dış dünyada daha az görünür ve daha az ritüel içeren) bir ibadet olmasıyla açıklanabilir.

### İbadet sıklığı karşılaştırması



İçki içmek konusu, Türkiye’de dini ve muhafazakâr değerleri ve pratikleri bir arada değerlendirmemizi sağlıyor. İnsanlar kendileri içki içmiyorlarsa dahi, farklı politik, kültürel ve ahlaki nedenlerden dolayı karşılarındaki insan için “içebilir” veya “içmesin” şeklinde beyanlarda bulunabiliyor. KONDA 2015 Hayat Tarzları Araştırması’nda toplumun içki içenler ve içmeyenler arasında ayrıldığı kadar,



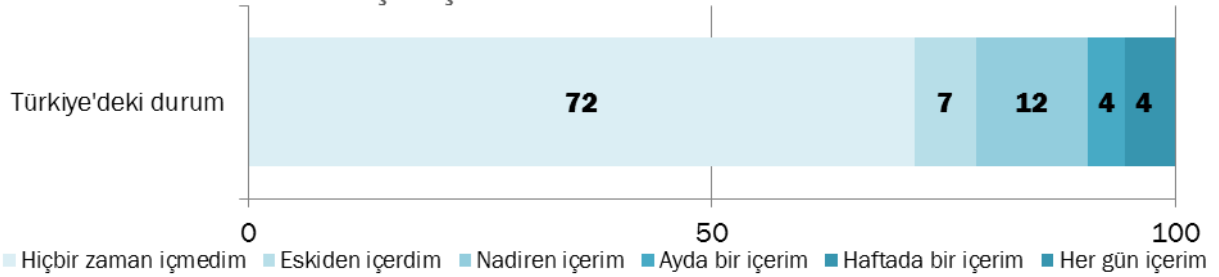
karşısındaki insanın içki içip içmemesi konusundaki yaklaşımına göre de kabaca ikiye ayrıldığı yönünde önemli bir bulgu elde etmiştik.

### İçki içmeyenlerin içmeye bakışı (2015 Hayat Tarzları)

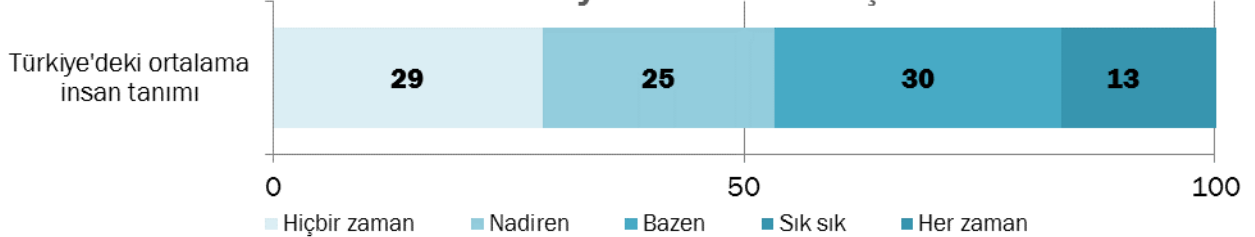


Aşağıdaki grafikte ise kişilerin kendi içki içme pratikleri ile karşılarındaki ortalama Türkiye insanına atfettikleri yargı arasındaki ayrılığı görüyoruz. Gerçekte Türkiye’de bireylerin yüzde 72’si asla içki içmediğini belirtirken, genel algı neredeyse bunun tam tersi olarak yüzde 29’un hiç içki içmediği şeklinde olmuş. Her 10 kişiden 7’si içki içmezken, toplum ortalama insanı tanımlarken ancak 10 kişiden 3’ü bu insanın içki içmediğini düşünüyor. Yine bunu tasdiklercesine, toplumun yüzde 8’i her hafta içtiğini belirtirken, genel algı yüzde 13’ün her zaman içtiği şeklinde olmuş.

### İçki içer misiniz? Ne sıklıkta?



### "Ortalama Türkiye insanı alkollü içki tüketir."

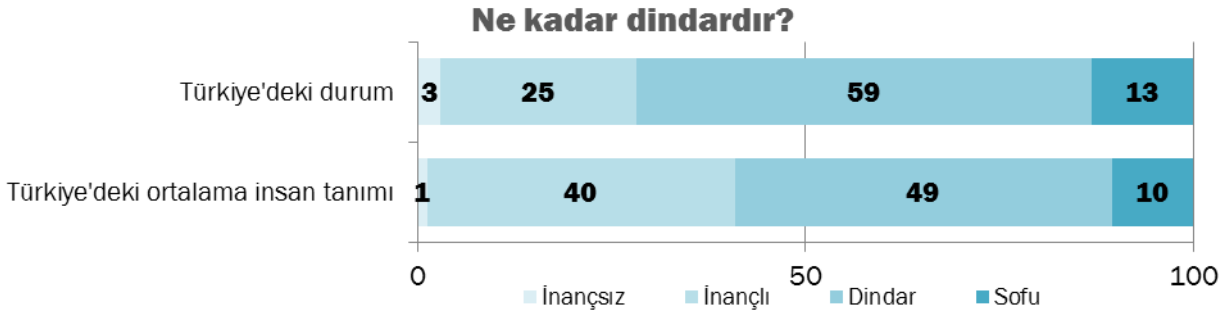


Bireylerin sandığından çok daha az içki içilen bir ülke olduğumuz anlaşılıyor. Bu durumun pek çok nedeni olabilir ancak alkol kısıtlamalarına ve alkolün reklam yoluyla pazarlanmasının yasaklanmasına rağmen, neden gerçek duruma göre çok orantısız bir şekilde içki içildiğini öngördükleri üzerine ciddi şekilde düşünmek gerekiyor. Burada iki olasılık söz konusu. Birincisi; insanlar kendilerine yakın gördükleri bir



insanı tasvir etmiyor olabilirler. Dolayısıyla, zihinlerindeki ortalama insan doğrudan gözlemleyebildikleri, tanıdıkları birisi değil de daha ziyade hayal ettikleri birisidir. Ancak sahipliklere ve ibadete dair karşılaştırmaları hatırlarsak görüşülen kişiler toplamda bazı konularda doğru gözlem de yapabiliyorlar. Ayrıca ilerleyen sayfalarda da okuyacağımız gibi, çoğunluk kendini ortalama insana yakın görüyor. Kısacası, bu seçenek hâlâ üzerine düşünmemiz gereken bir olasılık olmakla birlikte, bu durumu tamamiyle açıklayamıyor.

İkinci bir seçenek ise, görüşülen kişilerin–aynen akıllı telefon sahipliğinde olduğu gibi–sadece ve sadece üzerine çok konuşulur olmasından, gündemi sürekli olarak meşgul etmesinden, yani kendisi kamusal alanda görünmese bile tartışmasının sürüp gitmesinden dolayı, içkinin gerçekte olan durumdan daha yaygın içildiğini tahayyül ediyor olmasıdır. Bu noktada içki içmeyen her iki kişiden birinin başkalarının içmesinde bir sorun görmemesi de bu algıyı yaratmış olabilir.



Bu bölümde son olarak, Türkiye’de insanların doğrudan ne kadar dindar oldukları üzerinden ortalama insan algısına dair bir tanım yapmaya çalışacak olursak, Türkiye’de insanların ortalamada toplumun sandığından aslında biraz daha dindar olduğu görünüyor. Sonuçta “ortalama” olan bir insanın dindarlığını sorduğumuzda “inançsız” ve “sofu” şeklinde iki ucu temsil eden cevapların az söylenmiş olması şaşırtıcı değildir ama “inançlılar”ın oranı gerçek durum ile tahmin edilen durum arasında 15 puan fark göstermiştir. Türkiye’deki gerçek durumda “inançlılar”ın sayısı çok daha azken, “dindarlar”ın sayısı, 10 puan olmak üzere, çok daha fazladır. Özetle, toplumun geneli, Türkiye’deki ortalama insanın “İnançlı ama dinin gereklerini pek yerine getiremeyen biri” tanımına “Dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan dindar biri” tanımından biraz daha fazla uyduğunu düşünse de, aslında toplumun geneli biraz daha dindardır.



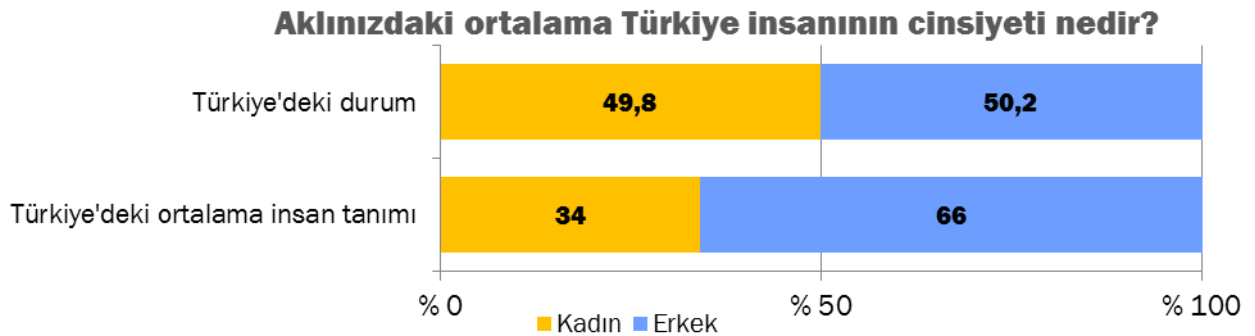
“Cumadan cumaya gider, bayramları kılar, işte içkisini de içer, Atatürk’ü de sever, işte tespihini de yapar, böyle bir şey görüyorum, etrafımıza baktığımızda.[...] Yani daha ortalama olmak çok uçlarda yaşamamak geliyor. Yani şey de var, hadis de var, orta ümmet o işte vasat ümmet olmak. Hani biraz daha kucaklayıcı olmak, farklı görüşleri, fikirleri anlamak, onlara değer vermek, beraber yaşayabilmek.”

(Derinlemesine Görüşme: Erkek, 21, Ak Parti seçmeni)

### Cinsiyet ve parti seçmenliği

Zihinlerdeki ortalama Türkiye insanını anlamaya yönelik araştırmamızda cinsiyet ve parti seçmenliği parametrelerini birlikte değerlendirmemizin çok temel bir nedeni var: görüştüğümüz kişilerin günümüz Türkiye’sine dair bu iki temel noktayı gerçek durumla karşılaştırabilecekleri referans noktaları var. Birincisi, toplumun yarısının kadın yarısının erkek olduğunu; ikincisi de seçim sonuçlarını biliyorlar. Ancak görüştüğümüz kişilerin yüzde 66’sı ortalama Türkiye insanını bir erkek olarak, yüzde 87’si ise Ak Partili olarak tarif ettiler.

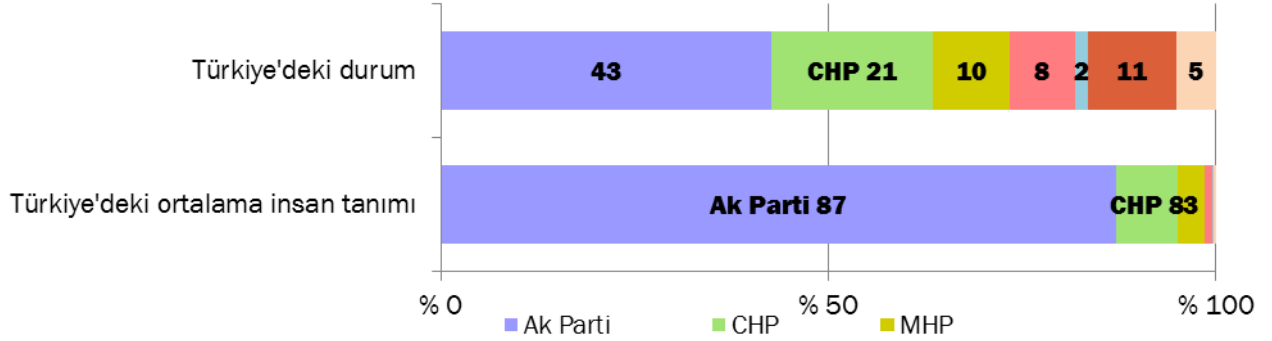
Bu noktada toplumun yüzde kaçının kadın, kaçının erkek olduğunu ve partilerin oy oranlarını *sormadığımızı* hatırlatmak gerekiyor. Görüştüğümüz kişiler seçenekler arasından bir tercih yaptılar. Dolayısıyla toplumun çoğunluğunun neden zihinlerinde Ak Partili bir erkek canlandığını anlamaya çalışmak gerekiyor. Eğer erkekler toplumdaki her iki kişiden biri iseler, kadınlar da diğer kişidir. Ya da Ak Parti seçimlerde her iki oydan birisini aldıysa, diğer ikinci oyu da bir başka parti aldı. Yine de bir ortalama tanımı olarak seçeneklerden bir tanesi diğerinden daha baskın şekilde dile getirildi. Burada bu seçeneklerin diğer seçeneklere göre toplumsal hayatta (ve kamusal alanda) ne kadar daha fazla temsil edildikleri ve dolayısıyla ne derece en genelgeçer seçenek olarak algılandıkları arasındaki ilişki akla geliyor.







