KONDA Barometresi

TEMALAR

“Ev”in Fiziksel Özellikleri ve Duygusal Anlamı

Haziran 2017

(Bu rapor abonelerimizle yaptığımız sözleşmelere uygun olarak yayınlanmıştır.)

KONDA
ARAŞTIRMA VE DANIŞMANLIK

İÇİNDEKİLER

1. YÖNETİCİ ÖZETİ 4

2. "EV"İN FİZİKSEL ÖZELLİKLERİ VE DUYGUSAL ANLAMI 7

2.1 Evlerin Fiziksel Özellikleri 7
2.2. Göç Etmenin Yaşanan Evin Özelliğine Etkisi 9
2.3. Yaşanan Yere Ait Hissetme 11
2.4. Hane Tipleri 14
2.5. Komşularla ve Misafirlerle Temas 20
2.6. Evini Kimler Terk Etmiş? 27
2.7. Hane Hangi Kavramları Hatırlatıyor? 29
2.8. Evin Duvarında Neler Var? 36
2.9. Hanede Vazgeçilmeyecek Eşya 39
2.10. Değerlendirme 43

3. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ 46

3.1. Araştırmanın Genel Tanımı 46
3.2. Örneklem 46

4. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI 48

4.1. Deneklerin Profili 48
4.2 "Ev"in Fiziksel Özellikleri ve Duygusal Anlamı 53

5. TERİMLER SÖZLÜĞÜ 60

5.1. Terimlerin Kaynağı Olan Soru ve Veriler 61

1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapora esas olan araştırma 3-4 Haziran 2017 tarihlerinde 28 ilin merkez dahil 99 ilçesine bağlı 147 mahalle ve köyünde 2549 kişiyle hanelerinde yüzyüze görüşülerek yapılmıştır.

"EV"IN FIZIKSEL ÖZELLIKLERI VE DUYGUSAL ANLAMI

Bu ayki araştırmamızda ev kavramını iki farklı yönüyle ele alıyoruz. Bir taraftan içinde yaşadığımız evlerin oda sayısı, metrekare ve bina yaşı gibi özellikler üzerinden fiziki durumunu tespit ettik. Diğer bir taraftan Türkiye toplumunu oluşturan bireyler ve toplumsal gruplar için ev kavramının farklı anlamları üzerine kafa yorduk. Evlerin fiziksel özelliklerine dair ilk tespitimiz Türkiye'de evlerde ortalama 3,9 kişi yaşadığını, evlerin ortalama büyüklüğü ise 119 metrekare olduğunu ortaya çıkarıyor. Bir evde kişi başına ise 37,4 metrekare düşüyor. Evlerdeki ortalama oda sayısı 3,3 ve kişi başına 1,25 oda düşüyor. Ortalama bina yaşı ise 21.

Hanede yaşayanların demografik özellikleriyle birlikte evlerin fiziksel boyutlarının da değiştiğini görüyoruz. Eğitim düzeyi ve gelir seviyesi arttıkça evlerin metrekaresi artıyor, ancak ev içinde yaşayan kişi sayısı azalıyor. Metropollerde evler daha küçük ancak kişi başına daha fazla alan düşüyor ve binalar daha genç.

Yetişkin nüfus içinde 14 milyon kişi doğduğu ilden göç etmiş

Kişilerin evle ilişkisini daha iyi tespit edebilmek amacıyla görüştüğümüz kişilere yaşadıkları ili, doğdukları ili ve babalarının doğduğu ili sorduk ve bu üç soruya verilen cevaplar sonucunda göç edip etmediklerini tespit ettik. 18 yaş üstü nüfustaki her dört kişiden biri kendisinin (yaklaşık 14 milyon kişi) ve her 10 kişiden biri (5 buçuk milyon kişi) ise babasının göç ettiğini belirtiyor. Yine yaklaşık her 100 kişiden 3'ü (yani yaklaşık 1 buçuk milyon kişi) önce babasının, ardından da kendinin tekrar göç ettiğini belirtmiş.

Yetişkin nüfus içinde 22 milyon kişi hem hiç göç etmemiş, hem de doğduğundan beri aynı evde yaşıyor

Yetişkin nüfusun yüzde 40'ının (yaklaşık 22 milyon kişi) ise hem hiçbir zaman göçmediğini, hem de doğduğundan beri aynı şehirde yaşadığını görüyoruz. Hiç göç etmeyenler diğer bütün kategorilere kıyasla daha kalabalık ve daha büyük evlerde yaşıyorlar, birinci ya da ikinci kuşak göçmenler ise daha az kalabalık ve daha küçük evlerde yaşıyorlar.

Toplumun yarısı doğduğu yeri, diğer yarısı ise yaşadığı yeri evi olarak görüyor

Görüştüğümüz kişilere yaşadıkları yeri mi, yoksa doğdukları yeri mi evleri olarak gördüklerini sorduk. Toplumun yarısı yaşadığı yeri, diğer yarısı ise doğduğu yeri evi olarak gördüğünü belirtti. Detaya indiğimizde erkeklerin kadınlara oranla biraz daha doğdukları yeri, kadınların ise yaşadıkları yeri evleri olarak görmeye eğilimli olduğundan bahsedebiliriz. Gençlerin doğduğu yeri yaşlılara kıyasla daha fazla evi olarak gördüğünden, yaş ilerledikçe ise daha ziyade yaşanan yerin ev olarak görüldüğünden söz etmek mümkün. Etnisite, mezhep/din, dindarlık seviyesi ve çalışma durumu ise belirleyici etkenler değiller.

Dört temel hane tipi tespit ettik: Modern Çocuklu Aileler, Geleneksel Çocuklu Aileler, Çocuksuz Aileler ve Yalnız Yaşayanlar

Bu ayki araştırmamızda yönelttiğimiz, hane tipleri ve yaşanan mekânların fiziksel özellikleri ile ilgili sorularımızı, bir kümeleme analizine tabi tutarak, hanelerde yaşayanları daha iyi tanımlayabilmeyi hedefledik. Analize, hanede kişi sayısı, çocuk sahipliği, medeni durum, aile tipleri (geniş aile, çekirdek aile vb.) ve şehirde ve hanede ne zamandır yaşandığı bilgisiyle hanenin fiziksel özelliklerini (metrekare, oda sayısı ve bina yaşı) kattık ve analiz sonucunda 4 ana kümeyle karşılaştık. Bu dört kümeyi de Modern Çocuklu Aileler (yüzde 36), Geleneksel Çocuklu Aileler (yüzde 46), Çocuksuz Aileler (yüzde 14) ve Yalnız Yaşayanlar (yüzde 4) şeklinde isimlendirdik.

Komşulardan en fazla rahatsızlık kaynağı gürültü

"Hangi durumda komşunuzdan rahatsız olursunuz?" şeklindeki sorumuz göre "gürültü" toplumun yarısı için en temel rahatsızlık kaynağı. Bunu yaklaşık dört kişiden birinin cevabı olan "içki içmek" takip ediyor. Yüzde 15'lik bir kesim için komşulara sürekli misafir gelmesi, yüzde 10'luk başka bir kesim için ise temizlik-temiz olmama ilk akla gelen rahatsızlık kaynağı.

Komşuluk ve misafir ilişkileri kuvvetli olan geleneksel çocuklu küme "içki içen" ve "evine girip çıkan belli olmayan" komşuları diğer kümelerden biraz daha yüksek oranda istemezken, diğer kümeler, özellikle de yalnız yaşayanlar gürültü konusunda daha hassas. Evcil hayvanlara ise çocuksuz aileler ortalamadan daha fazla karşı çıkıyor, bu kümede evcil hayvan besleme oranı da diğer kümelerden çok daha düşük.

Her iki kişiden biri "komşum evinde istediğini yapsın ama beni rahatsız etmesin" diyor

"Herkes kendi evinde istediğini yapabilmelidir" önermesine cevaben her iki kişiden biri "yapsın ama beni rahatsız etmesin", her üç kişiden biri "evet yapabilmelidir" ve her beş kişiden biri ise "herkesin evinin içinde bile yapamayacağı şeyler var" cevabını verdi.

Modernler ve Dindar Muhafazakârların farklı kutba doğru eğrildiğini görüyoruz: Modernler herkesin kendi evinde istediğini yapabilmesi konusunda daha rahatken, Dindar Muhafazakârlar daha müdahaleci görünüyorlar. Hane tipine göre baktığımızda ise temel farkın yalnız yaşayanlarla aileler arasında ortaya çıktığını görüyoruz: Yalnız yaşayanlar herkesin kendi evinde istediğini yapabilmesi konusunda daha rahat bir tavır sergiliyorlar.

Evin duvarında neler var?

Haneyi tanımlamaya, hanelerin içlerinin neye benzediğini gözümüzün önüne getirmeye çalışırken insanların evlerinin duvarına tablo, fotoğraf, resim, dua gibi farklı ilgi alanlarını, değerleri ve aidiyetleri gösterebilecek türden neler astıklarını da sorduk. İnsanların çoğunluğunun hanesinde duvarda saat ve aile mensuplarının fotoğrafı, yaklaşık yarısında dua, besmele, Kâbe resmi veya Hz. Ali'nin resmi gibi dini semboller ve daha az bir kısmında çerçeveli tablo, Atatürk resmi bulunuyor. Bu ay elde ettiğimiz bulguları 2008 yılında kent ve metropollerde yaptığımız başka bir araştırmamızla karşılaştırdığımızda ise çok şaşırtıcı bir bulguyla karşılaştık. Aile mensuplarının fotoğrafları dışında genelde hanelerin duvarlarında artık çok daha az sembol asılı.

2008'de hanelerin yüzde 72'sinde duvarda dua veya besmele varken, şu anda sadece yüzde 49'da bulunuyor. Benzer şekilde tablo bulunma oranı yüzde 57'den yüzde 39'a, memleketten resmi, fotoğraf veya takvim yüzde 45'ten yüzde 17'ye, Atatürk resmi yüzde 31'den yüze 17'ye inmiş.

Hanede vazgeçilemeyecek eşyalar neler?

Araştırmamızda görüştüğümüz kişilere "*Biri size hanenizdeki bütün eşyaları atarsanız yerine size daha güzellerinin alınacağını söylese, hangi eşya(ları)nızdan vazgeçmezsiniz?*" şeklinde bir soru yönelttik. Görüştüğümüz kişilerin beşte üçü mobilya, beyaz eşya, aile yadigarı, müzik aleti gibi değer verdiği, vazgeçmeyeceği en az bir eşya sayarken, ikisi bu tür eşya olmadığını belirtmiş oldu.

2. “EV”İN FİZİKSEL ÖZELLİKLERİ VE DUYGUSAL ANLAMI

Bu ayki araştırmamızda ev kavramını iki farklı yönüyle ele alıyoruz. Bir taraftan içinde yaşadığımız evlerin oda sayısı, metrekare ve bina yaşı gibi özellikler üzerinden fiziki durumunu tespit ediyoruz. Diğer bir taraftan Türkiye toplumunu oluşturan bireyler ve toplumsal gruplar için ev kavramının farklı anlamları üzerine kafa yoruyoruz. Böylece, evin fiziki durumu üzerinden elde ettiğimiz veriyi kimlik ve aidiyet gibi kişiler ve yerler arasındaki ilişkileri gösteren daha soyut kavramlarla yanyana koyarak evin toplumsal bir temas alanı olarak tanımı yapmaya çalışıyoruz. Buradaki nihai amacımız, ev kavramını kamusal alan ve özel alan arasında sıklıkla yapılan ayrıma hapsetmemek, tam tersine kamusal alanda süregiden ekonomik, siyasi ve hayat tarzı farklılıklarından kaynaklanan kutuplaşmaların değişik boyutlarda yaşandığı karma bir alan olarak da konumlamak.

2.1 Evlerin Fiziksel Özellikleri

Aşağıdaki ilk tabloda en temel haliyle Türkiye’deki evlerin yerleşim koduna, içinde yaşayanların eğitim durumuna ve aylık hane gelirine göre sırasıyla oda sayısı, kişi başına düşen oda sayısı, metrekaresi, kişi başına düşen metrekaresi, bina yaşı ve hanede yaşayanların sayısını görüyoruz. Buna göre; Türkiye’de evlerde ortalama 3,9 kişi yaşıyor, evlerin ortalama büyüklüğü ise 119 metrekare. Kişi başına bir evde ise 37,4 metrekare düşüyor. Evlerdeki ortalama oda sayısı 3,3 ve kişi başına 1,25 oda düşüyor. Ortalama bina yaşı ise 21.

	Oda sayısı	Oda/kişi	m2	Kişi/m2	Bina yaşı	Hane kişi sayısı
Türkiye	3,3	1,3	119	37,4	21	3,9
Yerleşim Kodu						
Kır	3,6	1,4	125	33,3	26	4,6
Kent	3,3	1,2	125	38,8	20	3,9
Metropol	3,2	1,2	113	37,4	21	3,7
Eğitim Durumu						
Lise altı	3,2	1,3	115	35,6	23	4,0
Lise	3,3	1,3	121	36,5	20	3,9
Üniversite	3,3	1,1	126	43,7	19	3,4
Aylık Hane Geliri						
700 TL ve altı	3,2	1,3	115	35,6	23	4,1
701 - 1200 TL	3,1	1,3	113	37,9	23	4,0
1201 - 2000 TL	3,2	1,3	117	36,8	23	3,9
2001 - 3000 TL	3,3	1,3	120	36,1	20	3,9
3001 - 5000 TL	3,3	1,2	123	39,9	19	3,6
5001 TL ve üstü	3,4	1,2	131	39,8	21	3,9

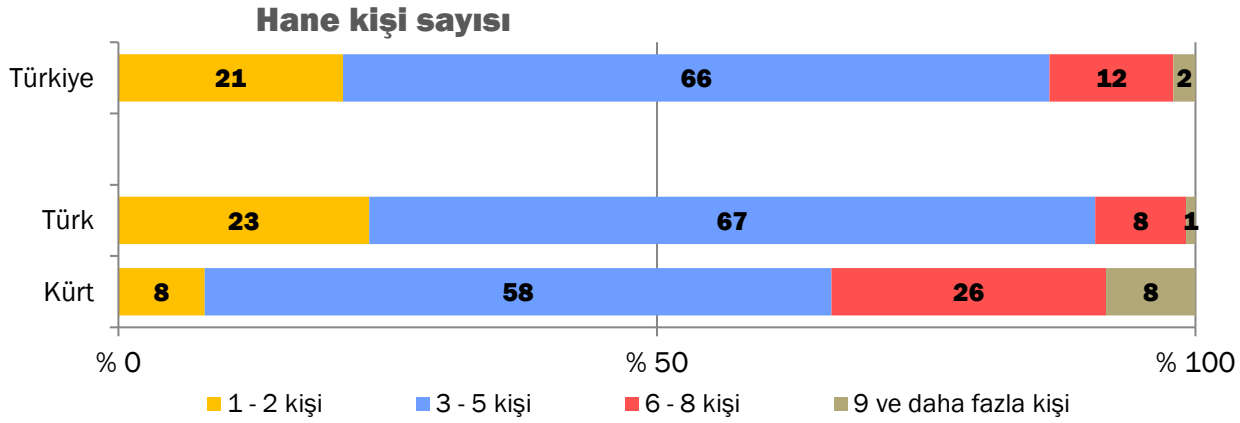
Tabloya baktığımızda tespit ettiğimiz ilk temel fark, kırsaldan metropole gidildikçe oda sayısının azalması oluyor. Kişi başına düşen oda sayısı anlamlı derecede farklılık göstermiyor ancak, evlerin metrekareleri ve kişi başına düşen metrekarede önemli farklılıklar var. Yine kırsal ve kent alanları arasında bina yaşları fark gösteriyor ve hane başına düşen fert sayısı azalıyor.

Hanede yaşayanların demografik özellikleriyle birlikte evlerin fiziksel boyutlarının da değiştiğini görüyoruz. Önceki araştırmalarımızdan da biliyoruz ki eğitim düzeyi arttıkça bir kişinin metropol alanlarında yaşama olasılığı ve de aylık kazancı artıyor. Ev içindeki oda sayıları çok anlamlı farklar yaratmıyor, ancak hanede yaşayan kişi sayısı değiştiği için kişi başına düşen metrekare alan büyük farklılıklar gösteriyor. Eğitim düzeyi ve gelir seviyesi arttıkça evlerin metrekaresi artıyor, ancak ev içinde yaşayan kişi sayısı azalıyor. Özetle metropollerde evler daha küçük olsa da kişi başına daha fazla alan düşüyor ve binalar daha genç.

Aşağıdaki tabloda ise farklı toplumsal kümelerin evlerinin fiziksel boyut açısından birbirinden ne şekillerde farklılık gösterdiklerini görüyoruz. Hâlihazırda eğitim seviyesi ve geliri daha yüksek olan Modern hayat tarzı kümesindekilerin evlerinin metrekaresi Muhafazakârlara göre çok fazla değişiklik göstermiyor, ancak hanede daha az kişi bulunduğundan kişi başı metrekarede anlamlı farklılıklar var.

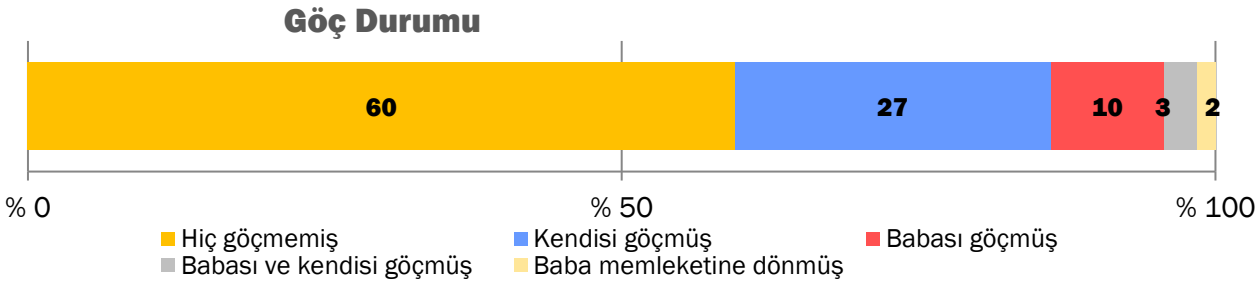
	Oda sayısı	Oda/kişi	m2	Kişi/m2	Bina yaşı	Hane kişi sayısı
Hayat Tarzı Kümesi						
Modern	3,2	1,1	120,9	42,0	20,2	3,5
Geleneksel Muhafazakâr	3,2	1,3	117,1	35,6	21,2	4,0
Dindar Muhafazakâr	3,4	1,3	120,7	35,4	23,0	4,2
Etnik köken						
Türkler	3,2	1,2	118,1	38,9	21,3	3,7
Kürtler	3,2	1,7	119,9	28,6	21,1	5,1

Evlerin fiziksel yapısında din/mezhep üzerinden önemli farklılıklar görmüyoruz, Alevilerle Sünniler benzer evlerde yaşıyorlar. Ancak, yukardaki tabloya baktığımızda Türkler ve Kürtler arasındaki en çarpıcı fark yine kişi başına düşen metrekare oluyor: Türkler için kişi başına 38,9, Kürtler içinse 28,6 metrekare alan düşüyor. Bir sonraki grafikte de görebileceğimiz üzere, bu durumun en temel nedeni Kürtlerin Türklere göre daha kalabalık hanelerde yaşıyor olması.



2.2. Göç Etmenin Yaşanan Evin Özelliğine Etkisi

Kişilerin evle ilişkisini daha iyi tespit edebilmek amacıyla bu ayki araştırmamızda görüştüğümüz kişilere yaşadıkları ili, doğdukları ili ve babalarının doğduğu ili sorduk ve bu üç soruya verilen cevaplar sonucunda göç edip etmediklerini tespit ettik. Karşımıza aşağıdaki gibi bir tablo çıktı. Buna göre 18 yaş üstü nüfustaki her dört kişiden biri kendisinin (yaklaşık 14 milyon kişi) ve her 10 kişiden biri (5 buçuk milyon kişi) ise babasının göç ettiğini belirtiyor. Yine yaklaşık her 100 kişiden 3'ü (yani yaklaşık 1 buçuk milyon kişi) önce babasının, ardından da kendinin tekrar göç ettiğini belirtmiş. Ancak bu grafik bu haliyle birinci ve ikinci kuşak göçmenleri, üçüncü kuşak göçmenlerden ayrı birer kategori olarak ele alıyor. Bazı kişiler için köylerinin/şehirlerinin bulunduğu il içerisinde hareket etmek doğrudan göç etmek anlamına gelmeyebilir. Ancak aşağıdaki tablo hâlihazırda kişilerin bir ilden başka bir ile hareketi üzerinden hesaplandığından, ilçe merkezlerinden il merkezlerine olan göçü haliyle göstermiyor.



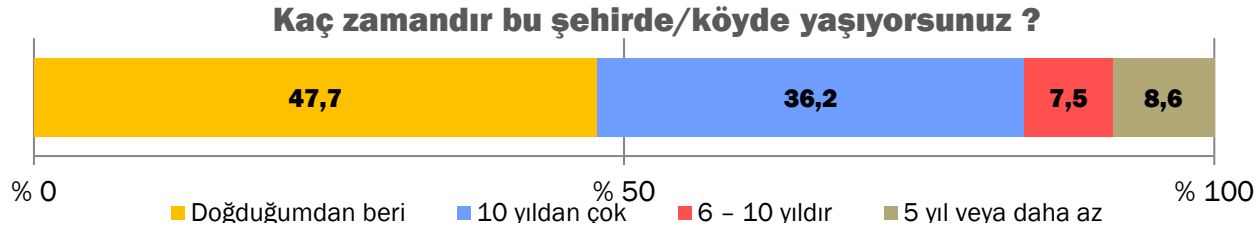
Kişinin göç durumunu daha detaylı bir analiz yapabilmek için kaç zamandır şu anda yaşadığı hanede oturduğu bilgisiyle birlikte değerlendirdiğimizde ise yetişkin nüfusun yüzde 40'ının (yaklaşık 22 milyon kişi) **hem hiçbir zaman göçmediğini, hem de doğduğundan beri aynı şehirde yaşadığını** görüyoruz. O halde sonuç olarak toplumun yüzde 60'ının farklı derecelerde de olsa ülke içinde hareket etmiş olduğu gerçeğiyle karşılaşıyoruz. Yine yüzde 15'lik bir kesimin iller arasında göçmemiş olduğunu hesaplasak da, kendileriyle görüştüğümüz yerde doğduklarından beri yaşamadıklarını belirtiyorlar.