### Ortalama Türkiye insanı hangi partiye oy veriyordu?

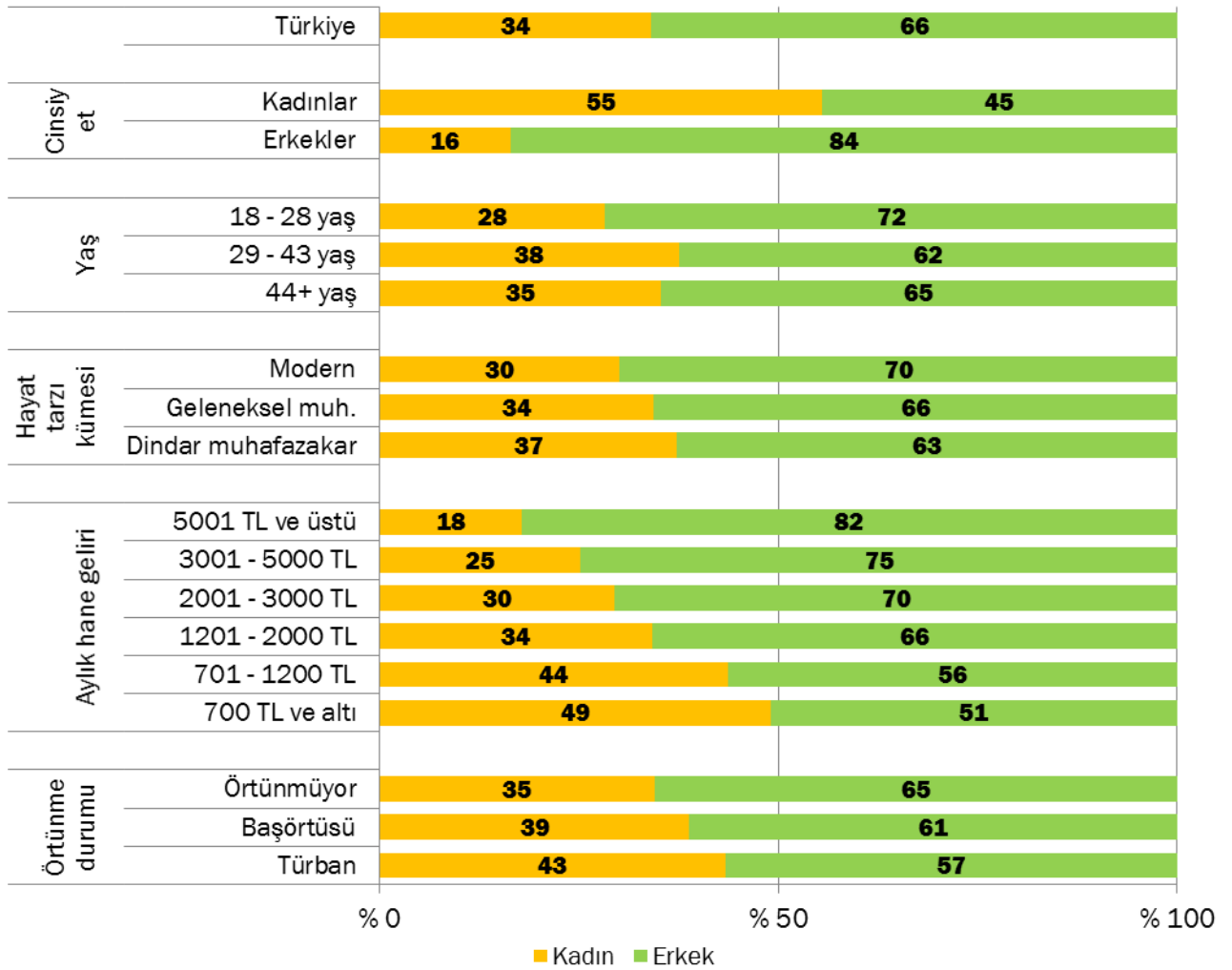


Herhangi bir kişinin, tarif edeceği ortalama insanın kadın mı erkek mi olacağını öngörmek için, sadece görüşülen kişinin cinsiyetine bakmak bu öngörüü önemli şekilde güçlendiriyor. Yaş grupları açısından ise, 18-28 yaş aralığındaki gençlerin, diğer yaş gruplamalarına oranla ortalama insanı kadın olarak daha az tarif ettiklerini görüyoruz. Her ne kadar zihinlerindeki ortalama insanı kadın olarak tarif edenlerin oranı her grubun içinde azınlıkta kalsa da, daha büyük yaş grupları içinde, 29-43 yaş aralığı ve 44 üstü grup, neredeyse yüzde 40 bir kadın tarif etmiş. Bu oran genç dilim için yüzde 30'un altında kalıyor.

Analizimize cinsiyet ve yaşı beraber dahil edersek, 18-28 yaş aralığındaki kadınların verdikleri cevaplar neredeyse yarı yarıya dağılırken, diğer yaş gruplarında ortalama insanı kadın olarak tarif edenlerin oranı 10 puanlık bir artış gösteriyor. Yine yerleşik yargılarımızın aksine, hane geliri asgari ücret civarında olanların yüzde 44'ü ortalama insanı bir kadın olarak düşündüklerini söylerken, bu oran, 2.000-3.000 TL hane geliri aralığında yüzde 30'a, 3.000 TL ve üstünde ise yüzde 25'in altına düşüyor.



## Aklınızdaki ortalama Türkiye insanının cinsiyeti nedir?



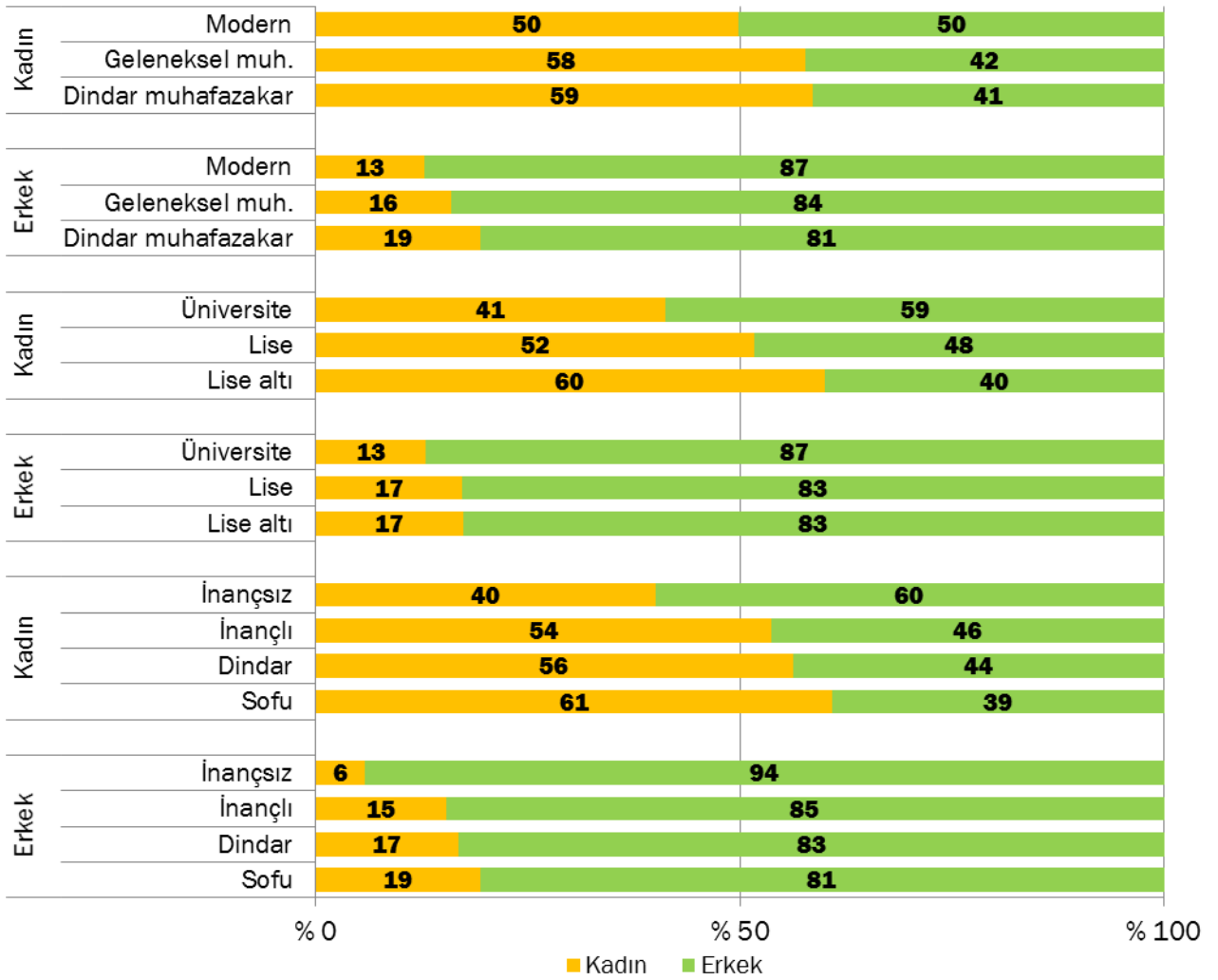
Bu konudaki en ilginç bulgu, hayat tarzı kümeleri ışığında bakıldığında ortaya çıkıyor. Kendini Modern olarak tarif edenlerin sadece yüzde 30'u bir kadın tarif etmişken, Geleneksel muhafazakârların yüzde 35'i ve Dindar Muhafazakârların yüzde 37'si ortalama insanı kadın olarak tarif etmiş. Bunun nedenini anlamak için yaptığımız daha ayrıntılı analiz, ortalama insanı kadın veya erkek olarak tarif etmedeki belirleyenin dini kodlar ve muhafazakârlığı olabileceğine işaret ediyor. Zihinlerdeki ortalama insanı kadın veya erkek olarak tarif etme oranlarına görüşülen kişinin örtünme durumu açısından baktığımızda bulduğumuz farklar yine istatistiki olarak anlamlı. Örtünmeyenlerin sadece üçte biri ortalama insanı kadın olarak tarif ederken, bu oran başörtüsü takanlar arasında yüzde 39'a, türbanlılar arasında ise yüzde 43'e çıkıyor.

Cinsiyet ve hayat tarzı kümesini beraber ele aldığımızda bu bulgular daha da anlamlanıyor: Modern kadınlar ortalama insanı yarı yarıya bir kadın veya erkek olarak tarif ederken, Geleneksel Muhafazakâr ve Dindar Muhafazakâr kadınların yüzde 60'ı kadın olarak tarif etmiş. Aynı şekilde, ortaöğretim ve altı mezunu olan kadınların yüzde 60'ı ortalama insanı bir kadın olarak görürken, üniversite ve üstü mezunu



kadınlar arasında bu oran yüzde 40'a düşüyor. Halbuki erkeklerin eğitim durumu ekseninde verdikleri cevapları karşılaştırdığımız zaman benzer bir dalgalanma görmüyoruz. Bu eğilim kendini en belirgin olarak cinsiyet ile dindarlığı beraber ele aldığımızda da gösteriyor. Kendini inançsız olarak tarif eden kadınların sadece yüzde 40'ı – yani tüm kadınlar arasındaki orandan daha düşük olarak – ortalama insanı bir kadın olarak tarif ederken bu oran inançlılar ve dindarlar için yüzde 55'e, sofular için ise yüzde 60'a çıkıyor.

### Aklınızdaki ortalama Türkiye insanının cinsiyeti nedir?



Kendini Modern olarak tanımlayan, daha inançsız ve daha eğitilmiş olan kadınlar ortalama insanı erkek olarak tanımlamaya neden daha yatkınlar? Geleneksel ya da dindar olarak daha muhafazakâr gruplar arasında kadınların, daha yaygın bir şekilde soyut bir kadından bahsetmiş olmalarına dair akla gelen ilk neden toplumsal kodların ve âdetlerin etkisiyle, yabancı bir kişiye, soyut da olsa, bir erkekte bahsetmekten dolayı kendilerini rahatsız hissetmeleri olabilir. Aklına gelen ortalama insan bir erkek de olsa, bunu anketöre beyan etmek istememiş olabilirler. İkinci bir faktör ise, bu kümelerdeki kadınların gündelik hayatlarında ağırlıklı olarak yine başka kadınlarla

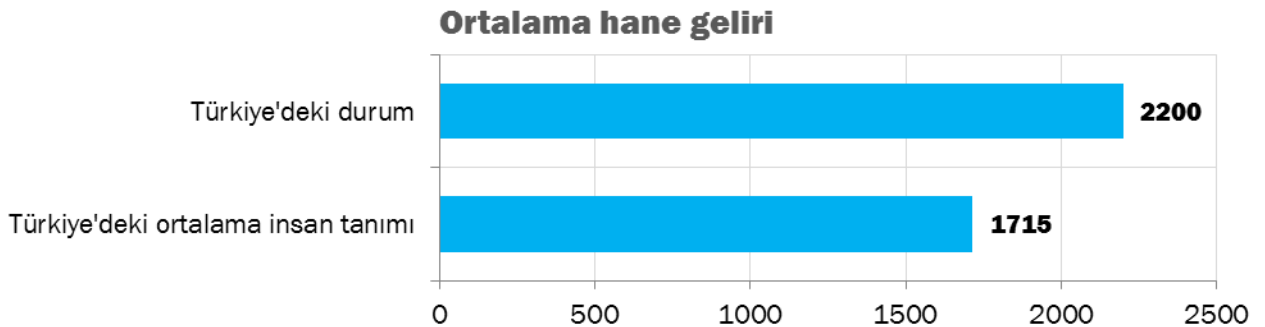


temas etmeleri olabilir. Nitekim **KONDA 2015 Hayat Tarzları Araştırması** daha az eğitilmiş kadınların gündelik hayatında komşuyla ve mahalleliyle görüşmesinin eğitilmiş kadınlara kıyasla çok daha olası olduğunu, daha eğitilmiş kadınların ise iş arkadaşlarıyla çok daha sık görüştüğünü ortaya koyuyordu.

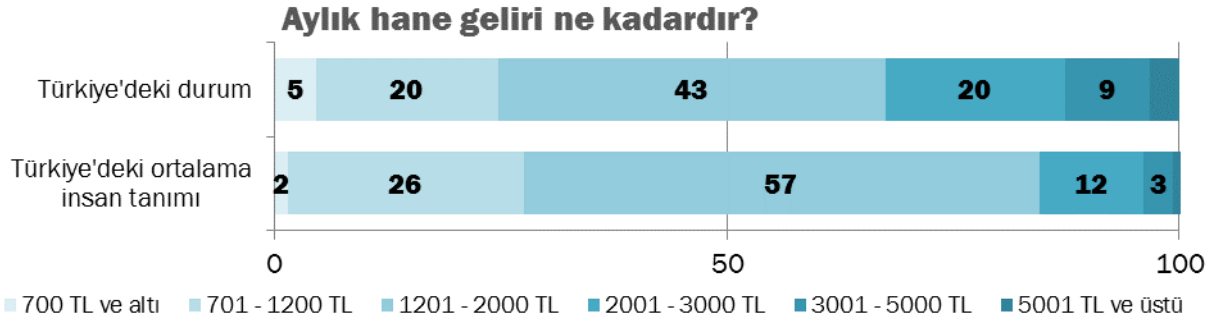
Buradan hareketle, dindar ve alt eğitim ve gelir gruplarından kadınların ağırlıkla yine kadınlarla oturup kalktıklarını, çoğunlukla yine toplumdaki başka kadınlarla temas ettiklerini söylemek mümkün. Kendini Modern olarak tanımlayan, daha eğitilmiş, daha az dindar kadınlar ise eş, baba, kardeş gibi aile bireyi olan erkeklerin yanı sıra, okul ve iş arkadaşlarıyla görüşürken büyük olasılıkla daha karışık cinsiyet grupları içerisinde hareket ediyorlar. Türkiye'deki çalışma gücüne dair bildiklerimiz, bu kadınların ekseriyetle erkek iş arkadaşları ile, erkek egemen ortamlarda ve neredeyse kesinlikle erkek müdür altında çalıştıklarını düşünmemize olanak veriyor. Dolayısıyla, bu kadınların gündelik hayatlarındaki olumlu ya da olumsuz birçok olay istemese de bir erkeği bağlıyor ve kendisine ortalama Türkiye insanı sorulduğunda aklına doğal olarak yine bir erkek geliyor olabilir. Bu kadınlar her ne kadar erkek egemen toplumda dengesizliğe meydan okur konumda görünseler de, aynı zamanda hakim olan konuma daha yakın olmaları ortalama insanı erkek olarak görmelerinde etkili olabilir.