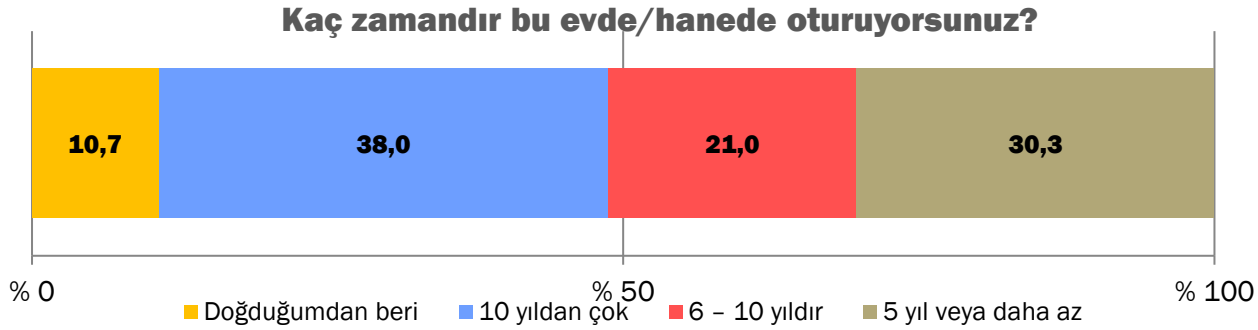
Bu bulgulardan hareketle, göç edenlerle etmeyenlerin nasıl evlerde yaşadıklarına göre en temel farklar evlerin büyüklüklerinde ve kişi sayısında ortaya çıkıyor. Hiç göç etmeyenler diğer bütün kategorilere göre daha kalabalık ve daha büyük evlerde yaşıyorlar, birinci ya da ikinci kuşak göçmenler ise daha az kalabalık ve daha küçük evlerde yaşıyorlar.

	Oda sayısı	Oda/kişi	m2	Kişi/m2	Bina yaşı	Hane kişi sayısı
Göç Durumu						
Hiç göçmemiş	3,4	1,3	123,4	37,2	21,6	4,0
Kendisi göçmüş	3,1	1,3	111,3	36,6	20,8	3,7
Babası göçmüş	3,1	1,2	112,4	37,0	22,9	3,7

Bu ayki temanın temel tespitlerinden biri de gerek evde ve gerekse de şehirde/köyde yaşama süresiyle evlerin fiziksel nitelikleri arasında önemli bir ilişki olduğu. Buna göre; yaşama süresi arttıkça ya da azaldıkça evlerin fiziksel nitelikleri de değişiyor, hatta kişilerin yaşadıkları haneye, mahalleye ve şehre olan aidiyet hisleri de zamana doğru orantılı olarak artıyor.

Yukarıda saydığımız nedenlerden dolayı, “kaç zamandır bu şehirde/köyde yaşıyorsunuz” sorusunu görüştüğümüz kişilere yönelttik ve karşımıza anlamlı bir farklılık çıktı. Yetişkin nüfusun yarısı göç etmiş olduğunu, yarısı etmemiş olduğunu belirtiyor. Ancak, bir sonraki grafikte gördüğümüz üzere, kaç zamandır şu anda yaşadıkları ve anketi yaptığımız evde/hanede oturdukları sorusuna cevaben, doğduğundan beri aynı hanede yaşayanların oranı sadece yüzde 10. Nüfusun yüzde 30’u ise son 5 yılda taşındıkları bir hanede yaşadığını belirtiyor. Yetişkin nüfus içinde 16 buçuk milyon kişinin çok yakın geçmişte ev değiştirmiş olması haneler arası hareketin, şehir içinde de olsa taşınmaların büyüklüğünü gözler önüne seriyor.



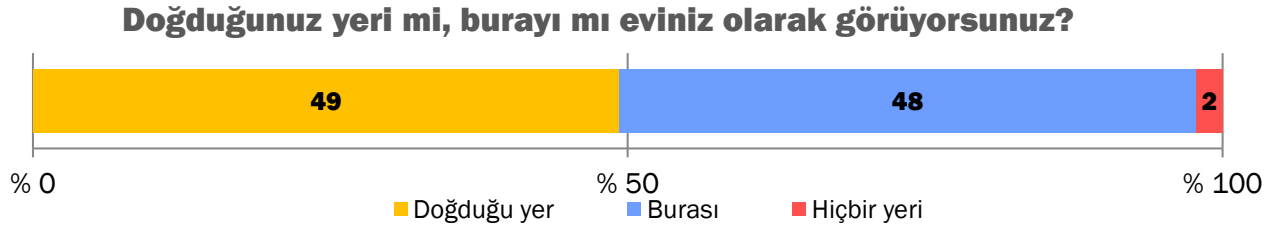


Aşağıdaki tabloda ise evde/hanede ve şehirde/köyde oturulan süreye göre binaların fiziksel özelliklerinin çarpıcı şekilde farkettiğini görüyoruz. Buna göre doğduğundan beri aynı hanede yaşayanların evleri hem en büyük, hem de en eski binaları oluşturuyorlar. Yine aynı köyde/şehirde yaşama süresi arttıkça evler büyüyor ve bina yaşı artıyor. Yaşadıkları yere ya da haneye yakın zamanda taşınanlar ise daha genç binalarda ancak daha küçük evlerde yaşıyorlar.

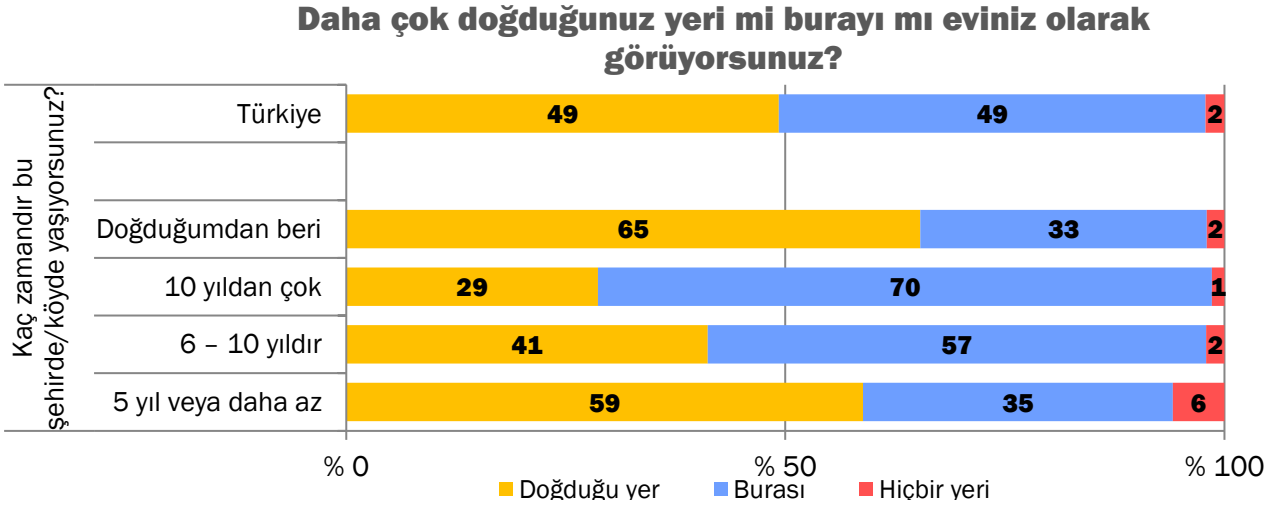
	Oda sayısı	Oda/kişi	m2	Kişi/m2	Bina yaşı	Hane kişi sayısı
Kaç zamandır bu evde/hanede oturuyorsunuz?						
5 yıl veya daha az	3,2	1,2	118,7	38,5	15,2	3,7
6 – 10 yıldır	3,2	1,3	117,3	34,1	17,7	4,0
10 yıldan çok	3,3	1,3	118,5	38,2	25,2	3,9
Doğduğumdan beri	3,6	1,3	124,5	36,6	30,3	4,3
Kaç zamandır bu şehirde/köyde oturuyorsunuz?						
5 yıl veya daha az	3,1	1,2	115,4	39,9	17,3	3,6
6 – 10 yıldır	3,1	1,3	119,9	38,4	16,3	3,8
10 yıldan çok	3,2	1,3	115,4	37,4	21,7	3,8
Doğduğumdan beri	3,4	1,2	122,2	36,7	22,60	4,0

2.3. Yaşanan Yere Ait Hissetme

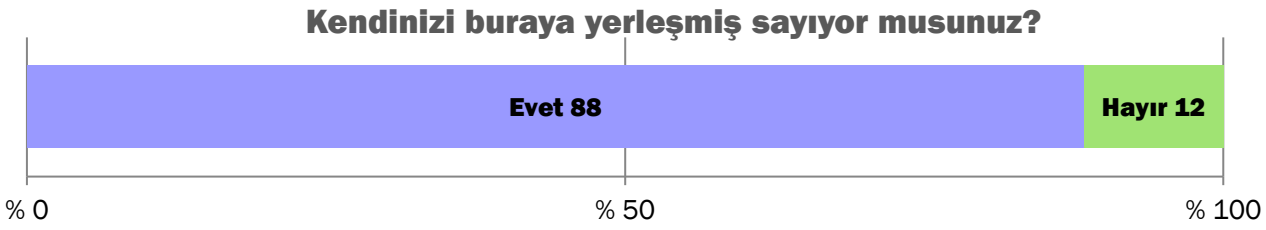
Yine bu ayki tema çerçevesinde evle aidiyet meselesini irdelemeye çalışıyoruz. Diğer bir deyişle insanların yaşadıkları evi veya köyü/şehri benimseyip benimsemediklerini, doğdukları yeri yaşadıkları yere tercih edip etmediklerini anlamayı hedefliyoruz. Aşağıdaki grafiklerde de göründüğü üzere toplumun neredeyse yarısı doğduğu yeri, diğer yarısı ise yaşadığı yeri evi olarak görüyor. Yüzde olarak çok küçük ama yetişkin nüfus içinde 3 milyon kişiye denk gelen bir kitle ise hiçbir yeri evi olarak görmediğini belirtiyor. “Doğduğu yer/doyduğu yer” ikileminde toplumun çekimser kaldığını söyleyebiliriz.