### **Ekonomik veriler**

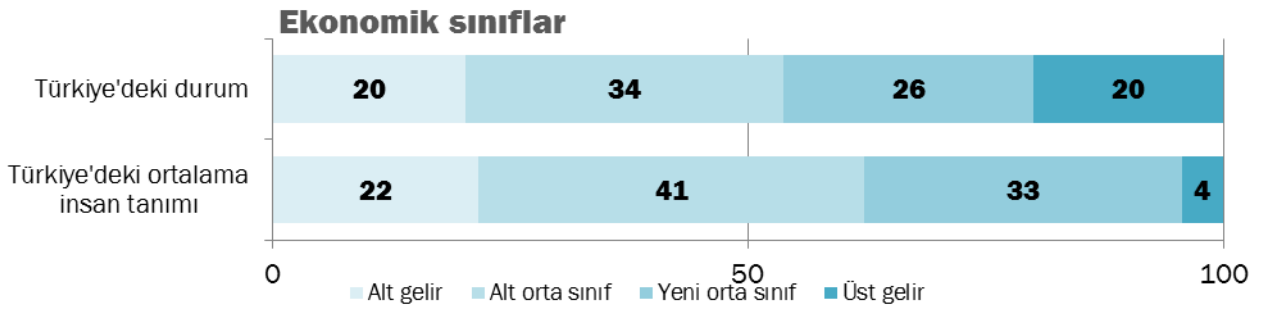
Bu bölümde zihinlerde canlanan ortalama Türkiye insanının ekonomik durumu ve refah seviyesi ile Türkiye'deki gerçek durumu karşılaştıracakız. Aşağıdaki ilk grafikte de ortaya çıktığı üzere, görüştüğümüz kişiler ortalama Türkiye insanını gerçekte olduğundan daha düşük gelirliymiş gibi algılıyor ve hanesine her ay gerçekte olduğundan yaklaşık 500 lira daha az gelir girdiğini zannediyor.



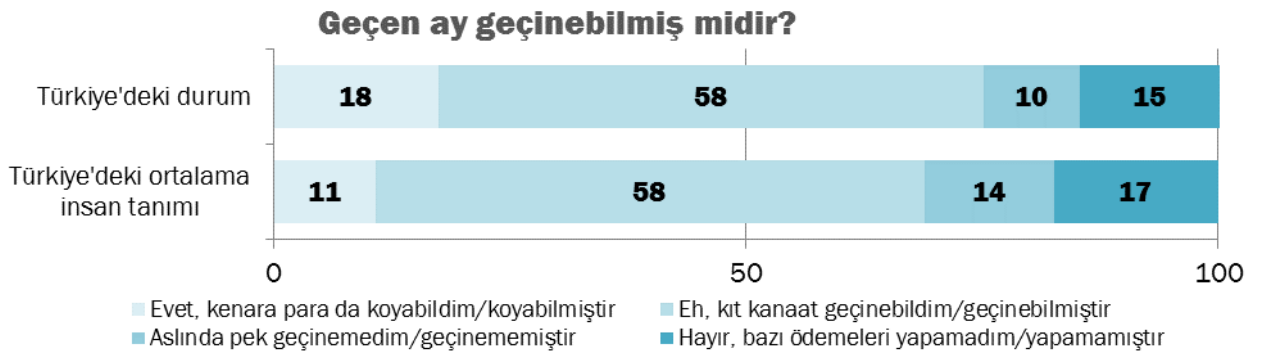
Ancak tüm cevapların ortalamalarını karşılaştırmanın yanısıra, cevapların gelir dilimlerine göre dağılımına da bakmakta fayda var. Buna göre; görüşülen kişilerin yarısından fazlası ortalama Türkiye insanını 1 201-2 000 TL aralığında hane geliri olan bir birey olarak tasvir etmiş.



Gelir seviyesini, kişi başı gelir ve otomobil sahipliği bilgilerini kullanarak ekonomik sınıflar üzerinden aşağıdaki grafikte gibi ele alacak olursak, zihinlerdeki ortalama Türkiye insanı için orta sınıflar arasında gerçekte olduğundan daha dengesiz bir tanım yaptıklarını görüyoruz. Türkiye’de yüzde 34 alt-orta sınıfa ve yüzde 26 yeni orta sınıfa mensupken, görüşülen kişiler zihinlerindeki ortalama Türkiye insanını gerçekte olduğundan daha fazla alt orta sınıf olarak tanımlamışlar. Türkiye’de yeni-orta sınıfı olduğundan daha büyük (yaklaşık 7 puan) ve üst geliri olduğundan çok daha küçük (yaklaşık 16 puan) olarak algıladıklarını da iddia edebiliriz.



Ortalama insanın geçimine dair karşılaştırmada ise, gerçekte olan ile algı arasında neredeyse inanılmaz bir benzerlik görüyoruz.



Aylık geliri, ekonomik sınıfı ve geçinmeyi birlikte ele aldığımızda karşımıza çıkan temel sonuç, zihinlerdeki ortalama Türkiye insanının, Türkiye’deki gerçek durumda olduğu gibi, aylık hane geliri 1.201-2.000 TL aralığında kıt kanaat geçinebilen ve alt orta gelir sınıfından bir kişi olarak tarif edilmesi oluyor.

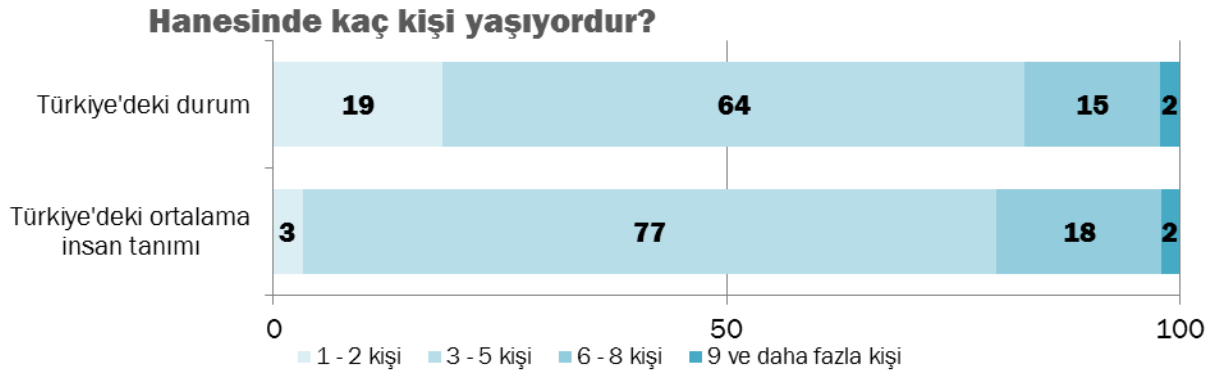


“Şimdi AKP’liler bayağı zengin olduğu için CHP’lilerden örnek vereceğim. Atıyorum, nerede yaşasın? Büyükçekmece’de yaşıyor olsun, kazandığı para 2 bin civarı olsun. Aileye sadece o mu giriyor, emin değilim: baba da kazanıyor olabilir, anne de kazanıyor olabilir. İkisinin de maaşını 2 bin gibi düşünüyorum ama bir tek kişi kazanıyorsa 2 bin. Ev kiraysa ucuz bir yerde kalıyorlardır. Bu arada Avcılar da olabilir, Büyükçekmece dedim ama. Ne yer, ne içer? İşte pazardan alışveriş yapmaya çalışır, pazar varsa; Bim olur, Şok olur market. Kanallardan Kanal D’yi izler, TRT’yi izler, ATV’yi, Show TV, Star izler.”

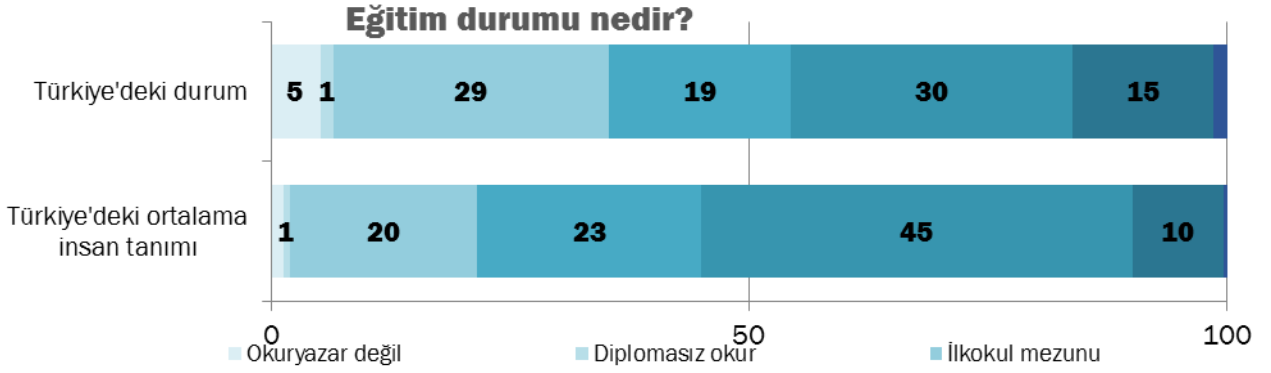
(Derinlemesine Görüşme: Kadın, 24, HDP seçmeni)

### **Diğer demografik veriler**

Türkiye’nin yüzde 64’ü hanesinde 3-5 kişi yaşarken, araştırmada görüşülen kişilerin de yüzde 77’si ortalama Türkiye insanı tanımlarken hanesinde 3-5 kişi yaşadığını hayal ettiğini belirtmiş. Bu bakımdan Türkiye’nin gerçekteki çoğunluğu ile benzer hanelerde yaşadığını öngörmüşlerdir.



Eğitim durumuna dair algıya baktığımızda ilkokul mezunlarının gerçekte 10 puan daha fazla, lise mezunlarının 15 puan daha az, üniversite mezunlarının ise 5 puan daha fazla olduğunu görüyoruz. Bu haliyle görüşülen kişilerin çoğunluğu ortalama Türkiye insanının lise mezunu olacağını öngörmüşlerdir. Gerçek duruma baktığımızdaysa Türkiye’de ilkokul mezunlarının oranı ile lise mezunlarının oranı birbirine eşittir. Özetle zihinlerindeki Türkiye insanını tanımlarken ilkokul mezunları lise mezunları kadar temsiliyet kazanmamıştır.



## 2.4. Toplumsal Kümelerin Ortalama Türkiye İnsanına Bakışı

Ortalama Türkiye insanının resmini çizebilmek için farklı değer ve pratikleri kapsayan, bu insanı betimleyen sıfatlar öneren otuz iki farklı soru soruldu. Topladığımız veriyi makro bir bakışla anlamlandırmak zor. Yukarıda da yer yer değindiğimiz üzere, cinsiyet ile dindarlık, hayat tarzı, eğitim durumu ve yaş gibi demografik özellikleri birleştirdiğimiz analizler bize toplumun ayrıştığı veya yakınlaştığı durumları anlatmakta daha başarılı. Bu gözlemden hareketle, elimizdeki verinin tamamını bu eksenlerde incelediğimiz zaman, en çarpıcı bulgunun hayat tarzı kümelerinin, bütün sorulara verilen cevapların dağılımını istatistiki olarak anlamlı bir şekilde açıklayan en temel özellik olduğu görülüyor. Bu fark, hayat tarzı kümeleri ile cinsiyeti beraber ele aldığımız zaman yer yer daha da belirgin sonuçlar ortaya koyuyor. Hayat tarzı kümelerinin yanı sıra, eğitim durumu da benzer bir açıklama kapasitesi gösteriyor. Fakat tek başına cinsiyet, yaş gibi temel demografik özellikler bu soru grubunu ve Türkiye toplumunun kendisine ve etrafına bakışını anlamlandırmakta yetersiz kalıyor.

### Hayat tarzı kümeleri

Hatırlatmak gerekirse hayat tarzı kümesi için “Kendinizi hayat tarzı bakımından üç gruptan hangisinde sayarsınız?” sorusunu soruyor ve Modern, Geleneksel Muhafazakâr ve Dindar Muhafazakâr seçeneklerini sunuyoruz. Dolayısıyla bu küme aidiyetleri bir anlamda oldukça öznel bir algıya dayanıyor. Ortalama insanın karakter özelliklerine dair soru grubuna hayat tarzı kümeleri ışığında baktığımızda “Ortalama insan endişelidir” ve “Ortalama insan moderndir” önermesi dışındaki tüm değişkenler ekseninde cevaplar istatistiki olarak anlamlı. Zaten bir önceki bölümde de ele alındığı gibi, bu iki soruya verilen cevaplar temelde cinsiyet ekseninde ayrışmış. Hayat tarzı kümelerine ek olarak, birçok soruda dindarlık seviyesi benzer bir açıklama gücüne sahip. Fakat tahmin edilebileceği üzere dindarlık zaten hayat tarzı kümesinin bir bileşeni olduğu için, hayat tarzı kümelerinin sunduğu kadar çok katmanlı ve kapsayıcı bir tablo çizemiyor. Öte yandan, yine çoğu zaman beraber hareket eden eğitim seviyesi ve ekonomik sınıf, hayat tarzı kümelerinden sonra kimin ortalama insana bakışının nasıl olacağını anlatmaya en yakın iki demografik özellik olarak ön plana çıkıyorlar. Fakat aşağıda da daha ayrıntılı olarak değineceğimiz üzere, bu iki demografik özellik, hayat tarzları kümelerinden farklı



olarak deneklerin kalabalıklarda fark edilmek istemek, kadercilik, karamsarlık, meraklılık gibi konularda verdikleri cevapları anlamlandırmakta yetersiz kalıyorlar.<sup>2</sup>

Bu noktada, iki temel argümandan söz etmek mümkün. Birincisi, söz konusu olan ortalama insanın pratikleri olduğu zaman, kendini modern olarak ifade eden grup, diğer kümelere kıyasla, toplumun gerçek/doğal ortalamasını çok daha gerçekçi bir şekilde kavlıyor. Örneğin, bu ortalama insanın kızının/oğlunun farklı dinden biriyle evlenmesine müsaade edip etmeyeceği, kürtajı normal karşılayıp karşılamayacağı veya bir kadın ile bir erkeğin beraber yaşaması için dini nikahın şart olup olmadığı sorulduğu zaman, Modernler Türkiye'deki genel eğilime en çok yaklaşan grup oluyor. Geleneksel Muhafazakârlar ve Dindar Muhafazakârlar ise, oranların çoğu zaman 10, yer yer ise 20 puan daha üstüne çıkıyorlar. Öyle ki, bu grupların verdiği cevaplar bazen gerçek düşüncelerini değil de, temennilerini belirttiklerini düşündürür nitelikte oluyor.

Buna karşılık, konu değerlendirmelere ve özellikle de ortalama Türkiye insanı ile ilgili pozitif bir yargı belirten sıfat ve ifadeler geldiği zaman, Modernler pratiklere dair olan sorularda sergiledikleri serinkanlılığı kaybediyorlar. Ağırlıklı bir şekilde ve diğer grupların çok üstünde oranlarla, olumsuz ifadeleri doğrular bir tavır sergiliyorlar. Bu eğilimin birkaç nedeni olabilir. Birincisi, demin de belirttiğimiz üzere Geleneksel ve özellikle de Dindar Muhafazakârların toplumda gerçekten olduğunu düşündükleri ortalama insanı değil de, olmasını arzu ettikleri ortalama bireyi anlatmaları olabilir. Bir diğer olasılık ise, modern kesimle çoğunlukla özdeşleştirilen topluma üstten bakma, memnuniyetsiz olma gibi ruh hallerinin ortalama Türkiye insanına dair olumlu bir yargı belirten ifadeler önlerine sunulduğunda baskın çıkıp, verdikleri cevapları olumsuz yönde etkilemiş olması olabilir.