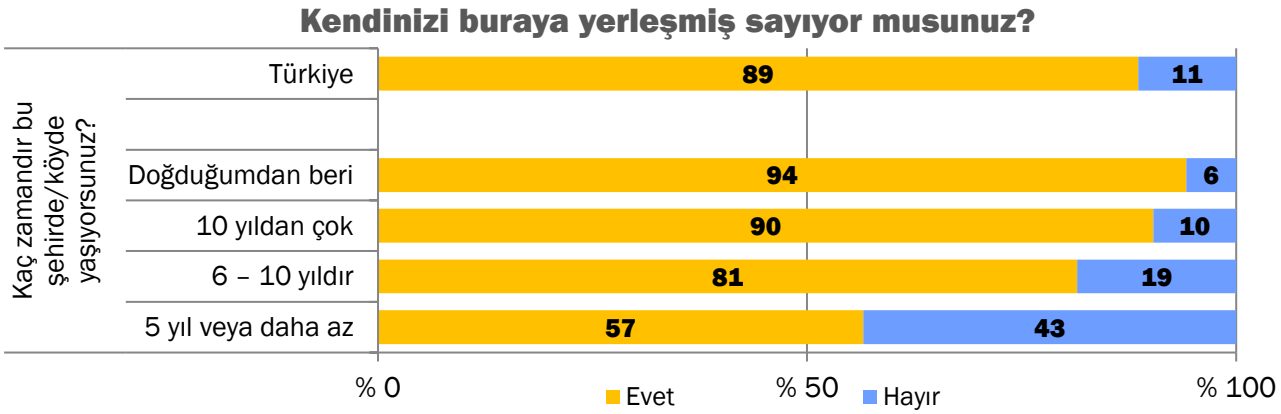


Detaya indiğimizde ise erkeklerin kadınlara oranla biraz daha doğduğu yeri evi olarak, kadınların ise yaşadıkları yeri evleri olarak görmeye eğilimli olduğundan bahsedebiliriz. Gençlerin doğduğu yeri yaşlılara kıyasla evi olarak gördüğünden, yaş ilerledikçe ise daha ziyade yaşanılan yerin ev olarak görüldüğünden söz etmek mümkün. Etnisite, mezhep/din, dindarlık seviyesi ve çalışma durumu ise belirleyici etkenler değiller. Tahmin edilebileceği gibi, bu soruya verilen cevaplardaki en büyük farklılaşmalar yerleşim türüne, göç durumuna ve hanede yaşanan süreye göre ortaya çıkıyor. Buna göre; kırdan kente gidildikçe yaşanan yer daha fazla ev olarak anlaşılıyor. Yine göç edenlerin yaşadıkları yere ev deme eğilimleri daha fazla. Yalnız burada çok önemli bir noktayı gözden kaçırmamak gerekiyor: kişinin ikamet ettiği şehirde yaşama süresi arttıkça burayı ev olarak görme oranı da artıyor. Doğduğundan beri aynı şehirde ya da köyde yaşayanların yüzde 65'i burayı doğduğu yeri evi olarak görüyor. Göç sözkonusu olduğunda ise yine zaman arttıkça yaşanan yer ev olarak görülüyor. Yaşadığı yere 10 yıl, hatta daha önce göç etmiş olanların yüzde 70'i doğduğu yeri değil, göçle geldikleri yeri tercih ediyorlar.

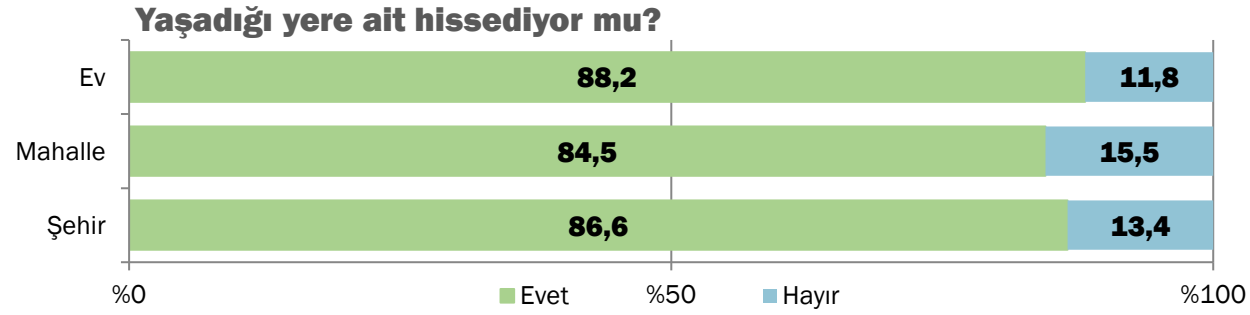


Aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere görüştüğümüz kişilere benzer bir soruyu yönelttiğimizde ise karşımızda bambaşka bir tablo çıkıyor. Toplumun yüzde 88 gibi ezici çoğunluğu için, geçmişte ya da yakın zamanda göç etmiş olsun olmasın, yaşadığı yer aynı zamanda "yerleştiği", yerleşmiş saydığı yer. Yine burada önceki tespitlerimizi doğrular nitelikte, yaşanan yerde geçirilen süreyle kişinin kendisini "yerli" olarak görmesi arasında önemli bir bağlantı var. Etnik kimlik ya da mezhep farklılıkları önemli farklar yaratmıyor.





Aşağıdaki grafikte ise "yaşadığınız eve ait hissediyor musunuz?", "yaşadığınız mahalleye ait hissediyor musunuz?" ve "yaşadığınız şehre ait hissediyor musunuz?" sorularına verilen cevapların dağılımını görüyoruz. Ev, mahalle ya da şehre aidiyet hissetme arasında çok keskin farklılıklar yok. Önceki grafiği doğrular nitelikte yüzde 85-88 aralığında bir kitle yaşadığı yerlere ait hissediyor. Ancak oranlar arasındaki fark küçük olsa da, bunların nüfus içinde denk geldiği kişi sayısı oldukça önemli.



Yaşadığı yere aidiyet hissetme konusunda yine orada ikamet edilen süre en açıklayıcı oluyor. Zaman uzadıkça kişi de yaşadığı eve, mahalleye ve şehre daha ait hissediyor. Ancak, yaşanılan yer ile evin oda, metrekare ya da yaşı gibi fiziksel özellikleri arasında anlamlı farklılıklar gözlemlemiyoruz.

KONDA'nın Modern, Geleneksel- Muhafazakar ve Dindar-Muhafazakar kümeleri; farklı yaşam biçimlerini dolayısıyla tüketici davranışı açısından farklı tüketim kalıplarını "**netleştirmesi**" açısından önemli. KONDA araştırmalarında bu kümelerin farklılıklarını göz önüne serecek çok sayıda nitelikli bilgi var. Örneğin bu ayki araştırmada farklı kümelerin fiziksel açıdan yaşanan yerde farklılık yaratmadığını görüyoruz. Sadece etnik açıdan bakarsak Kürtler daha kalabalık ailelerde yaşıyorlar.

Türkiye henüz etnik (**alt kültür**) pazarlamasıyla tanışmadı. Restoran, otel ve bazı yerel lezzetler bazında (**Karadenizliler, Antakyalılar, Mısır Ekmeği, Akdeniz Ateşi gibi**) alt kültürleri hedefleyen "***bottom-up***"(aşağıdan yukarıya yani stratejik değil taktiksel) uygulamalar olsa da tam anlamıyla etnik pazarlama duyarlılığından söz etmek mümkün değil. Örneğin Kürtler tüketimleri açısından pazarlamacılar tarafından kârlı ya da anlamlı bir alt bir grup olarak görülmüyor ya da görülse bile çeşitli otosansür mekanizmaları nedeniyle hedeflenmiyorlar. Zaten Türkiye'de böyle bir segment pazarlaması mantığı da yok.

Son dönemde Kürt alt segmentine ulaşan medyadaki çeşitlilik azalması bu segmentin uzun bir süre daha pazarlama açısından değerlendirilemeyeceğini bize söylemektedir.

KONDA'nın sonuçlarında da görüldüğü üzere Türkiye'de **"Göç**" ün neye dendiği belli olmamakla birlikte 10 kişiden altısı bir yere göç etmediğini, 4'ü ettiğini söylüyor. On kişiden 5'i ise doğduğundan beri **aynı yerde** yaşadığını söylerken 10 kişiden 1'i aynı hanede yaşadığını söylüyor. Yani "**taşınmalarımız**" daha fazla "**aynı yer"** dediğimiz çevrede oluyor. En önemlisi de doğulan ya da yaşanan yer değil, bir yerin "ev" olarak görülmesi oraya ait hissedilmesi açısından önemli.

Yüzde 85-88 arasındaki bir kitle kendini yaşadığı yere ait hissediyor. Yani ya tercihlerine kendini uyduruyor ya da tercihlerine göre (sosyolojik olarak) benzerleriyle aynı yerde ikamet ediyor. Tüm bu sonuçlar çok da fazla sosyoloji açıdan mobil toplum olmadığımızı; bu nedenle de komşuluk, akrabalık, hısımlık, mahallelilik kültürlerinin (ve baskılarının) çok yaşandığı bir kültür olduğumuzu gösteriyor.

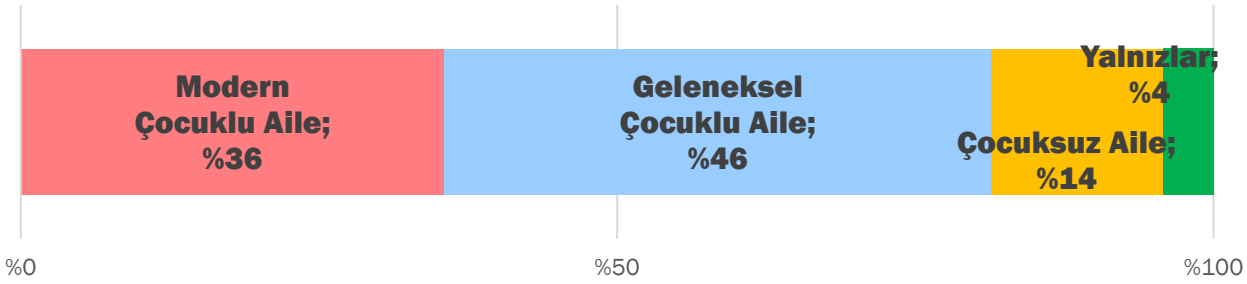
Komşularıyla yakın olanlarının % 54 olması Türkiye'deki kültürün farklı olduğunun çok büyük göstergesi. Bu nedenle Türkiye'de tabu yıkmak daha zor ve pazarlama ve pazarlama iletişimi yerleşik değerleri daha da pekiştiren bir halde uygulandığında daha başarılı oluyor. Bu demek değil ki "**bireyci, yaşadığı yere bağlı hissetmeyen, yalnız**" yaşayan alt kümeler pazarlama eylemlerinde hedef alınmaz ya da yeterince büyük değildir. Sadece bu kümelere seslenilmeye çalışıldığında daha dikkatli olunmalıdır.

Prof. Dr. Ali Atıf Bir

2.4. Hane Tipleri

Bu ayki araştırmamızda yönelttiğimiz, hane tipleri ve yaşanan mekânların fiziksel özellikleri ile ilgili sorularımızı, bir kümeleme analizine tabi tutarak, hanelerde yaşayanları daha iyi tanımlayabilmeyi hedefledik. Analize, hanede kişi sayısı, çocuk sahipliği, medeni durum, aile tipleri (geniş aile, çekirdek aile vb.), şehirde ve hanede ne zamandır yaşandığı bilgisi ile hanenin fiziksel özelliklerini (metrekare, oda sayısı ve bina yaşı) kattık ve analiz sonucunda 4 ana kümeyle karşılaştık. Bu dört kümeyi de **Modern Çocuklu Aileler** (yüzde 36), **Geleneksel Çocuklu Aileler** (yüzde 46), **Çocuksuz Aileler** (yüzde 14) ve **Yalnız Yaşayanlar** (yüzde 4) şeklinde isimlendirdik. İsimleri kümelerin baskın özelliklerinden yola çıkılarak konmuş olsa da, bir kümeye "çocuklu aileler" denmiş olması kümenin tamamının bu tarz ailelerden oluştuğunu belirtmiyor. Kümede baskın olan grubun çocuklu aileler olduğunu, bu kümeye girmiş olan, örnek

olarak bekârların, çocuk sahipliği konusunda olmasa da diğer özellikleri açısından çocuklu ailelerle benzer profile sahip olduğunu gösteriyor.



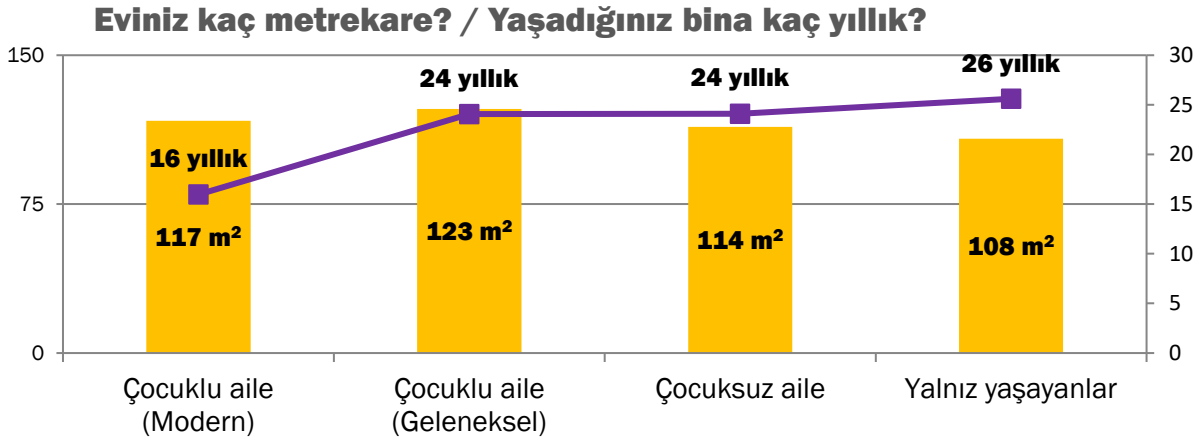
Modern ve çocuklu olarak tanımladığımız küme, ağırlıklı olarak metropol ve kentlerde yaşıyor, daha küçük ve daha yeni evlerde oturuyorlar, daha genç ve daha yüksek eğitimliler, ve kendilerini ortalamanın üstünde Modern olarak tanımlıyorlar. Üst düzey çalışanlar ve öğrenciler bu grupta daha yüksek oranda temsil ediliyor; ekonomik olarak çocuksuz ailelerden daha kötü durumdalar; dindarlık oranları Çocuklu ve Geleneksel diye tanımladığımız kümeden daha düşük; siyasi tercihlerinde ise CHP'li, MHP'li ve HDP'li seçmenlerin oranları Türkiye ortalamasının üzerinde seyrediyor.

Geleneksel ve çocuklu olarak tanımladığımız kümeye geldiğimizde ise ilk kümeye kıyasla daha yaşlı, daha düşük eğitimli, daha muhafazakâr olduklarını görüyoruz. Kümede ev kadınları, işçiler ve esnaflar daha yüksek oranda bulunuyor. Alt gelir ya da yeni orta sınıfa mensup olduklarını, kırsalda yaşama oranı yüksek olduğundan müstakil-geleneksel evlerde oturduklarını, binalarının daha eski, daha büyük olduğunu ve daha kalabalık hanelerde yaşadıklarını görüyoruz. Siyasi tercihlerinde ise bu kümede Ak Partililer Türkiye ortalamasının üzerinde bir oranda. Bu kümede hanede ortalama 5 kişi yaşarken, Modern ve çocuklu ailelerde bu sayı 4. Ortalama çocuk sayısı ise her iki kümede de aynı şekilde 2. Etnik köken ve cinsiyette kümeler arası belirgin bir farklılaşma görülmüyor.

Yalnız yaşayanlar kentli, modern hayat tarzına sahip, yüksek eğitimli kişiler ile yaşı ilerlemiş dullardan oluşuyor.

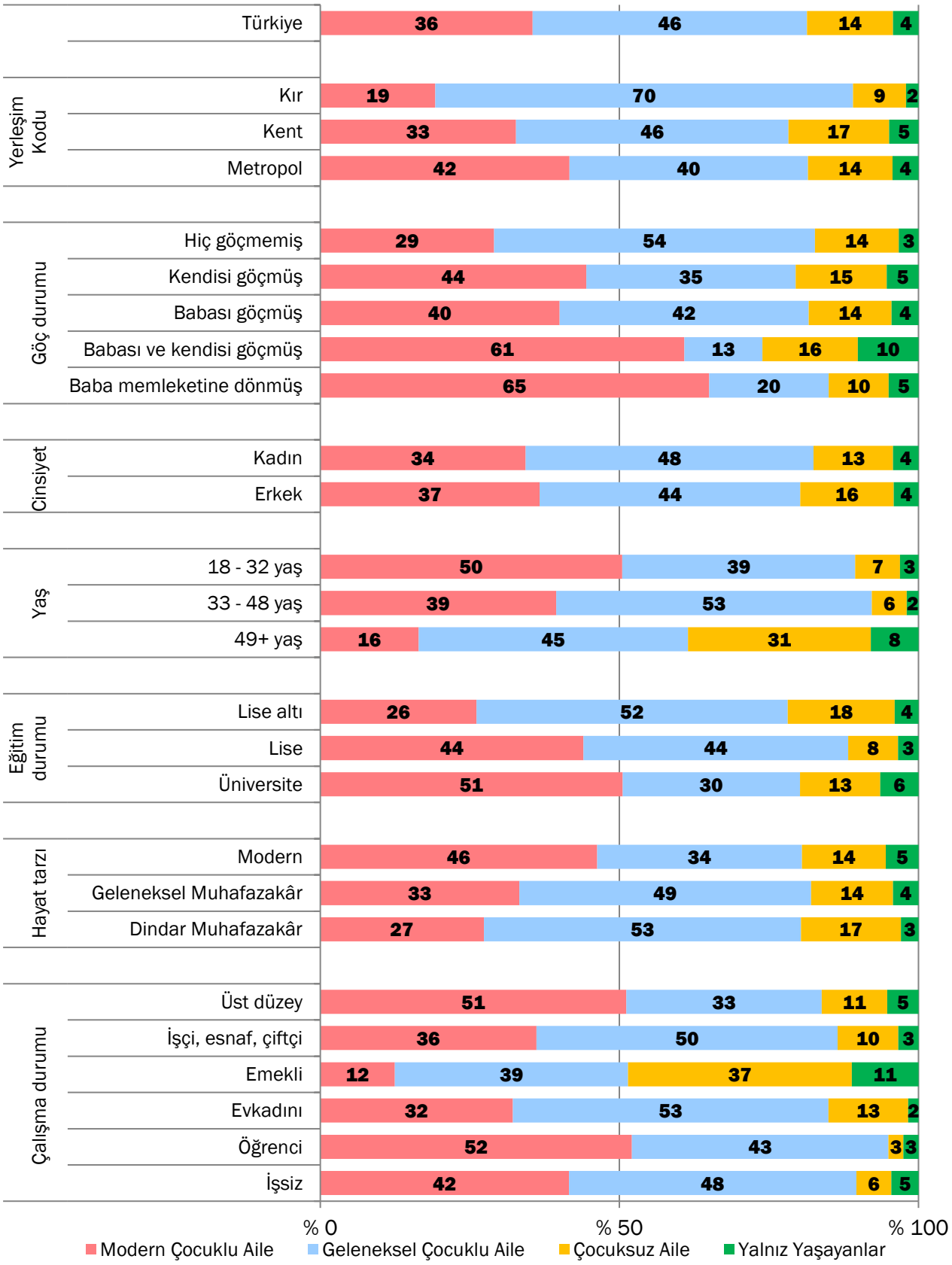
Çocuksuz aileler ise hayat tarzı bakımından geleneksel çocuklu ailelere yakın bir profil çizse de yaş gruplarında ayrışıyor: daha yaşlılar. Bu durum da bu kümenin henüz çocuk sahibi olmayan genç çiftler yerine, çocukları (varsa) evden ayrılmış aileleri işaret ettiğini gösteriyor. Yine çalışma durumu bakımından emeklilerin ağırlıkta olması bu durumla örtüşüyor.

Kişilerin kendilerinin ve babalarının doğum yerlerine ve yaşadıkları yere dayanarak hesapladığımız göç durumuna göre ise Modern Çocuklu Aile kümesinde diğer kümelere kıyasla daha çok göçmen bulunuyor. Bu kümenin önceki sayfalarda bahsettiğimiz "yerleşiklik" açısından diğer kümelerden farklı olmasıyla göç durumu arasında bir bağ mevcut.