Bir diğer bulgu ise, Modern hayat tarzı kümesi ağırlıklı olumsuz sıfatlara yönelirken, Geleneksel Muhafazakâr ve Dindar Muhafazakâr kesimin ortalama Türkiye insanının olumlu özelliklerini oldukça öne çıkartmaları. Mesela "Ortalama insan bencildir" önermesine Modernler yüzde 37 ile katılırken, diğer iki küme ile arasında sırasıyla 6 ve 10 puan fark görülüyor. "Ortalama insan kavgacıdır" dediği zaman Modernler bunu yüzde 45 ile doğrularken, bu oran Dindar Muhafazakârlar için yüzde 34'te kalıyor. Aynı durum kendisini Modernlerin olumlu yargılara daha az katılmasında da gösteriyor. "Ortalama insan dürüsttür" önermesine Modernler yüzde 41 ile katıldıklarını belirtirken, Geleneksel Muhafazakârlarda bu rakam yüzde 51'e, Dindar Muhafazakârlarda ise yüzde 61'ye yükseliyor.

Bunlara ek olarak, yaptığımız faktör analizleri<sup>3</sup> sonucunda, 8 soruya verilen cevapları kullanarak genel olarak iyi bir insan olma, toplumsal hayatı uyumlu kılma haliyle

<sup>2</sup> Burada bazı değişkenlerin diğerlerine nazaran büyük dalgalanmalar gösterdiğini belirtmekte fayda var. Mesela, "Ortalama Türkiye insanı kadercidir" önermesine Modernler daha az katılırken, Dindar Muhafazakâr grup arasında bu oran zıplıyor. Fakat, bunun ciddi bir algı farklılaşmasından değil, daha ziyade dindarlık içinde kader olgusunun taşıdığı önemden kaynaklandığını düşünebiliriz. "Ortalama insan gelenekseldir" önermesine katılma oranlarında da benzer bir dalgalanma var. Ama bunun da, temelden farklılaşan bir algıdansa, geleneksellik kavramının Geleneksel ve/veya Dindar Muhafazakâr olma halinin zaten yapıtaşını oluşturmasından kaynaklandığını düşünmek mümkün.

<sup>3</sup> Faktör analizi, bir soru grubunda beraber hareket eden soruları tespit etmemizi sağlar. Herhangi bir toplumsal olguyu ya da durumu zaten tek bir soruyla anlamamız mümkün olmadığı için, bu analiz sayesinde o durumu ifade

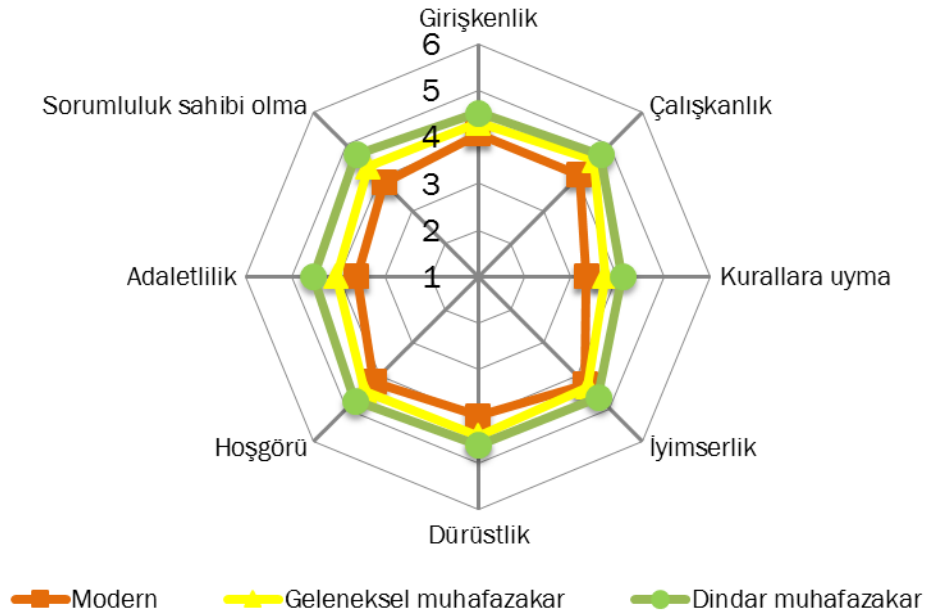




tarif edebileceğimiz bir faktör değişken oluşturduk. Dürüstlük, hoşgörülü olma, sorumluluk sahibi olma, adaletli olma, çalışkanlık, iyimserlik, girişkenlik ve kurallara uyma ifadeleri bir faktör olarak bir araya geldi. Buradan hareketle, her bir sorunun alacağı 1-6 değerinin toplamı olarak "iyi insan olma" faktörü hesapladık. Bu faktörün hayat tarzı kümeleri ve cinsiyet birleşik değişkeni ile aldığı farklı değerlerin görselleştirilmiş hali aşağıdadır. Aşağıdaki radar grafiklerden de görülebileceği üzere, iyi insan olma radarının en geniş halkasını Dindar Muhafazakârların verdikleri cevaplar oluştururken, Modernler, hem kadın hem de erkek olarak, daha dar bir daire içine hapsolmuşlardır. Dahası, bu sekizgenlerin alanı hesaplandığında Modern kadınların "iyi insan" değerlendirmesinin, Modern erkeklere kıyasla daha olumsuz olduğunu, Geleneksel ve Dindar Muhafazakâr kadınların ise, kendi gruplarının erkeklerine kıyasla daha geniş bir alanı kaplayan bir değerlendirme yaptıklarını, yani daha olumlu değerlendirdiklerini gözlemleyebiliriz.

Son radar grafik ise, hayat tarzı kümelerinin iyi insan faktör değişkeni değerlendirmesini kadın erkek ayrımı yapmaksızın gösteriyor. Bu grafikte tüm Türkiye'nin cevaplarından oluşturduğumuz mor hat, Geleneksel Muhafazakârları temsil eden yeşil hatla neredeyse birebir üstüste gelmiş durumda. Buradan Türkiye ortalamasının genel hatlarıyla geleneksel muhafazakâr çizgi ile örtüştüğü sonucunu çıkarabiliriz. Fakat bu bulguyu değerlendirirken, Geleneksel Muhafazakârların toplumdaki en geniş küme olmaları sebebiyle ortalamayı belirleyebilen küme olduklarını da göz önüne almak gerekiyor.

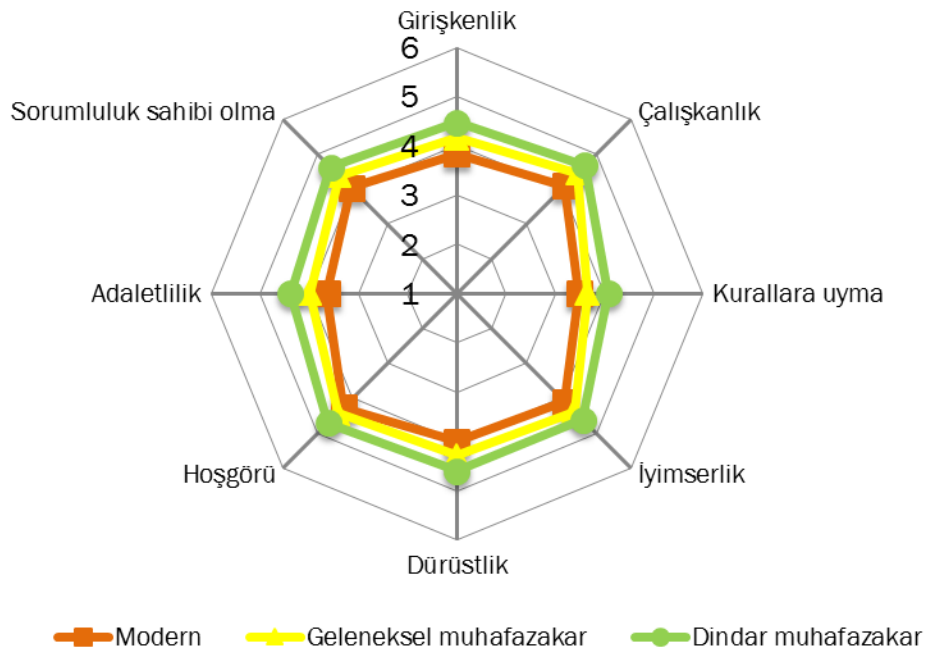
### Hayat Tarzı Kümesine Göre Gruplanmış Kadınların "İyi İnsan" Görüşü



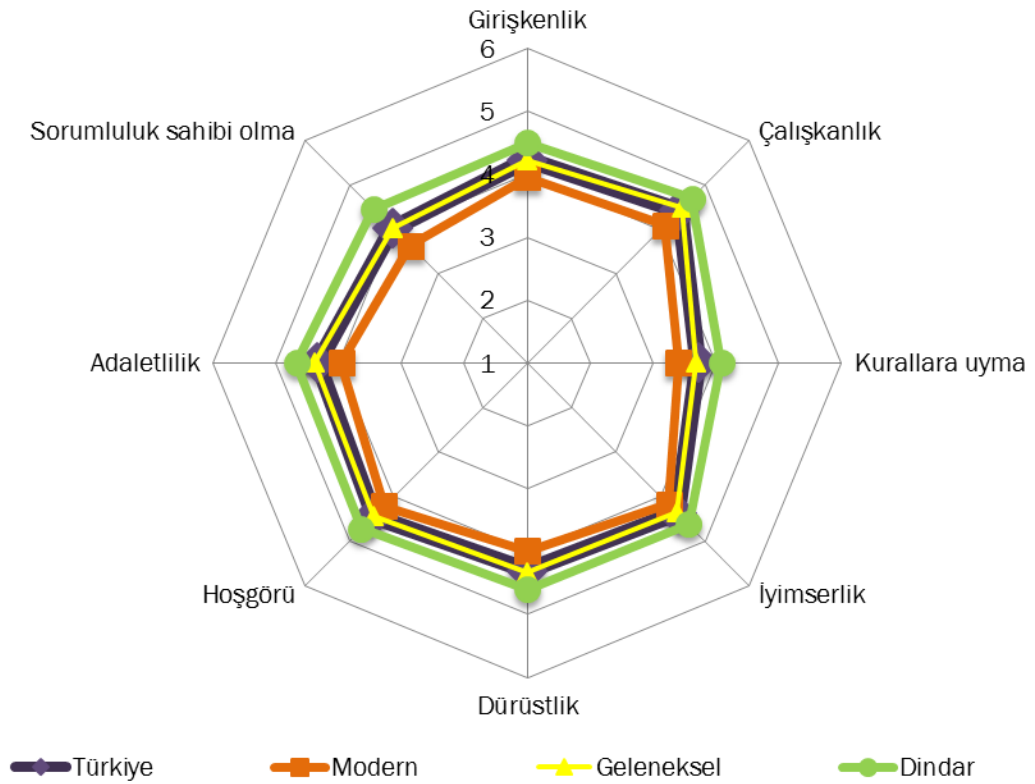
eden sorular bütünü, yani o faktörü tespit ederiz. Daha sonra, faktörü oluşturan duruma ya da bu faktör denklemi içine giren soruların kuvvet oranlarına göre yeni bir değişken hesaplayabilir, bu değişken üzerinden analiz yapabiliriz.



## Hayat Tarzı Kümesine Göre Gruplanmış Erkeklerin "İyi İnsan" Görüşü



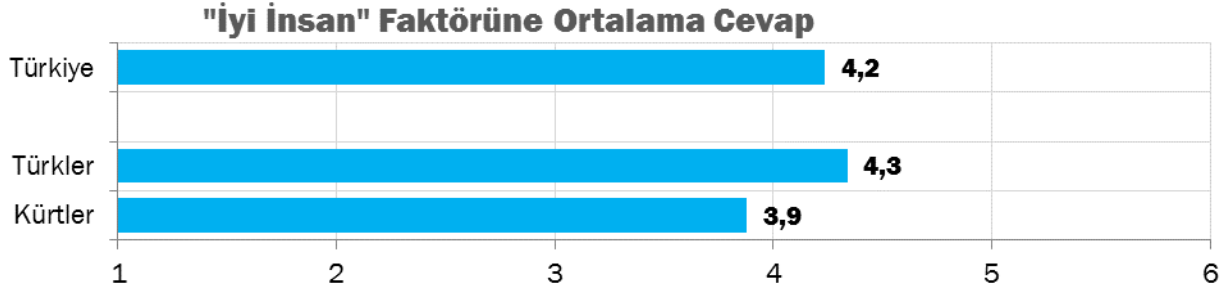
## Hayat Tarzı Kümelerine Göre İyi İnsan Değerlendirmesi



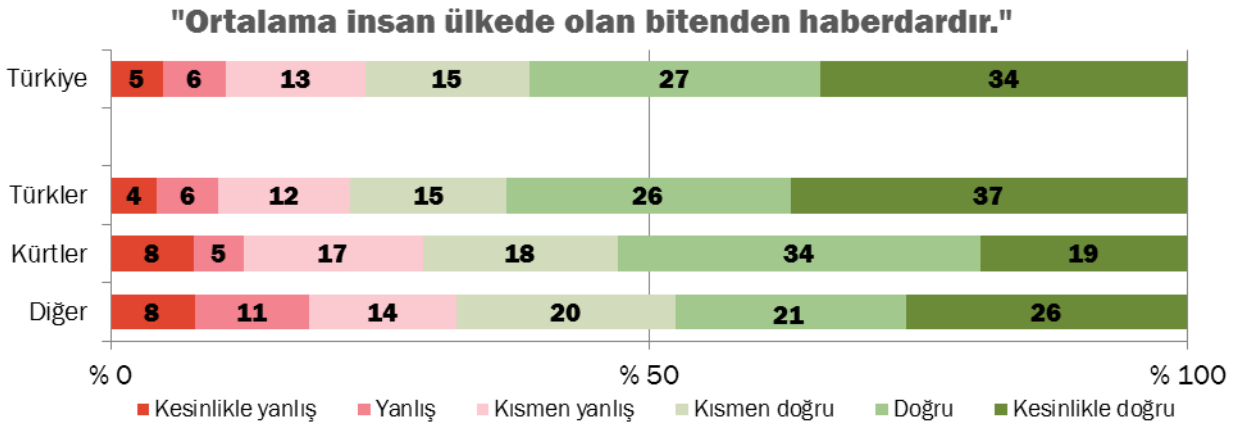


## Etnik kimliğe göre ortalama Türkiye insanı

Bu bölümünde ise, Türklerin ve Kürtlerin tarif ettikleri ortalama insana bakışlarını, ona dair olan yargılarını ele alıyoruz, sonra da bu bulguları deneklerin siyasi parti tercihleri üzerinden değerlendiriyoruz. Burada, yukarıda hayat tarzı kümelerinde bahsettiğimiz Modernlerin negatif sıfatları daha çok olumlarken, pozitif sıfatlara diğer gruplara kıyasla daha az katılmaları trendinin, kendini Türk-Kürt ayrımında da devam ettirmesi gözümüze çarpan ilk bulgu oldu. Türkler, ortalama insana çalışkanlık, dürüstlük, adaletlilik gibi sıfatları atfederken, Kürtler bencildir, kavgacıdır gibi yargılara yöneliyorlar. Yine yukarıda gördüğümüze benzer bir şekilde, iyi insan olma faktöründe Türkler, 1 - 6 ölçeğinde 0,5 puanlık bir farkla ortalama insanı daha iyi bir birey olarak değerlendiriyorlar. İki grup arasındaki bu fark da istatistiki olarak anlamlı.