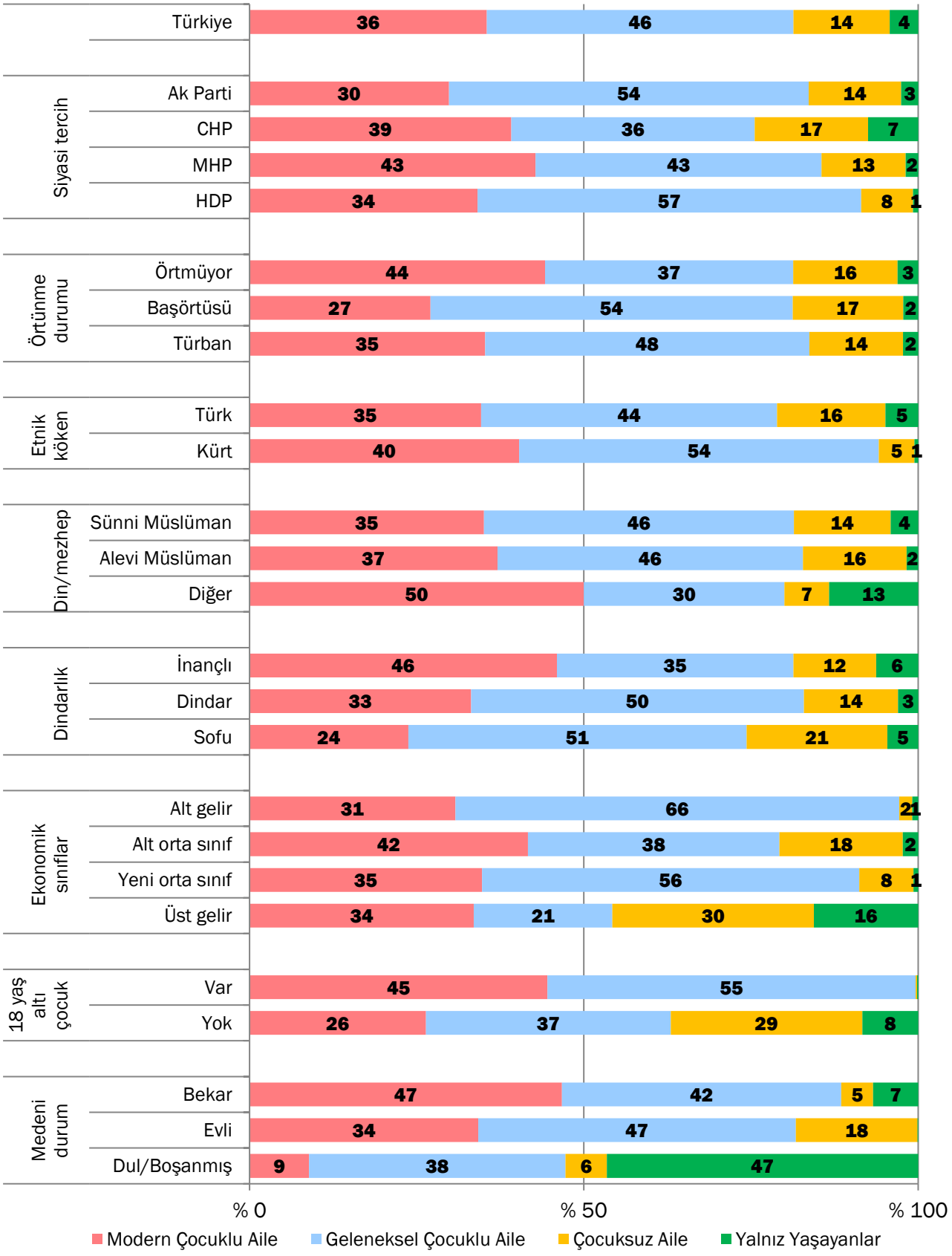


Yukarıdaki grafikte hane tipine göre evlerin fiziksel durumunu görüyoruz. Buna göre; daha önce de belirttiğimiz gibi, ağırlıklı olarak metropollerde yaşayan Modern Çocuklu Aileler daha yeni fakat daha küçük evlerde oturuyorlar. Buna karşılık Geleneksel Çocuklu Aileler en geniş ve yalnız yaşayanlardan sonra en eski evlere sahipler. Yalnız yaşayanlar ise hem en küçük evlerde hem de en eski binalarda yaşıyorlar.

Hane Tiplerinin demografik dağılımı



Hane Tiplerinin demografik dağılımı



KONDA'nın hane tipleri araştırması bizi ek bir segmentasyon fırsatına ulaştırıyor: **Modern Çocuklu Aileler** (yüzde 36), **Geleneksel Çocuklu Aileler** (yüzde 46), **Çocuksuz Aileler** (yüzde 14) ve **Yalnız Yaşayanlar** (yüzde 4).

Kitle pazarlaması açısından ilk iki ANA kümeyi anlamak ve içselleştirmek gerçekten önemli. KONDA kümelerine göre; **Modern ve çocuklu** olarak tanımlanan küme, metropol ve kentlerde yaşıyor, daha küçük ve daha yeni evlerde oturuyor, daha genç ve daha yüksek eğitimli, kendilerini Modern olarak tanımlıyor. Üst düzey çalışanlar ile öğrenciler bu grupta daha yüksek oranda temsil ediliyor, ekonomik olarak çocuksuz ailelerden daha kötü durumda, dindarlık oranları Çocuklu ve Geleneksel diye tanımlanan kümeden daha düşük, siyasi tercihlerinde ise CHP'li, MHP'li ve HDP'li oranları Türkiye ortalamasının üzerinde. "**Modern Çocuklu Ailelerin**" fiziksel mobiliteleri daha yüksek. Daha az komşu ziyareti yapıyorlar.

Geleneksel ve çocuklu olarak tanımlanan küme ise ilk kümeye göre daha yaşlı, daha düşük eğitimli, daha muhafazakâr. Kümede ev kadınları, işçi, esnafların daha yüksek oranda. Alt gelir ya da yeni orta sınıfa mensup olduklarını, kırsalda yaşama oranı yüksek olduğundan müstakil-geleneksel evlerde oturduklarını, binalarının daha eski, daha büyük olduğunu ve daha kalabalık hanelerde yaşadıkları görülüyor. Bu kümede Ak Partililer Türkiye ortalamasının üzerinde bir oranda. Bu kümede hanede ortalama 5 kişi yaşarken Modernlerde bu sayı 4. Ortalama çocuk sayısı ise her iki kümede de aynı şekilde 2. Daha sık komşu ziyareti yapıyorlar.

Gördüğünüz gibi eğer farklı yönlerini görmek isterseniz bu kümelerin biri Mars'tan geliyor diğeri ise Venüs'ten. Somut tüketttikleri aynı olsa da hassasiyetleri farklı olduğu için algısal tüketimleri farklı ve bu hassasiyetlere bağlı olarak "markalara" daha bağlı tüketiciler oluşturmak mümkün. Ya da bu kümeler çerçevesinde yeni markalar!

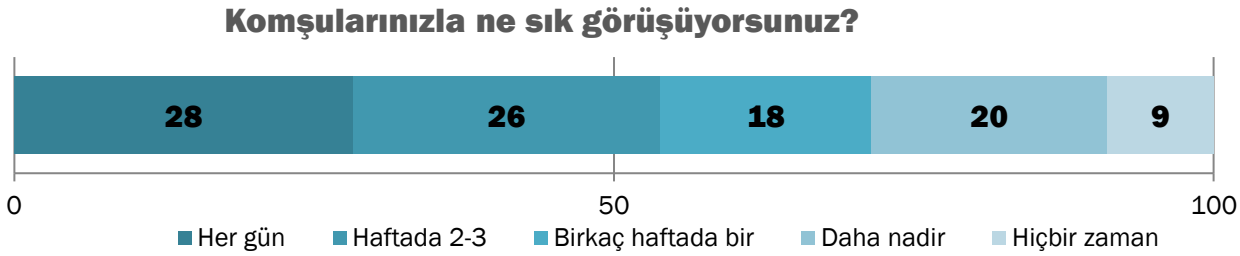
İki ANA kümenin yanında yer alan kümeler ise "**niş**" pazarlamaya olanak verecek kümeler. Bunlardan **Yalnız yaşayanlar** kentli, modern hayat tarzına sahip, yüksek eğitimli kişiler ile yaşı ilerlemiş dullardan oluşuyor. "Özgürlük" değerine ilk tepki verecek segment bu segment.

Çocuksuz aileler daha yaşlı olduklarından çocukları evden ayrılmış aileleri işaret ediyor. Amerikan kültüründen bu tür ailelere ***"empty nest syndrome***" yaşayan aileler deniyor. "Boş yuva sendromlu " ailelerinin de ihtiyaçları ve tüketim kalıpları farklı oluyor. Çocukları evden bir şekilde ayrıldığı için yerlerini ev hayvanı besleyerek dolduruyorlar örneğin. Bu da ciddi bir pazar büyüklüğü oluturuyor. Bu nedenle ABD'de bu pazar kesimine yönelik çok büyük bir pazarlama duyarlılığı mevcut.

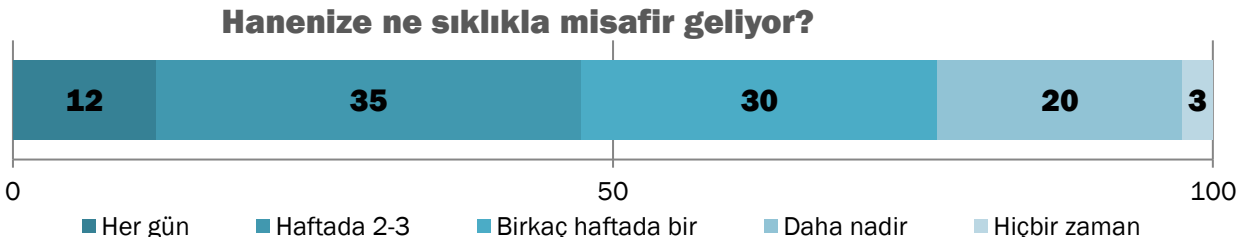
Prof. Dr. Ali Atıf Bir

2.5. Komşularla ve Misafirlerle Temas

2015 KONDA Hayat Tarzı Araştırması'nda tespit ettiğimiz üzere Türkiye toplumunun gündelik hayatta en fazla temas ettiği, görüştüğü kitle yüzde 66 ile komşu ve mahallelilerdi. Biz de bu nedenle ev temasını komşularla ve misafirlerle temas üzerinden irdeliyor ve ortaya çıkan hayat tarzı farklılıklarını inceliyoruz. Aşağıdaki ilk grafikte komşularla görüşme sıklığını görüyoruz. Buna göre toplumun yarısından fazlası (yaklaşık yüzde 54), her gün veya haftada 2-3 gün görüşmek suretiyle komşularıyla yakın bir ilişki içinde. Ancak, yüzde 30'luk bir kesim var ki birkaç haftada birden de nadir olarak görüştüğü veya hiç görüşmediği için, komşularıyla çok daha sınırlı ilişki kuruyor.

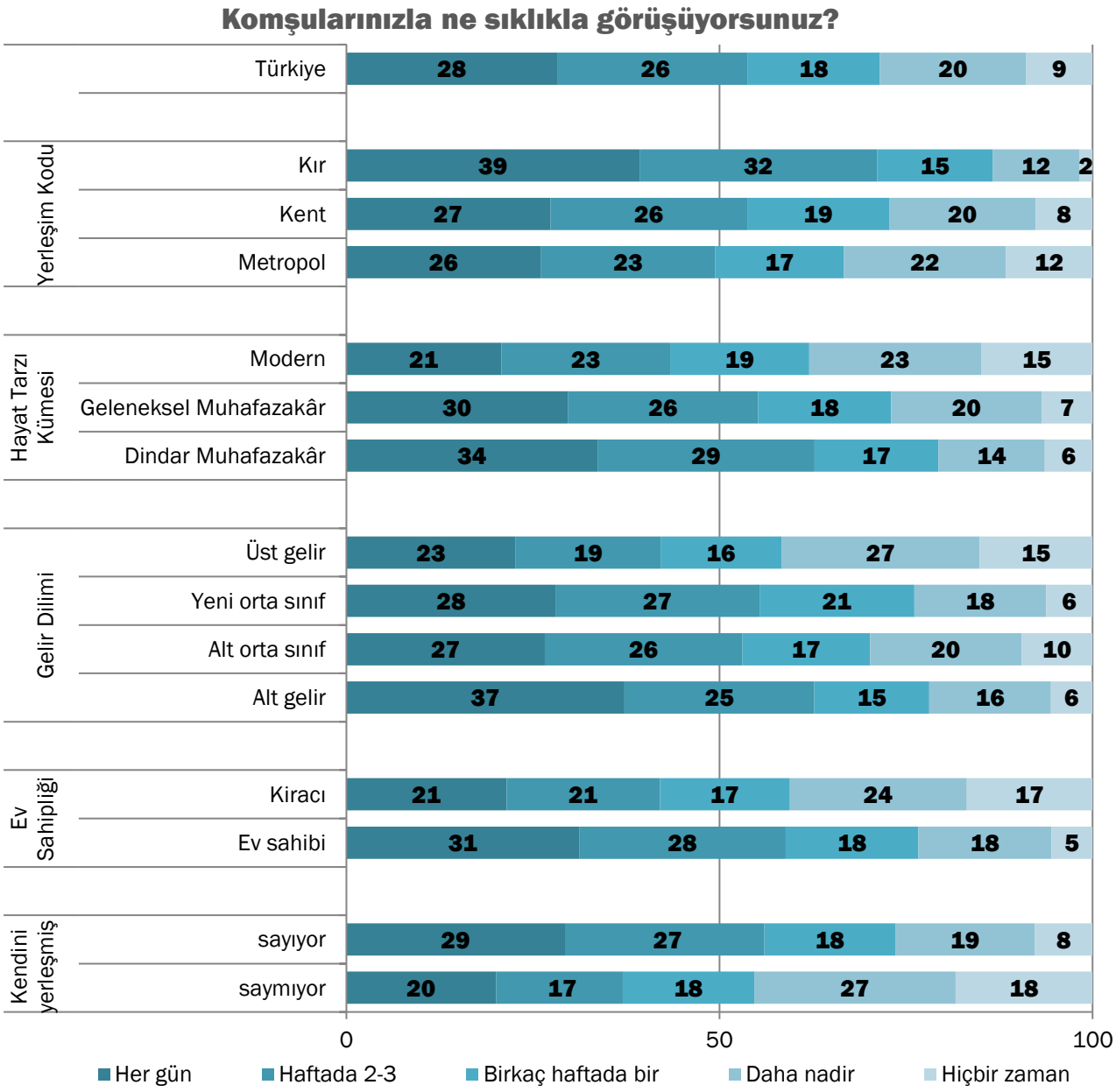


Yine hanelerin yarıya yakınına (yüzde 47) sıklıkla misafir geliyor. Öte yandan, yaklaşık olarak dört kişiden birinin hanesine ise misafir hemen hemen hiç gelmiyor.



Kırsalda yaşayanların yaklaşık olarak yüzde 70'i sık sık komşularıyla bir araya geliyor, bu oran kentlerde ve metropollerde düşüyor. Kırsalda yaşayıp da komşularıyla hiç görüşmediğini belirtenlerin oranı sadece yüzde 2.

Hayat tarzı dağılımına baktığımızda anlamlı farklılıklar görüyoruz. Hayat tarzı modernleştikçe komşularla görüşme sıklığı azalıyor, muhafazakârlaştıkça ise artıyor. Gelir durumu üzerinden baktığımızda da anlamlı farklar var ve alt gelir grubu daha sık, üst gelir grubu daha nadir görüşüyor. Ancak; burada dikkatimizi çeken en önemli detay yaşadığı evin sahibi olanlarla kiracılar arasında ortaya çıkıyor. Önceki sayfalarda belirttiğimiz üzere yaşanan yerde geçirilen süre kişinin bir yere ait hissetmesi için en önemli kıstaslardan biri. O halde, kişinin yaşadığı evin yakın çevresindeki kimselerle temas halinde olması aslında orada ne kadar "kalıcı" ve "geçici" olarak hissedip hissetmediği üzerinden açıklanabilir. Yine yaşadığı yerde yerleşik hissetmek benzer ilişkiler üretiyor. Ancak yerleşikliğin mi komşularla da sık görüşmelerine yol açtığını, yoksa komşularla görüşmenin mi yerleşiklik hissi yarattığını bilemiyoruz.

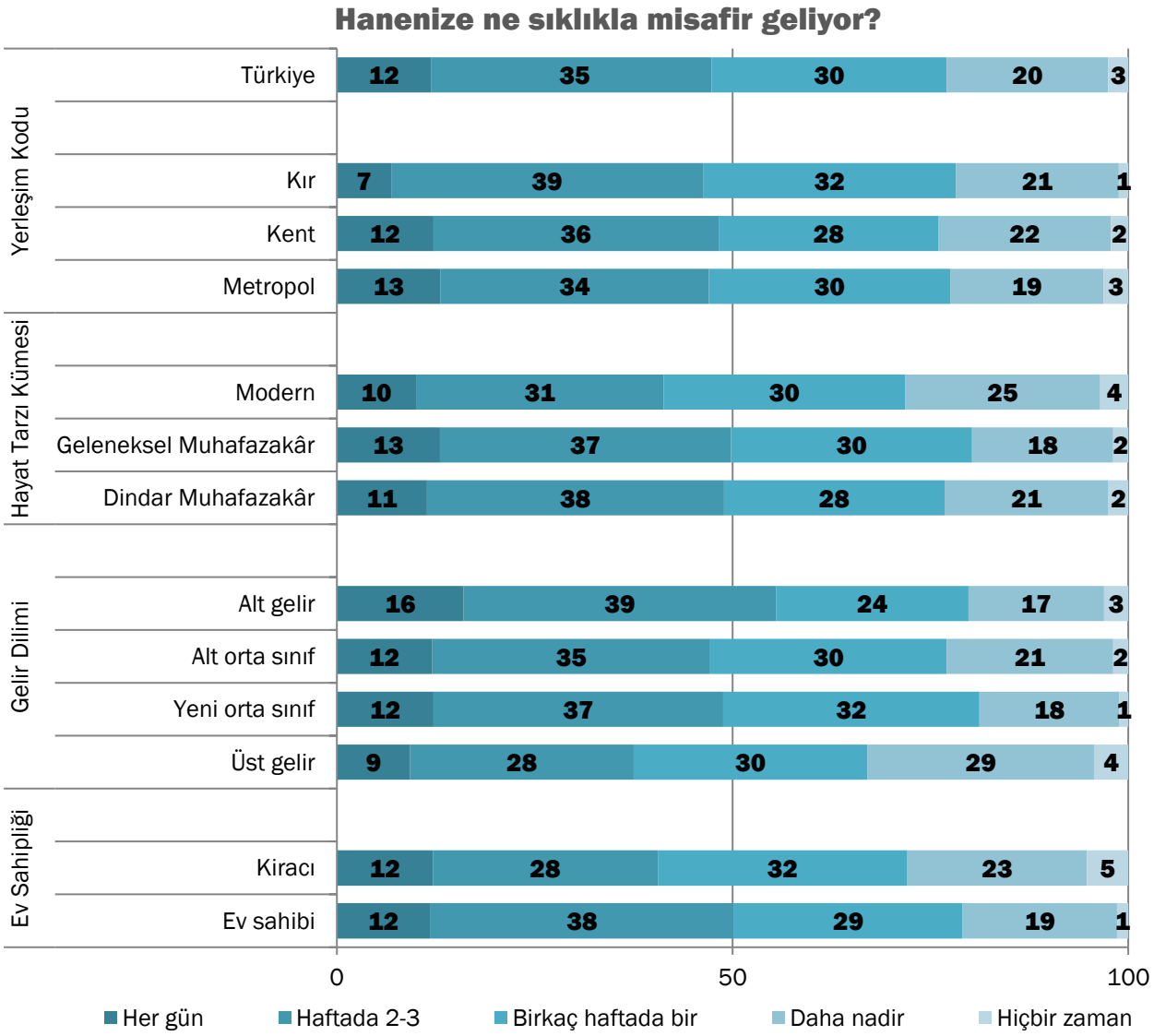


Sonraki sayfadaki grafiğe baktığımızda ise karşımıza biraz daha farklı bir tablo çıkıyor, komşularla görüşme ve misafir ağırlama sıklığı her demografik kümede örtüşmüyor. Bu fark en temelde "misafir" ile "komşu" arasındaki farktan kaynaklanıyor olabilir. Her ne kadar gündelik hayatta bu iki kavramın anlam olarak örtüştüğü noktalar olsa da farklı yerleşim yerlerinde yaşayan ya da farklı hayat tarzı ve gelir kümelerinden insanların bu kavramları farklı anlaması kuvvetle muhtemel. Komşularla görüşmek insanların fiziksel olarak kendilerine en yakın olan çevreleriyle temas etme sıklığına işaret ediyor olabilir. Nitekim kendini yaşadığı mahalleye ait hissetmeyenler komşularıyla ait hissedenler kadar sık görüşmüyor. Misafir ağırlamak ise sadece fiziksel yakınlığı değil aynı anda sosyal ve sınıfsal düzeyde bir yakınlığa işaret ediyor olabilir. Bu nedenle komşularla görüşme sıklığı kırsaldan metropole doğru azalırken,

misafirlerle görüşme sıklığı azalmıyor. Hatta tam tersine her gün misafir ağırladığını belirtenlerin oranı artıyor.

Ancak; hayat tarzına göre baktığımızda komşu ve misafir ziyareti oranları arasında paralellikler görüyoruz. Modernler arasında haftada her gün ve 2-3 kez misafir ağırladığını belirtenlerin oranının 10 puan kadar daha düşük olduğunu görüyoruz. Yine bunu teyit eder nitelikte gelir seviyesi düştükçe misafir ağırlama oranı da artıyor.