Göze çarpan bir diğer farklılık ise "Sizce bu ortalama insan ülkede olup biteni ne kadar takip ediyordur?" sorusunda ortaya çıkıyor. Her üç Türk'ten ikisi bu yargıya "kesinlikle doğru" ve "doğru" ifadeleri ile katılırken, sadece iki Kürt'ten biri böyle düşünüyor. İki grup arasındaki bu yüzde 10'luk fark ise istatistiki olarak değer taşıyor. Bu bilgiyi bölgede yaşanan çatışmalar, 90'lardan bu yana Kürt siyasi hareketinin batıya yönelttiği ilgisizlik, alakasızlık eleştirisi ile beraber ele aldığımızda, bu eleştirilerin bir söylem olmaktan öte, Kürt halkında önemli bir karşılık bulunduğu ve reel bir hissiyatın ifadesi olduğu sonucuna varabiliriz. Daha da önemlisi, burada Kürt olarak ele alınan grup içinde 1 Kasım seçimlerinde oyunu Ak Parti'ye verdiğini söyleyenlerin oranı yüzde 35'tir.



Etnik kimlik ile seçmen tercihlerini bir arada ele aldığımızda gruplar arasındaki farklar iyice çarpıcı hale geliyor. En başta belirttiğimiz üzere, Kürtler, Türklere nazaran, olumsuz





olduğunu düşünüyor. “Bu insan hoşgörülü müdür?” diye sorulduğu zaman HDP’li Kürtlerin yine üçte biri öyle olmadığını düşünürken, Ak Partili Kürt seçmenin sadece yüzde 6’sı böyle düşünüyor. Yine aynı şekilde, adaletlilik konusunda Ak Partili Kürt seçmenin yarısı ortalama Türkiye insanının adaletli olduğunu düşünürken, HDP’lilerin neredeyse yüzde 60’ı böyle olmadığını düşünüyor. Dürüstlük konu olduğu zaman Ak Partili Kürtlerin yarısı ortalama Türkiye insanının dürüst olduğunu düşünürken, bu oran HDP’lilerde üçte birin altına iniyor.

Fakat bu verilere bakıp ortalama Türkiye insanından bir kopuş yaşayan kesimin sadece HDP’li Kürtler olduğunu ve Kürt halkının geneli için böyle bir durumun söz konusu olmadığını düşünmek yanlış olur. Yaptığımız analizler sonucu Türklerin bu tahayyül edilen ortalama insanı çok daha olumlu gördüğü ve Kürtler için bunun geçerli olmadığını görebiliyoruz. Buradaki bütün bulgularımız da yüzde 95 güven aralığında istatistiki olarak değerli görülüyor. Birçok soruda Türklerin olumlu ifadelerle katılma yüzdeleri 7-10 puan arası daha yüksekken, olumsuz ifadeler için de benzer bir durum söz konusu. Mesela, “girişkendir” ifadesine Türklerin katılma oranı yüzde 53 iken, bu oran Kürtlerde yüzde 43. “Bencildir” ifadesinde yine benzer bir durum söz konusu. Türklerin sadece yüzde 31’i bunun doğru olduğunu düşünürken, bu oran Kürtler için yüzde 37’dir.

### **Kadınlar ve erkekler**

Toplumsal kümeler üzerinden yaptığımız analizlerden biri de kadın ve erkeklerin bu ortalama insana dair olan yargılarında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığına bakmaktı. Bu açıdan, kadın ve erkeklerin görüşü sadece üç tanımlama ekseninde istatistiki olarak anlamlı bir şekilde farklılaşıyor: endişe, girişkenlik ve modernlik. Kadınlar, erkeklere kıyasla, ortalama Türkiye insanının yüzde 6’lık bir farkla daha endişeli olduğunu düşünüyorlar.

Girişkenlik ekseninde ise yine yüzde 4’lük bir fark görüyoruz. Bu fark, tarif edilen kişinin kadın ya da erkek olmasıyla da değişmiyor. Yerleşik algılarımızın aksine, tarif ettikleri ortalama insan kadın ise, deneklerin yüzde 46’sı bu kişinin girişken olduğunu söylerken, tarif ettikleri kişi erkek olunca bu oran yüzde 43’e düşüyor. Kadının ikincil planda kaldığı, muhafazakâr ve ataerkil bir toplumda girişkenlik gibi pozitif ve atılımcı olmayı ifade eden bir sıfatın erkektense, kadınlara özdeşleştirilmiş olduğu merak uyandırıyor. Buradaki en temel etken kadınların yarısından fazlası yine bir kadın tarif ederken, erkeklerin sadece yüzde 16’sının ortalama insanı bir kadın olarak düşünmüş olması olabilir. Dolayısıyla, iş hayatında veya toplumsal katılımında genellikle bir kadına atfedilmeyeceğini düşündüğümüz girişkenlik sıfatını kadınlar, kendileri için daha fazla onaylamış olabilir.

Kadınlar ve erkeklerin kafalarındaki ortalama insana bakışlarında farklılaşan bir diğer konu grubunu da bu insanın pratiklerine dair yargılar oluşturuyor. Mesela, bu tarif edilen insanın kızının/oğlunun farklı etnik kökenden biri ile evlenmesine izin verip vermeyeceği konusunda erkeklerin yüzde 26’sı izin verir derken, bu oran kadınlarda yüzde 20’ye düşüyor.



Ortalama Türkiye insanının “anlaşmazlık çıktığında şiddet uygulayıp uygulamayacağı” sorulduğu zaman ise, kadınların yüzde 30’u uygular derken, bu oran erkekler arasında dörtte birin altına düşüyor. Hayat Tarzları araştırmasında deneklere, buna en yakın olarak “erkek sever de, döver de” ifadesine katılıp katılmadıkları sorulduğunda, bu ifadeyi doğrulayanlar yüzde 20’nin altındaydı. Bu rakamları TÜİK’in 2008 yılında yaptığı kadına yönelik şiddet araştırmasının sonuçlarıyla karşılaştığımızda, kadınların “ortalama Türkiye insanı evde anlaşmazlık çıktığında şiddet uygular” sorusunu yüzde 30’luk bir oranla doğrulaması daha da anlam kazanıyor. Nitekim, TÜİK’in o dönemki bulgularına göre evli kadınların yüzde 40’ı hayatlarının bir döneminde eşinden veya birlikte olduğu kişi(ler)den şiddet gördüklerini ifade etmişlerdi.

Son olarak da, genele bakıp bu tarif edilen insanın en büyük beklentisinin ve korkusunun ne olacağı sorulduğunda, yüzde 30 en büyük beklentinin huzur, neredeyse yüzde 40 da en büyük korkunun iç savaş, ülkenin bölünmesi ve terör olduğunu söylüyor. Bu cevapları kadınlar ve erkekler olarak ayırdığımızda da bu durum değişmiyor. Her iki grup da ikinci beklenti ve korkuyu geçim ve para olarak ifade ediyor.

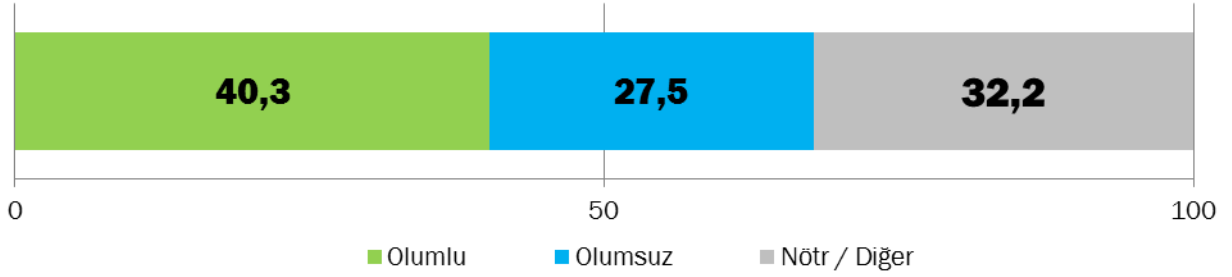
## **2.5. Ortalama İnsana Yakınlık-Uzaklık**

Raporumuzun önceki sayfalarında da belirttiğimiz gibi, bu ayki temamızla kendimiz bir ortalama Türkiye insanı tanımlamayı amaçlamıyoruz, bunun yerine araştırmada görüştüğümüz insanların gözüyle bir tanımlama yapmaya çalışıyoruz. Bu noktada araştırmamızın Türkiye’yi demografik ve siyasi yönelim olarak temsil etmesi amacıyla bu tanımlamaları yapanlar arasında ekonomik sınıf, dindarlık seviyesi, siyasi partizanlık, eğitim seviyesi vb. pek çok farklı parametreye dayanan farklılıklar olduğunu hatırlatmak gerekiyor. O halde bu ortalama insan tanımlayanlar arasında, kendilerini zihinlerindeki bu insana daha yakın ve daha uzak hissedener bulunması oldukça doğal olmalıdır. Bu nedenle bu bölümde görüşülen kişiler ile ortalama insan arasındaki mesafeleri ve farkları ele alıyor ve ortalama olmanın kimler için arzulanır, kimler için arzulanmaz olduğunu gün yüzüne çıkarmaya çalışıyoruz.

Ortalama insana dair bir dizi sorunun ardından görüştüğümüz kişilerden bir de açık uçlu olacak şekilde, tek kelimeyle ortalama Türkiye insanını tarif etmelerini rica ettik. Cevaplar çok değişkenlik gösterdiğinden, cevapları ‘olumlu’, ‘olumsuz’ ve ‘nötr/diğer’ şeklinde sınıflandırdık. Ortaya çıkan cevapların çoğunluğu aşağıdaki grafikte de görüldüğü gibi olumluydu.



### Ortalama Türkiye insanını hangi kelime tarif eder?



Bir sonraki sayfada ise verilen bütün cevapların sözcük bulutu şeklinde bir dökümünü görebilirsiniz. Sözcüklerin rengi ve büyüklüğü cevabın tekrarlanma sıklığını gösteriyor. Daha koyu ve daha büyük sözcükler daha sık, daha açık ve daha küçük cevaplar daha az tekrarlanmıştır. Buradaki sıfatlar sayıca büyük gruplara işaret etmiyor ve sadece fikir vermesi amacıyla görselleştirilmiştir.

*“Toplumun ona “bunlar doğrudur” dediği değerleri içselleştirmiş, hani çok fazla kafa yormamış, saygısız, yani onu kesin söyleyebilirim, bu hemen hemen herkes için geçerli olabilir. Türkiye’de yaşayan yani. Çevresine, hani başkalarına çok saygısı olmayan.*

*Daha pasif, hani inandığı şeyler için çok fazla ses çıkarmayan, otoriteyi de çok sorgulamayan, zaten hani çok sorgulayıcı olmayan.”*

**(Derinlemesine Görüşme: Kadın, 38, HDP Seçmeni)**

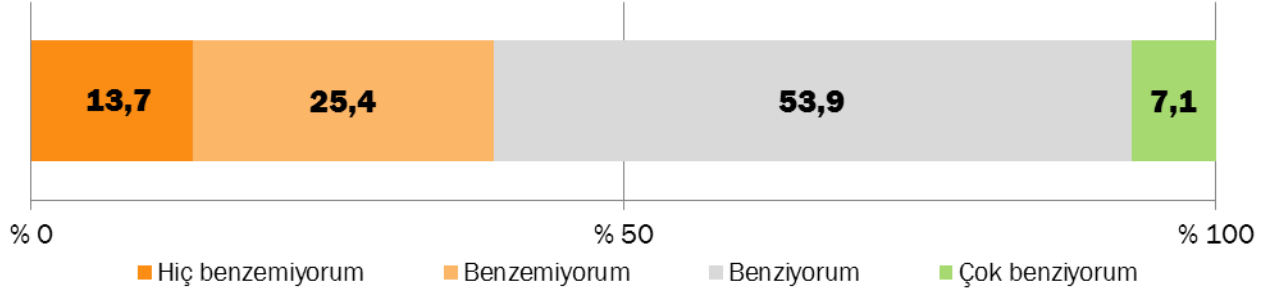
Aşağıdaki iki grafik ise deneklerimiz ile ortalama Türkiye insanı arasındaki mesafeleri en net şekilde gözler önüne seriyor. Yaklaşık olarak her 10 kişiden 6’sı ortalama Türkiye insanına ya benzediğini ya da çok benzediğini ve bu insanı ailesinde gelin, damat veya eş olarak görmek isteyeceğini belirtmiş. Bu bulgudan ilk olarak önceki sayfalardaki bir tespitimizi teyit edebiliriz; Türkiye’de ortalama insan olmak genel anlamıyla olumsuz çağrışım yapmıyor. İkincisi ise; bu çağrışım olumsuz olmadığı gibi kişinin kendisini de özdeşleştirebileceği, ailesinde gördüğü ya da görmek isteyeceği bir kişiye işaret ediyor. İki soruya verilen cevaplar arasındaki benzerlik oldukça dikkat çekici.



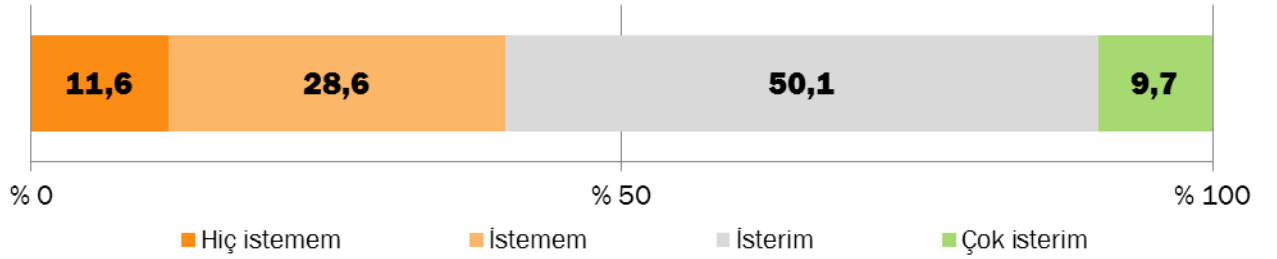




### Ortalama Türkiye insanına ne kadar benziyorsunuz?



### Bu ortalama insanı gelin, damat veya eş olarak ailenizde ister misiniz?

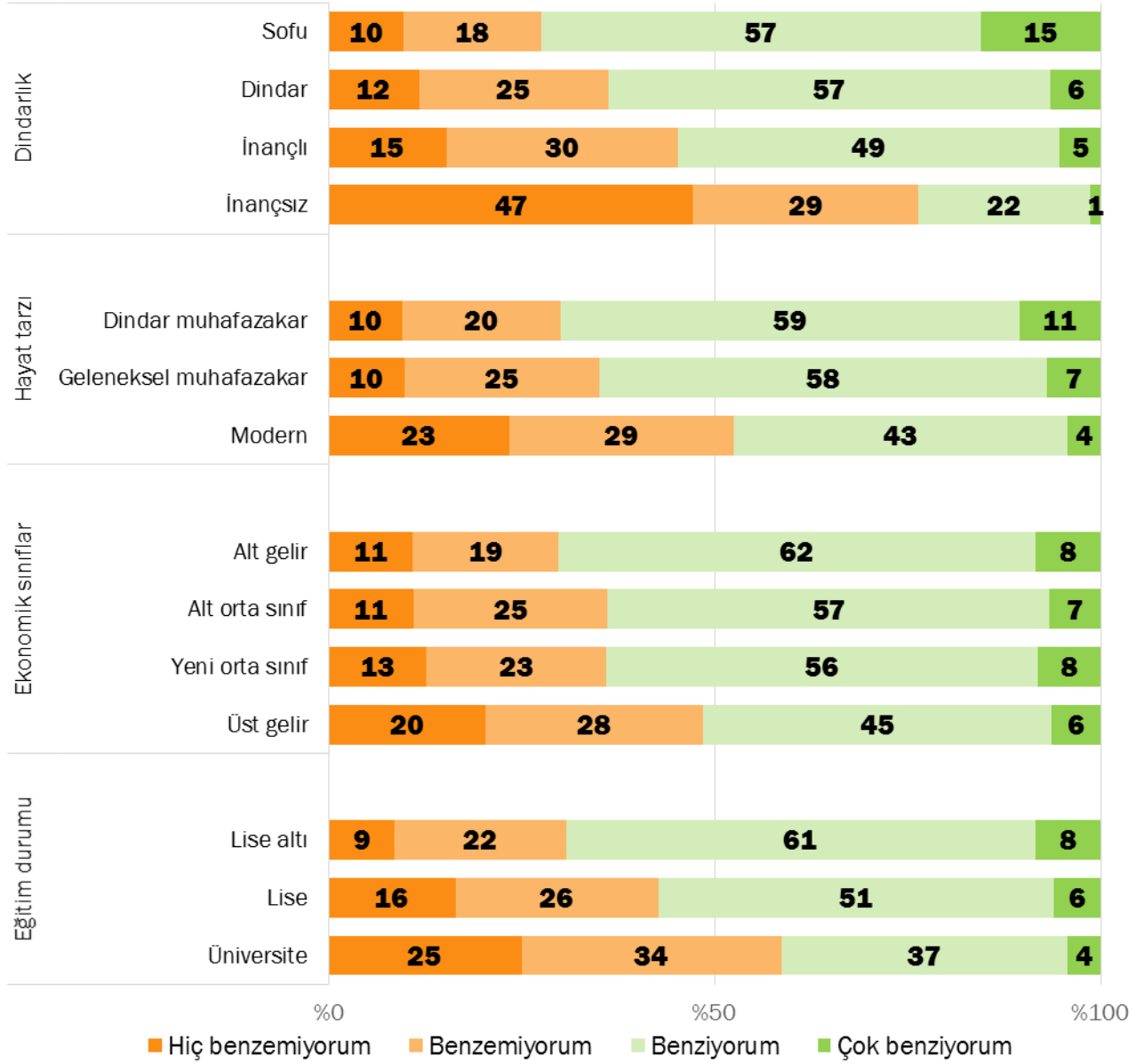


Yine de bu haliyle bile her 10 kişiden 4'ü ortalama insana benzemek istemediğini ve böylesi bir kişiyi yakın çevresinde görmek istemediğini belirtmiş. Bu yüzden ortalama insana daha yakın durduğunu düşünenlerle daha uzak durduğunu düşünenler arasında nasıl farklılık olduğuna göz atmakta fayda var.

Ortalama insanla arasındaki mesafelere farklı demografik ve siyasi gruplar üzerinden baktığımızda karşımıza daha ayrıntılı bir tablo çıkıyor. Eğitim düzeyi ve ekonomik refah seviyesi arttıkça kendilerini ortalama Türkiye insanına daha az benzetiyor, daha mesafeli duruyorlar. Yine benzer şekilde dindarlık ve muhafazakârlık seviyeleri düştükçe deneklerin kendilerini ortalama Türkiye insanına benzetme olasılıkları da azalıyor.



### Ortalama insana ne kadar benziyorsunuz?



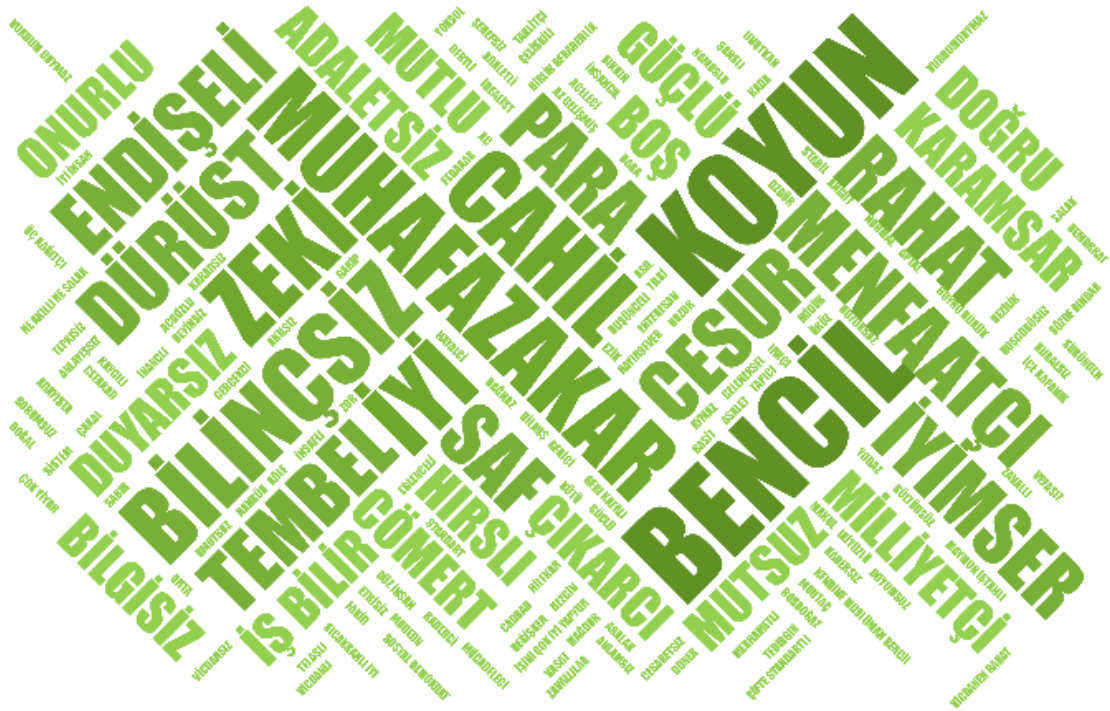
Ancak önceki sayfalarda gösterdiğimiz haliyle bile ortalama insandan kendini farklı görmek ve ortalama insana yakın hissetmek konusundaki önemli dinamiklerden birini gözden kaçırmış oluyoruz. Aynı sorulara verilen cevapları parti seçmenliği üzerinden değerlendirdiğimizde karşımıza daha net bir toplumsal tablo çıkıyor. Ak Partili her iki kişiden biri ortalama Türkiye insanı hakkında olumlu bir kelime sarf ederken, MHP seçmeni için bu oran üç kişiden birine, CHP seçmeni için bu oranın biraz altına ve HDP seçmeni için her 10 kişiden birine düşüyor. Burada dikkat çekmesi gereken başka bir konu ise doğrudan olumsuz bir tarif içine giren CHP ve HDP seçmeninin hemen hemen aynı oranda olması (Parti seçmeni bazında ortalama insanı tarif etmek amacıyla kullanılan en sık kelimeleri görmek için takip eden sayfalardaki kelime bulutlarına bakınız).



## Ak Parti seçmenlerine göre tek kelimeyle ortalama Türkiye insanı



## CHP seçmenlerine göre tek kelimeyle ortalama Türkiye insanı





## MHP seçmenlerine göre tek kelimeyle ortalama Türkiye insanı

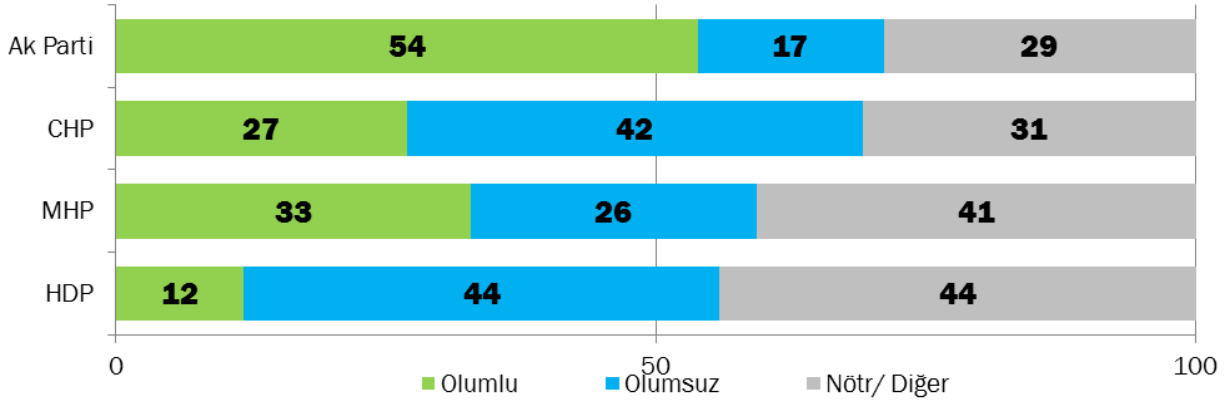


## HDP seçmenlerine göre tek kelimeyle ortalama Türkiye insanı



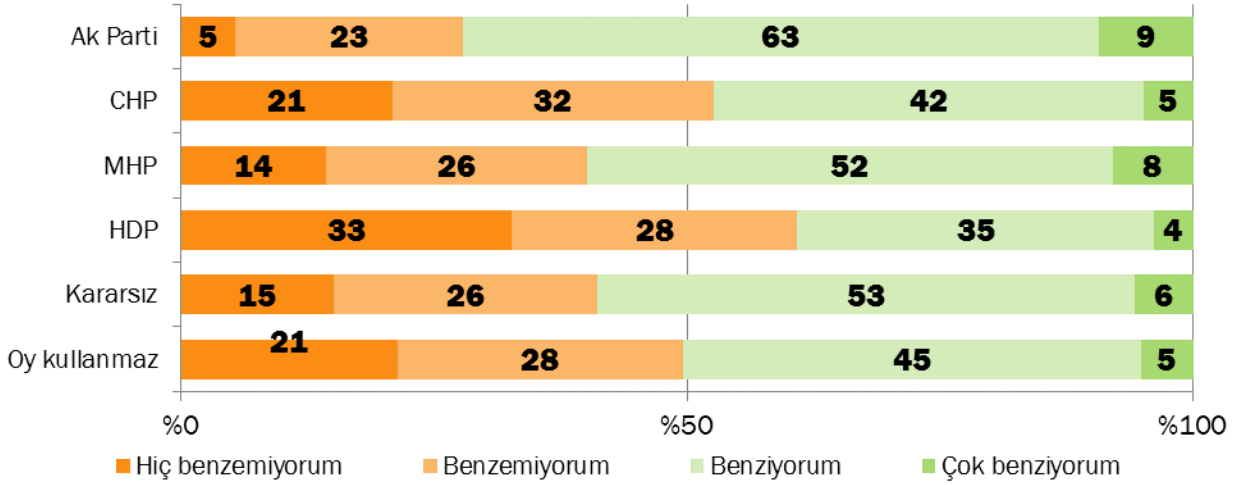


### Ortalama Türkiye insanını hangi kelime tarif eder?



Aşağıdaki grafik de yukarıdaki grafikteki bulguyu destekler nitelikte. Ak Partililerin yüzde 70 ve fazlası ortalama Türkiye insanına benzediğini düşünürken, bu oran sırasıyla MHP, CHP ve HDP için düşüyor. Ancak yine “hiç benzemiyorum” diyenlerin CHP ve HDP seçmeni arasında aynı oranlarda olduklarını görüyoruz.

### Ortalama insana ne kadar benziyorsunuz?



Hem HDP hem de CHP seçmenleri ortalama insana benzemediklerini düşünseler de, böyle düşünme nedenleri birbirinden oldukça farklı—ki bunu hem seçmenlerin kelime bulutlarındaki farklardan hem de daha önce gerek hayat tarzları üzerinden Modernlere, gerekse etnik kimlik üzerinden Kürtlere dair yaptığımız analizlerden de anlayabiliyoruz.

Önceki sayfalarda Türkiye’de ortalama insan olmak kavramının genel anlamıyla olumsuz çağrışım yapmadığı ve bu çağrışımın olumsuz olmadığı gibi kişinin kendisini de özdeşleştirebileceği, ailesinde gördüğü ya da görmek isteyeceği bir kişiye işaret ettiği şeklinde bir gözlemimizi paylaşmıştık.



## 2.6. Değerlendirme

Bu bölümde elde ettiğimiz bulguları yanyana koyduğumuzda karşımıza açıklayıcı bir tablo çıkıyor. Hatırlatmak gerekirse; görüştüğümüz kişilerin kendi zihinlerindeki ortalama Türkiye insanıyla arasındaki mesafeyi üç temel mesele üzerinden anlamaya çalıştık. Birincisi; geçmişte ölçtüğümüz pratiklere, değerler ve sahipliklere dair gerçek durumu zihinlerdeki ortalama Türkiye insanının hayal edilen pratikleri, değerleri ve sahiplikleri ile karşılaştırdık. Buna göre bazı konularda doğru tespitler yaparken, bazı konularda da oldukça yanlış tespitler yaptılar. İkincisi; gerek açık uçlu gerek ölçekli kişilik özellikleri soruları sonucunda görüştüğümüz kişilerin ortalama Türkiye insanı olmayı ne kadar olumlu ve olumsuz bulduklarını tespit ettik. Buna göre; deneklerin yüzde 40'ı ortalama Türkiye insanı için olumlu ifadeler kullanırken, yüzde 30'u olumsuz ve yine yüzde 30'u nötr ifadeler kullanmışlardır. Üçüncüsü ise görüştüğümüz kişilere bu ortalama insana ne kadar benzediği ve (Türkiye'de toplumsal olarak en yakın temas noktasını oluşturan) ailesinde görmek isteyip istemeyeceklerini sorduk. Bu iki soru da aynı cevabı üretmiş ve yüzde 60'ı bu ortalama Türkiye insanına benzediğini ve ailesinde görmek isteyeceğini, bunun tersi olarak da yüzde 40'ı benzemediğini, ailesinde görmek istemeyeceğini belirtmiştir.

Bu üç temel meseleyi yanyana koyunca görüştüğümüz kişilerin tasvir ettikleri ortalama insanı kendilerine ne kadar yakın veya uzak gördüklerini anlayabiliyoruz. Ancak, her bir kişi için tek bir ortalama Türkiye insanı olduğundan bahsetmek oldukça zor görünüyor. Farklı neden ve motivasyonlarla farklı meselelerde birbirinin yerine geçemeyecek üç farklı insanı tasvir ediyorlar. İlk olarak kendilerine yakın gördükleri ve gündelik hayatlarında doğrudan gözlemledikleri kişiden bahsediyorlar. Bu kişi genel olarak içinde yaşadıkları toplumsal alanın içeriğini betimliyor. Başka bir deyişle bu kişi tasviri üzerinden yaşadıkları alana dair, bu alanın içerisindeki kalabalıklara dair, daha doğrusu *içerisi* hakkında fikir ediniyoruz. İkinci olarak kendilerine uzak gördükleri ve daha hayali bir insandan bahsediyorlar. Bu kişi genel olarak içinde yaşadıkları toplumsal alanın sınırlarını betimliyor. Başka bir deyişle bu kişi tasviri üzerinden yaşadıkları alanın sınırlarına, ve zihinlerdeki öteki algısına dair, daha doğrusu *dışarı* hakkında fikir ediniyoruz. Üçüncü olarak, kendilerine yöneltilen sorunun gündemde ve kamuda ne kadar yer edindiğine göre bu içerileri ve dışarıları hakkındaki yanlış tespitlerinin boyutunu ölçebiliyoruz.

Rapor boyunca elde ettiğimiz en kaydadeğer veri işte bu üç ortalama insan tasvirinin en net şekilde yine üç temel bakış açısı üzerinden anlaşılır olduğudur; cinsiyet, hayat tarzı ve siyasi parti seçmenliği. Kadınların tasvirleri erkeklere göre, Modernlerinki diğer iki Muhafazakâr hayat tarzı kümesine göre ve CHP-HDP seçmenininki AK Parti-MHP seçmenine göre daha fazla dalgalanıyor. Çünkü erkeklerin, muhafazakâr hayat tarzı kümelerinin ve Ak Parti-MHP seçmeninin tasvir ettikleri ortalama Türkiye insanı birbirlerine kadınların, Modernlerin ve CHP-HDP seçmenlerinin tasvir ettiklerine kıyasla çok daha fazla benziyor, bu tanımlar birbirleri üzerine adeta oturuyor. Bu yüzden de zihinlerindeki ortalama Türkiye insanı ile toplumsal hayatta temas ettikleri insanlar arasında mesafe birbirine daha yakındır.



*“Ortalama insan Őu: birinci kaygısı daha iyi yaşamak olan, ancak daha iyi yaşadıkça diğer fikirlere görelilik olarak hoşgörü gösterebilen, gündelik hayatında seçim olmadığı sürece siyasi süreçle çok ilgilenmeyen, mutluluğu aile ve çocuk etrafında tasarlayan, bunun böyle olmadığını gördüğünde Őaşıran, karamsarlaşan ve hoşnutsuzluğunu bazen Şiddet göstererek ortaya koyan insan tipi.”*

**(Derinlemesine Görüşme: Erkek, 51, Oy Kullanmaz)**



### 3. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ

#### 3.1. Araştırmanın Genel Tanımı

Bu raporun dayanağı olan araştırmalar, KONDA Barometresi aboneleri için, KONDA Araştırma ve Danışmanlık A.Ş. tarafından gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın saha çalışması 9-10 Ocak 2016 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Bu rapor, Türkiye'deki 18 yaş üstü yetişkin nüfusun, saha çalışmasının yapıldığı günlerdeki siyasal eğilimlerini, tercihleri ve profillerini yansıtmaktadır.

Araştırma, Türkiye'nin 18 yaş üstü yetişkin nüfusunu temsil edecek deneklerin tercihlerindeki eğilim ve değişimleri belirlemek ve izlemek için tasarlanmış ve uygulanmıştır. Araştırmanın bulgularının hata payı, yüzde 95 güven aralığında +/- 1,7, yüzde 99 güven aralığında yüzde +/- 2,3'dür.

#### 3.2. Örneklem

Örneklem, ADNKS (Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi) verilerine dayalı mahalle ve köylerin nüfus büyüklükleri ve eğitim seviyeleri verileri ile 12 Haziran 2011 Genel seçimlerinin mahalle ve köy sonuçları katmanlandırılarak hazırlanmıştır.

Yerleşim yerleri önce kırsal/kent/metropol olarak ayrıştırılmış ve 12 bölge esas alınarak örneklem tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında, 28 ilin merkez dahil 101 ilçesine bağlı 148 mahalle ve köyünde 2511 kişiyle hanelerde yüzyüze görüşülmüştür.

Gidilen il	28
Gidilen ilçe	101
Gidilen mahalle/köy	148
Görüşülen denek	2511

Her bir mahallede gerçekleştirilen 18 anket için yaş ve cinsiyet kotası uygulanmıştır.

Yaş grubu	Kadın	Erkek
18-28 yaş	3 denek	3 denek
29-44 yaş	3 denek	3 denek
44 yaş ve üstü	3 denek	3 denek





	Düzey 1 (12 bölge)	Gidilen iller
1	İstanbul	İstanbul
2	Batı Marmara	Balıkesir, Çanakkale, Edirne
3	Ege	Denizli, İzmir, Kütahya, Uşak
4	Doğu Marmara	Bursa, Eskişehir, Kocaeli
5	Batı Anadolu	Ankara, Konya
6	Akdeniz	Adana, Antalya, Hatay, Mersin
7	Orta Anadolu	Kayseri, Sivas
8	Batı Karadeniz	Samsun, Tokat
9	Doğu Karadeniz	Trabzon
10	Kuzeydoğu Anadolu	Erzincan
11	Ortadoğu Anadolu	Malatya, Van
12	Güneydoğu Anadolu	Diyarbakır, Gaziantep, Şanlıurfa

Görüşülen deneklerin bölgelere ve yerleşim yerleri türüne göre dağılımı aşağıdaki tablodadır.

	Anketin yapıldığı bölge	Kır	Kent	Metropol	Toplam
1	İstanbul			16,9	16,9
2	Batı Marmara	2,2	3,6		5,8
3	Ege	4,3	6,5	5,0	15,7
4	Doğu Marmara	1,4	2,9	5,1	9,4
5	Batı Anadolu			10,4	10,4
6	Akdeniz	3,0	2,8	5,4	11,3
7	Orta Anadolu	2,2	2,2	1,5	5,9
8	Batı Karadeniz	2,9	3,6		6,5
9	Doğu Karadeniz	1,4	2,0		3,5
10	Kuzeydoğu Anadolu	1,4			1,4
11	Ortadoğu Anadolu	1,4	2,2		3,6
12	Güneydoğu Anadolu	1,7	3,6	4,4	9,7
	Toplam	22,0	29,5	48,5	100,0



## 4. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI

### 4.1. Deneklerin Profili

Cinsiyet	Yüzde
Kadın	46,1
Erkek	53,9
Toplam	100,0

Yaş	Yüzde
18 - 28 yaş	26,5
29 - 43 yaş	34,7
44+ yaş	38,8
Toplam	100,0

Eğitim durumu	Yüzde
Okuryazar değil	5,2
Diplomasız okur	1,4
İlkokul mezunu	28,7
İlköğretim / Ortaokul mezunu	19,1
Lise mezunu	29,5
Üniversite mezunu	14,7
Yüksek lisans / Doktora	1,5
Toplam	100,0

Hane Kişi Sayısı	Yüzde
1 - 2 kişi	18,7
3 - 5 kişi	64,2
6 - 8 kişi	14,9
9 ve daha fazla kişi	2,2
Toplam	100,0



Doğum yeri (bölge)	Yüzde
İstanbul	6,5
Batı Marmara	5,1
Ege	13,1
Doğu Marmara	7,8
Batı Anadolu	8,5
Akdeniz	10,7
Orta Anadolu	8,4
Batı Karadeniz	8,8
Doğu Karadeniz	6,1
Kuzeydoğu Anadolu	3,7
Ortadoğu Anadolu	6,2
Güneydoğu Anadolu	12,8
Yurtdışı	1,3
Toplam	100,0

Çalışma durumu	Yüzde
Devlet memuru	5,1
Özel sektör	6,4
İşçi	9,8
Esnaf	8,1
Tüccar / iş adamı	,6
Serbest meslek sahibi	1,5
Çiftçi, ziraatçı, hayvancı	5,0
Çalışıyor, diğer	6,4
Emekli	13,0
Ev kadını	29,2
Öğrenci	9,1
İşsiz	4,6
Çalışamaz halde	1,0
Toplam	100,0



<b>Hayat tarzı kümesi</b>	<b>Yüzde</b>
Modern	28,9
Geleneksel muhafazakâr	42,8
Dindar muhafazakâr	28,3
Toplam	100,0

<b>Örtünme durumu</b>	<b>Yüzde</b>
Örtünmüyor	27,5
Başörtüsü	49,7
Türban	8,7
Çarşaf	,8
Bekar erkek	13,2
Toplam	100,0

<b>Etnik köken</b>	<b>Yüzde</b>
Türk	82,6
Kürt	12,0
Zaza	1,2
Arap	1,8
Diğer	2,4
Toplam	100,0

<b>Din / mezhep</b>	<b>Yüzde</b>
Sünni Müslüman	91,3
Alevi Müslüman	6,5
Diğer	2,2
Toplam	100,0

<b>Dindarlık</b>	<b>Yüzde</b>
İnançsız	3,0
İnançlı	25,3
Dindar	58,6
Sofu	13,1
Toplam	100,0



Haber seyrettiği TV kanalı	Yüzde
İzlemiyorum	13,2
A Haber	4,4
ATV	14,4
CNNTürk	2,9
Fox TV	17,7
Habertürk	1,7
Halk TV	1,7
İMÇ	3,2
Kanal 7	2,0
Kanal D	7,2
Kanaltürk	,1
NTV	2,3
Roj/Nuçe/Sterk	,2
Samanyolu	,4
Show TV	4,0
Star	3,9
TRT	11,1
Ulusal	,7
Yerel kanallar	2,3
Diğer kanallar	6,4
Toplam	100,0

Aylık hane geliri	Yüzde
700 TL ve altı	4,6
701 - 1200 TL	20,1
1201 - 2000 TL	42,8
2001 - 3000 TL	19,9
3001 - 5000 TL	9,3
5001 TL ve üstü	3,3
Toplam	100,0



Oturulan evin tipi	Yüzde
Gecekodu/dış sıvasız apartman	2,9
Müstakil, geleneksel ev	40,4
Apartman	52,3
Site içinde	4,1
Çok lüks bina, villa	,3
Toplam	100,0

Geçen ay geçinebildiniz mi?	Yüzde
Evet, kenara para da koyabildim	17,5
Eh, kıt kanaat geçinebildim	57,6
Aslında pek geçinemedim	10,3
Hayır, bazı ödemeleri yapamadım / borca girdim	14,7
Toplam	100,0

## 4.2. Ortalama Türkiye İnsanı

Hanesinde kaç kişi yaşıyor?	Yüzde
1 - 2 kişi	3,2
3 - 5 kişi	76,6
6 - 8 kişi	18,2
9 ve daha fazla kişi	2,0
Toplam	100

Eğitim durumu nedir?	Yüzde
Okuryazar değil	1,3
Diplomasız okur	,7
İlkokul mezunu	19,6
İlköğretim / Ortaokul mezunu	23,4
Lise mezunu	45,1
Üniversite mezunu	9,6
Yüksek lisans / Doktora	,3
Toplam	100



Ne kadar dindardır?	Yüzde
İnançsız	1,3
İnançlı	39,7
Dindar	48,6
Sofu	10,4
Toplam	100,0

Aylık hane geliri ne kadardır?	Yüzde
700 TL ve altı	1,5
701 - 1200 TL	26,0
1201 - 2000 TL	57,0
2001 - 3000 TL	11,5
3001 - 5000 TL	3,3
5001 TL ve üstü	,8
Toplam	100,0

Geçen ay geçinebilmiş midir?	Yüzde
Evet, kenara para da koyabilmiştir.	10,8
Eh, kıt kanaat geçinebilmiştir.	58,1
Aslında pek geçinememiştir.	13,7
Hayır, bazı ödemeleri yapamamıştır / borca girmiştir.	17,4
Toplam	100,0

Kızı veya oğlunun farklı dinden biriyle evlenmesine izin verir.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	54,1
Yanlış	16,0
Kısmen yanlış	11,9
Kısmen doğru	6,6
Doğru	5,1
Kesinlikle doğru	6,2
Toplam	100,0



<b>Kızı veya oğlunun farklı etnik kökenden biriyle evlenmesine izin verir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	31,4
Yanlış	15,7
Kısmen yanlış	16,9
Kısmen doğru	12,6
Doğru	12,6
Kesinlikle doğru	10,7
Toplam	100,0

<b>Bir erkekle kadının beraber yaşamaları için dini nikahı şart görür.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	10,1
Yanlış	4,3
Kısmen yanlış	7,2
Kısmen doğru	7,7
Doğru	19,3
Kesinlikle doğru	51,3
Toplam	100,0

<b>Çocuk aldırıp, kürtaj yaptırmayı normal karşılar.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	53,9
Yanlış	18,4
Kısmen yanlış	11,9
Kısmen doğru	6,1
Doğru	5,0
Kesinlikle doğru	4,6
Toplam	100,0

<b>Haksızlığa uğradığında hakkını arar.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	6,6
Yanlış	7,9
Kısmen yanlış	15,9
Kısmen doğru	15,7
Doğru	22,5
Kesinlikle doğru	31,3
Toplam	100,0





<b>Evde anlaşmazlık çıktığında şiddet uygular.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	23,9
Yanlış	15,6
Kısmen yanlış	19,6
Kısmen doğru	14,3
Doğru	15,6
Kesinlikle doğru	10,9
Toplam	100,0

<b>Kalabalıklarda farkedilmek ister.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	14,2
Yanlış	10,8
Kısmen yanlış	19,5
Kısmen doğru	18,6
Doğru	20,8
Kesinlikle doğru	16,0
Toplam	100,0

<b>Modayı takip eder.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	22,6
Yanlış	17,3
Kısmen yanlış	18,0
Kısmen doğru	16,9
Doğru	15,7
Kesinlikle doğru	9,5
Toplam	100,0



<b>Herhangi bir siyasi nedenle, ürünlerini boykot ettiği bir marka vardır.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	20,1
Yanlış	15,8
Kısmen yanlış	17,9
Kısmen doğru	15,3
Doğru	16,2
Kesinlikle doğru	14,7
Toplam	100,0

<b>Dost, arkadaş seçerken siyasi görüşü etkili olur.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	23,7
Yanlış	14,0
Kısmen yanlış	15,4
Kısmen doğru	13,5
Doğru	18,4
Kesinlikle doğru	14,9
Toplam	100,0

<b>Ülkede olup biteni takip eder.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	5,3
Yanlış	5,9
Kısmen yanlış	12,9
Kısmen doğru	15,1
Doğru	26,9
Kesinlikle doğru	33,9
Toplam	100,0

<b>Endişelidir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	6,6
Yanlış	6,3
Kısmen yanlış	14,5
Kısmen doğru	15,9
Doğru	26,7
Kesinlikle doğru	30,0
Toplam	100,0



<b>Girişkendir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	5,6
Yanlış	10,2
Kismen yanlış	15,4
Kismen doğru	18,3
Doğru	25,7
Kesinlikle doğru	24,8
Toplam	100,0

<b>Bencildir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	21,2
Yanlış	15,8
Kismen yanlış	17,1
Kismen doğru	13,4
Doğru	16,4
Kesinlikle doğru	16,1
Toplam	100,0

<b>Çalışkandır.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	4,8
Yanlış	7,4
Kismen yanlış	13,7
Kismen doğru	19,1
Doğru	24,0
Kesinlikle doğru	30,9
Toplam	100,0

<b>Kadercidir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	4,4
Yanlış	3,6
Kismen yanlış	12,4
Kismen doğru	15,7
Doğru	27,0
Kesinlikle doğru	36,9
Toplam	100,0



<b>Kurallara uyar.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	13,1
Yanlış	14,0
Kısmen yanlış	17,7
Kısmen doğru	17,3
Doğru	19,5
Kesinlikle doğru	18,5
Toplam	100,0

<b>Kavgacıdır.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	15,6
Yanlış	11,7
Kısmen yanlış	19,0
Kısmen doğru	15,5
Doğru	19,7
Kesinlikle doğru	18,5
Toplam	100,0

<b>İyimserdir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	4,0
Yanlış	7,2
Kısmen yanlış	15,4
Kısmen doğru	20,5
Doğru	26,4
Kesinlikle doğru	26,5
Toplam	100,0

<b>Kurnazdır.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	11,5
Yanlış	11,5
Kısmen yanlış	18,2
Kısmen doğru	17,8
Doğru	20,3
Kesinlikle doğru	20,8
Toplam	100,0



<b>Moderndir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	11,5
Yanlış	14,2
Kısmen yanlış	22,0
Kısmen doğru	21,4
Doğru	18,4
Kesinlikle doğru	12,5
Toplam	100,0

<b>Dürüştür.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	5,0
Yanlış	8,0
Kısmen yanlış	16,4
Kısmen doğru	19,3
Doğru	24,1
Kesinlikle doğru	27,1
Toplam	100,0

<b>Hoşgörülüdür.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	4,6
Yanlış	8,1
Kısmen yanlış	12,5
Kısmen doğru	18,5
Doğru	24,5
Kesinlikle doğru	31,7
Toplam	100,0

<b>Karamsardır.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	10,0
Yanlış	12,9
Kısmen yanlış	21,3
Kısmen doğru	19,0
Doğru	19,8
Kesinlikle doğru	17,0
Toplam	100,0



<b>Meraklıdır.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	4,0
Yanlış	4,3
Kısmen yanlış	10,5
Kısmen doğru	13,6
Doğru	23,9
Kesinlikle doğru	43,6
Toplam	100,0

<b>Tembeldir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	23,0
Yanlış	17,9
Kısmen yanlış	17,6
Kısmen doğru	13,3
Doğru	14,9
Kesinlikle doğru	13,3
Toplam	100,0

<b>Adaletlidir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	10,5
Yanlış	9,5
Kısmen yanlış	15,7
Kısmen doğru	19,4
Doğru	20,9
Kesinlikle doğru	24,1
Toplam	100,0

<b>Sorumluluk sahibidir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	5,3
Yanlış	7,2
Kısmen yanlış	16,3
Kısmen doğru	19,4
Doğru	24,2
Kesinlikle doğru	27,6
Toplam	100,0



<b>Gelenekseldir.</b>	<b>Yüzde</b>
Kesinlikle yanlış	1,6
Yanlış	2,7
Kısmen yanlış	9,2
Kısmen doğru	14,9
Doğru	28,5
Kesinlikle doğru	43,1
Toplam	100,0

<b>Bu ortalama insan genel hayat şartları bakımından kendini ne kadar mutlu hissediyordur?</b>	<b>Yüzde</b>
Çok mutsuz	2,9
Mutsuz	16,3
Ne mutlu ne mutsuz	53,0
Mutlu	25,4
Çok mutlu	2,5
Toplam	100,0

<b>Tatilde nereye gidiyordur?</b>	<b>Yüzde</b>
Memleketine, ailesinin yanına	63,2
Yurtiçinde deniz kenarına	13,3
Yurtdışına	,6
Tatil yapmaz	22,8
Toplam	100,0

<b>Haftasonlarını genellikle ne yaparak geçiriyordur?</b>	<b>Yüzde</b>
Alışverişte, alışveriş merkezinde	34,8
Sinema benzeri aktivitelerde	10,2
Aile, akraba ziyaretiyle	48,1
Tatil amaçlı seyahat ederek	6,0
Spor yaparak	5,3
Hiçbir şey yapmadan evde	40,9



<b>Hangi sıklıkta dişlerini fırçalar?</b>	<b>Yüzde</b>
Günde birden fazla	14,1
Günde bir	38,9
2-3 güne bir	24,4
Haftada bir	16,0
Hiç	6,6
Toplam	100,0

<b>Ailesiyle lokanta - kafe gibi yerlerde yemek yer.</b>	<b>Yüzde</b>
Hiçbir zaman	14,8
Nadiren	44,2
Bazen	33,5
Sık sık	6,0
Her zaman	1,6
Toplam	100,0

<b>Alkollü içki tüketir.</b>	<b>Yüzde</b>
Hiçbir zaman	28,6
Nadiren	24,7
Bazen	30,4
Sık sık	13,2
Her zaman	3,2
Toplam	100,0

<b>Düzenli olarak namaz kılar.</b>	<b>Yüzde</b>
Hiçbir zaman	6,1
Nadiren	21,8
Bazen	34,7
Sık sık	22,3
Her zaman	15,1
Toplam	100,0





<b>Düzenli olarak oruç tutar.</b>	<b>Yüzde</b>
Hiçbir zaman	3,5
Nadiren	12,5
Bazen	25,7
Sık sık	29,0
Her zaman	29,4
Toplam	100,0

<b>Bu ortalama insan genel hayat şartları bakımından kendini ne kadar mutlu hissediyordur?</b>	<b>Yüzde</b>
Çok mutsuz	2,9
Mutsuz	16,3
Ne mutlu ne mutsuz	53,0
Mutlu	25,4
Çok mutlu	2,5
Toplam	100,0

<b>Çevreyi korumak adına hangilerini yapar?</b>	<b>Yüzde</b>
Bağış yapar	21,1
Protesto eylemlerine katılır	13,4
Ağaç diker	28,3
Temizlik faaliyetlerine katılır	17,8
Hiçbir şey yapmaz	45,7

<b>Sizce ortalama Türkiye İnsanı aşağıdakilerden hangilerine sahiptir?</b>	<b>Yüzde</b>
Kredi Kartı	80,1
Akıllı telefon	82,8
Tablet bilgisayar	37,4
Pasaport	4,7
Bulaşık makinesi	54,8
Araba	44,2
Ev	38,0
Yazlık	4,1



Ortalama Türkiye insanı hangi partiye oy veriyordur?	Yüzde
Ak Parti	86,7
CHP	7,9
MHP	3,4
HDP	,9
Diğer	,2
Kararsız	,1
Oy kullanmaz	,2
Diğer Cevaplar	,6
Toplam	100,0

Bu sorulara cevap verirken aklınızdaki ortalama Türkiye insanının cinsiyeti nedir?	Yüzde
Kadın	34,1
Erkek	65,9
Toplam	100,0

Yaşı kaçtır?	Yüzde
18 - 28 yaş	12,0
29 - 43 yaş	55,8
44+ yaş	32,1
Toplam	100,0

En büyük beklentisi nedir?	Yüzde
Huzur	30,3
Geçim - para	24,2
Adalet - hukuk - demokrasi	10,5
Gelecek	6,3
İş	5,5
Aile - çocuk	5,1
Sağlık	5,2
Ülke siyaseti	5,0
Diğer	8,0
Toplam	100,0



En büyük korkusu nedir?	Yüzde
İç savaş + ülkenin bölünmesi + terör	38,9
Geçim sıkıntısı	24,1
Ölüm + hastalık + doğal afetler	13,2
Ailevi meseleler	8,3
Allah - ahiret korkusu + namus	4,1
Diğer	11,4
Toplam	100,0

Ortalama Türkiye insanını hangi kelime tarif eder?	Yüzde
Olumlu	40,3
Olumsuz	27,5
Diğer	32,2
Toplam	100,0

Siz bu insana ne kadar benziyorsunuz?	Yüzde
Hiç benzemiyorum	13,7
Benzemiyorum	25,4
Benziyorum	53,9
Çok benziyorum	7,1
Toplam	100,0

Bu ortalama insanın gelin, damat veya eş olarak ailenizde bulunmasını ister misiniz?	Yüzde
Hiç istemem	11,6
İstemem	28,6
İsterim	50,1
Çok isterim	9,7
Toplam	100,0



## 5. TERİMLER SÖZLÜĞÜ

Barometre raporlarında yer alan tüm bulgular, araştırmaların saha çalışmalarında görüşülen kişilerle yüz yüze yapılan anketlerde sorulan sorulara dayandırılmaktadır. Bazı sorular ve cevap seçenekleri sonrasında kısaltılarak veya basitleştirilerek, raporda gündelik dilde kullanılan terimlerle ifade edilmektedir. Örneğin kendini ne kadar dindar gördüğüne dair soruya cevaben “İnançlı ama dinin gereklerini pek yerine getiremeyen biri” için, raporda kısaca “inançlı” ifadesi kullanılmaktadır. Bu bölüm hem Barometre raporunu eline ilk defa alanlar için, hem de terimlerle ilgili açıklamaya ihtiyaç duyanlar için hazırlanmıştır. İlk tabloda terimler ve açıklamaları, daha sonraki tablolarda bu terimlerin kaynağı olan soru ve cevap metinleri yer almaktadır.

Terim	Açıklama
Alevi Müslüman:	Kendi din / mezhebini Alevi Müslüman olarak tanımlayan kişi
Alt orta sınıf:	Kişi başı geliri ortadaki yüzde 60'lık kesimde olan ama otomobili olmayan kesim
Alt sınıf:	Kişi başı geliri en düşük olan yüzde 20'lik kesim
Arap:	Kendi etnik kökenini Arap olan tanımlayan kişi
Başörtülü:	Kendisi veya erkekse eşinin başörtüsü ile örtündüğünü belirten kişi
Çarşaf:	Kendisi veya erkekse eşinin çarşaf ile örtündüğünü belirten kişi
Dindar:	Dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan dindar biri
Dindar muhafazakâr:	Kendi hayat tarzını dindar muhafazakâr olarak tanımlayan kişi
Geleneksel muhafazakâr:	Kendi hayat tarzını geleneksel muhafazakâr olarak tanımlayan kişi
İdeolojik:	Siyasi görüşüme en yakın parti o, diyen kişi
İnançlı:	İnançlı ama dinin gereklerini pek yerine getiremeyen biri
İnançsız:	Dinin gereklerine pek inanmayan biri
Kent:	Nüfusun 4000'in üstünde olan yerleşim yerleri (idari tanımdan farklıdır)
Kır:	Nüfusun 4000'in altında olan yerleşim yerleri (idari tanımdan farklıdır)
Kürt:	Kendi etnik kökenini Kürt olan tanımlayan kişi
Liderci:	Liderine, başkanına güveniyorum, beğeniyorum, diyen kişi
Metropol:	Nüfusu en yüksek 15 şehrin bütünleşik şehir merkezi sınırlarındaki yerleşim yerleri (idari tanımdan farklıdır)
Modern:	Kendi hayat tarzını modern olarak tanımlayan kişi
Örtünmeyenler:	Kendisi veya erkekse eşinin örtünmediğini belirten kişi



Partisiz:	Bu partilerden hiçbirisi beni temsil etmiyor, diyen kişi
Sofu:	Dinin tüm gereklerini tam yerine getiren dindar biri
Son Dakikacı:	Seçim dönemlerinde partilerin çalışmalarına bakarak karar veriyorum, diyen kişi
Sünni Müslüman:	Kendi din / mezhebini Sünni Müslüman olarak tanımlayan kişi
Taraftar:	Ben / biz hep o partiye oy veririm, diyen kişi
Türbanlı:	Kendisi veya erkekse eşinin türbanla örtündüğünü belirten kişi
Türk:	Kendi etnik kökenini Türk olan tanımlayan kişi
Üst sınıf:	Kişi başı geliri en yüksek olan yüzde 20'lik kesim
Yeni orta sınıf:	Kişi başı geliri ortadaki yüzde 60'lık kesimde olan ve otomobili olan kesim
Zaza:	Kendi etnik kökenini Zaza olan tanımlayan kişi



## 5.1. Terimlerin Kaynağı Olan Soru ve Veriler

**Kendinizi, hayat tarzı bakımından aşağıda sayacağım üç gruptan hangisinde sayarsınız?**

Modern

Geleneksel muhafazakâr

Dindar muhafazakâr

**Eşiniz veya siz, sokağa çıkarken başınızı örtüyor musunuz? Nasıl örtüyorsunuz?**

Örtünmüyor

Başörtüsü

Türban

Çarşaf

Bekâr erkek

**Hepimiz Türkiye Cumhuriyeti vatandaşıyız, ama değişik etnik kökenlerden olabiliriz; Siz kendinizi, kimliğinizi ne olarak biliyorsunuz veya hissediyorsunuz?**

Türk

Kürt

Zaza

Arap

Diğer

**Kendinizi ait hissettiğiniz dininiz ve mezhebiniz nedir?**

Sünni Müslüman

Alevi Müslüman

Diğer

**Dindarlık açısından kendinizi aşağıda okuyacaklarımdan hangisiyle tarif edersiniz?**

Dinin gereklerine pek inanmayan biri

İnançlı ama dinin gereklerini pek yerine getiremeyen biri

Dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan dindar biri

Dinin tüm gereklerini tam yerine getiren dindar biri

**Genel olarak sandıktaki oy tercihinizi sayacağım sebeplerden hangisi etkiliyor, hangisi belirliyor?**

Ben/biz hep o partiye oy verimiz.



Siyasi görüşüme en yakın parti o.

Liderine, başkanına güveniyorum, beğeniyorum.

Bu partilerden hiçbirisi beni temsil etmiyor.

Seçim döneminde partilerin çalışmalarına bakarak karar veriyorum.

Toplam

**Yerleşim Kodu (Örneklemeden gelen veri)**

Kır

Kent

Metropol

**Ekonomik sınıflar (Hanedeki kişi sayısı, hane geliri ve otomobil sahipliği kullanılarak hesaplanıyor)**

Alt sınıf

Alt orta sınıf

Yeni orta sınıf

Üst sınıf