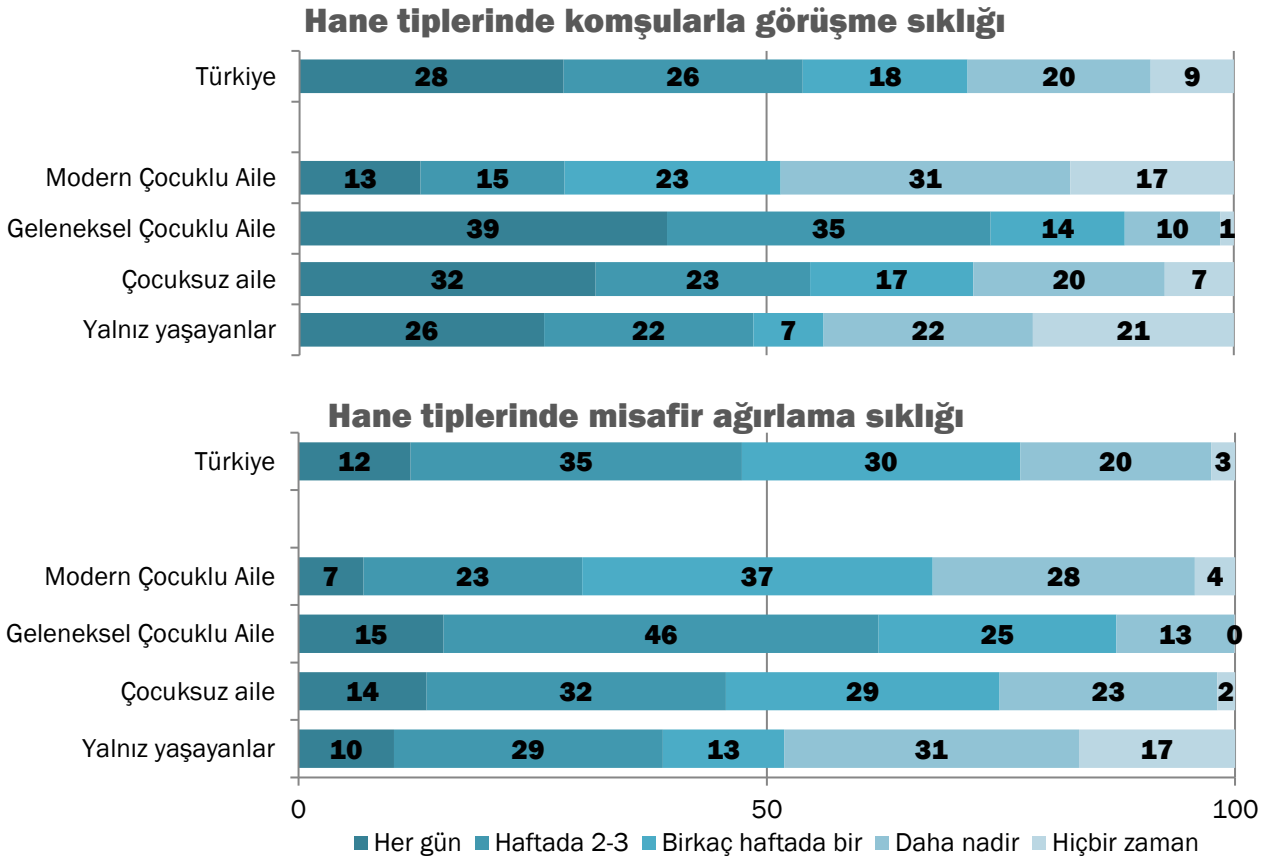
Ev sahipleri ve kiracılar arasında ise haftada en az birkaç kez misafir gelmesi bakımından yüzde 10'luk bir fark mevcut. Yine benzer bir fark hiçbir zaman ya da daha nadir misafir gelen hanelerin oranında ortaya çıkıyor. Kiracıların yaşadığı hanelerin yüzde 28'ine nadir misafir gelirken ya da hiç gelmezken, bu oran kendi yaşadığı evde oturanlar için yüzde 20 civarında.



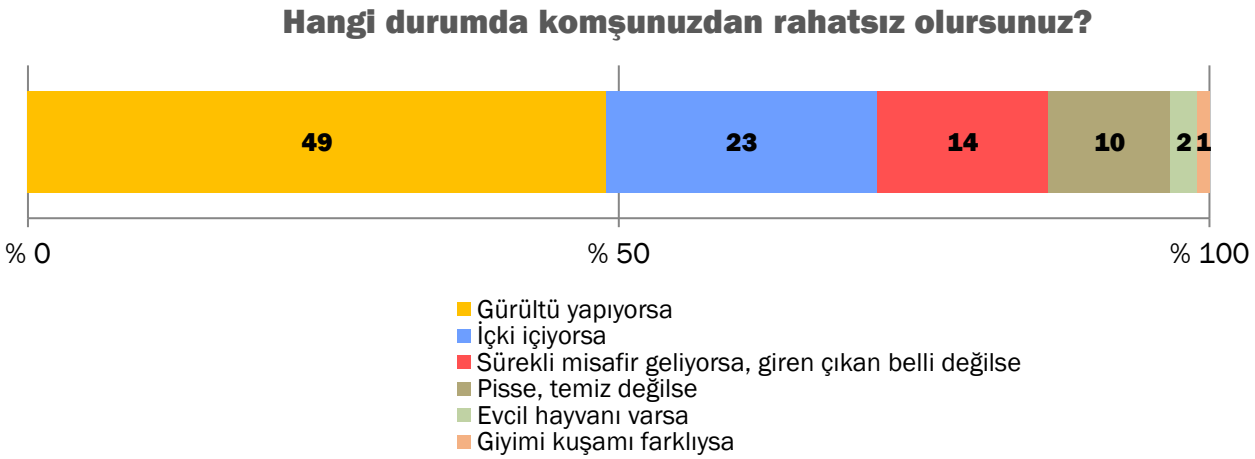
Takip eden sayfada ise hane kümelerine bakalım. Komşularla görüşme sıklığı için "hiçbir zaman" ve "nadiren" cevabını yüksek oranlarda verenler Modern Çocuklu Aileler ile

Yalnız Yaşayanlar. Geleneksel Çocuklu Aileler ile Çocuksuz Aileler bu konuda diğer kümelerden ayrışıyor ve komşularıyla daha sık görüştüklerini belirtiyor.

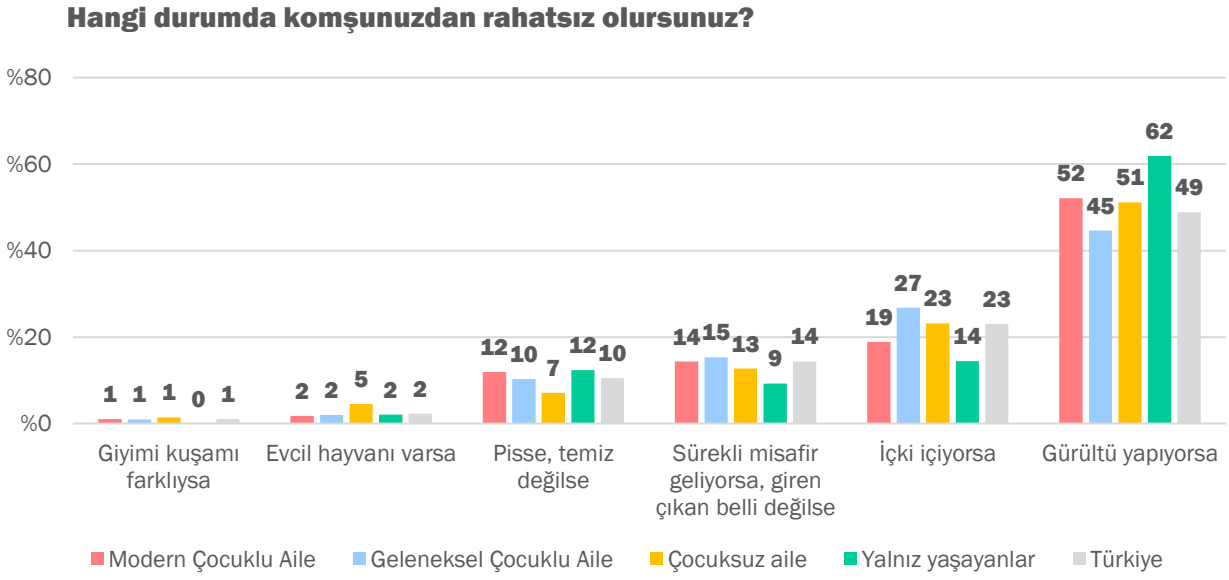
Haneye gelen misafirler konusunda da benzer bir tablo mevcut, Modern Çocuklu Aileler ve Yalnız yaşayanlar evlerine pek sık misafir gelmediğini belirtirken, diğer kümeler neredeyse her gün misafir ağırladıklarını belirtmişler.



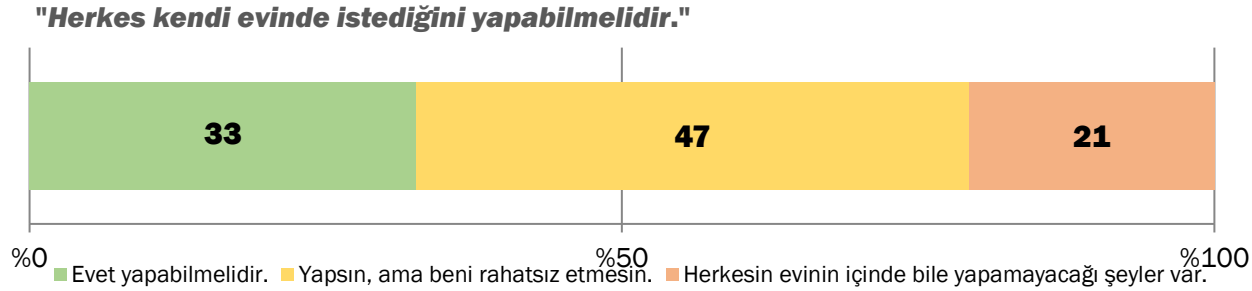
Komşularla kurulan ilişkiler, gerek hane kümeleri gerekse diğer toplumsal kitleler için komşulardan rahatsız olma kıstaslarını da belirlemiş görünüyor. Aşağıdaki grafikte "hangi durumda komşunuzdan rahatsız olursunuz?" sorusuna verilen cevapları görüyoruz. Buna göre "gürültü" toplumun yarısı için en temel rahatsızlık kaynağı. Bunu yaklaşık dört kişiden birinin cevabı olan "içki içmek" takip ediyor.



Hane tiplerine baktığımızda komşuluk ve misafir ilişkileri kuvvetli olan Geleneksel Çocuklu küme "içki içen" ve "evine girip çıkan belli olmayan" komşuları diğer kümelerden biraz daha yüksek oranda istemezken, diğer kümeler, özellikle de Yalnız Yaşayanlar gürültü konusunda daha hassas. Evcil hayvanlara ise Çocuksuz Aileler ortalamadan daha fazla karşı çıkıyor, bu kümede evcil hayvan besleme oranı da diğer kümelerden çok daha düşük.



Yine hane halkının etrafıyla kurduğu ilişkileri anlayabilmek için araştırmamızda görüştüğümüz kişilere “herkes kendi evinde istediğini yapabilmelidir” şeklinde bir önerme okuduk. Her iki kişiden biri “yapsın ama beni rahatsız etmesin” cevabını, her üç kişiden biri “evet yapabilmelidir” cevabını ve her beş kişiden biri ise “herkesin evinin içinde bile yapamayacağı şeyler var” cevabını verdi.



Hayat tarzı üzerinden baktığımızda ise Geleneksel Muhafazakârların yine kabaca Türkiye ortalamasını yansıttığını, hayat tarzını Modern ve Dindar Muhafazakâr olarak tanımlayanların ise iki farklı kutba doğru eğrildiğini görüyoruz: Modernler herkesin kendi evinde istediğini yapabilmesi konusunda daha rahatken, Dindar Muhafazakârlar daha müdahaleci görünüyorlar.

Evin fiziksel boyutu, hanede yaşayanların sayısı ve hayat tarzlarını birlikte analiz edebilmemizi sağlayan hane kümelerimize baktığımızda ise temel farkın yalnız yaşayanlarla aileler arasında ortaya çıktığını görüyoruz: Yalnız yaşayanlar herkesin kendi evinde istediğini yapabilmesi konusunda daha rahat bir tavır sergiliyorlar.

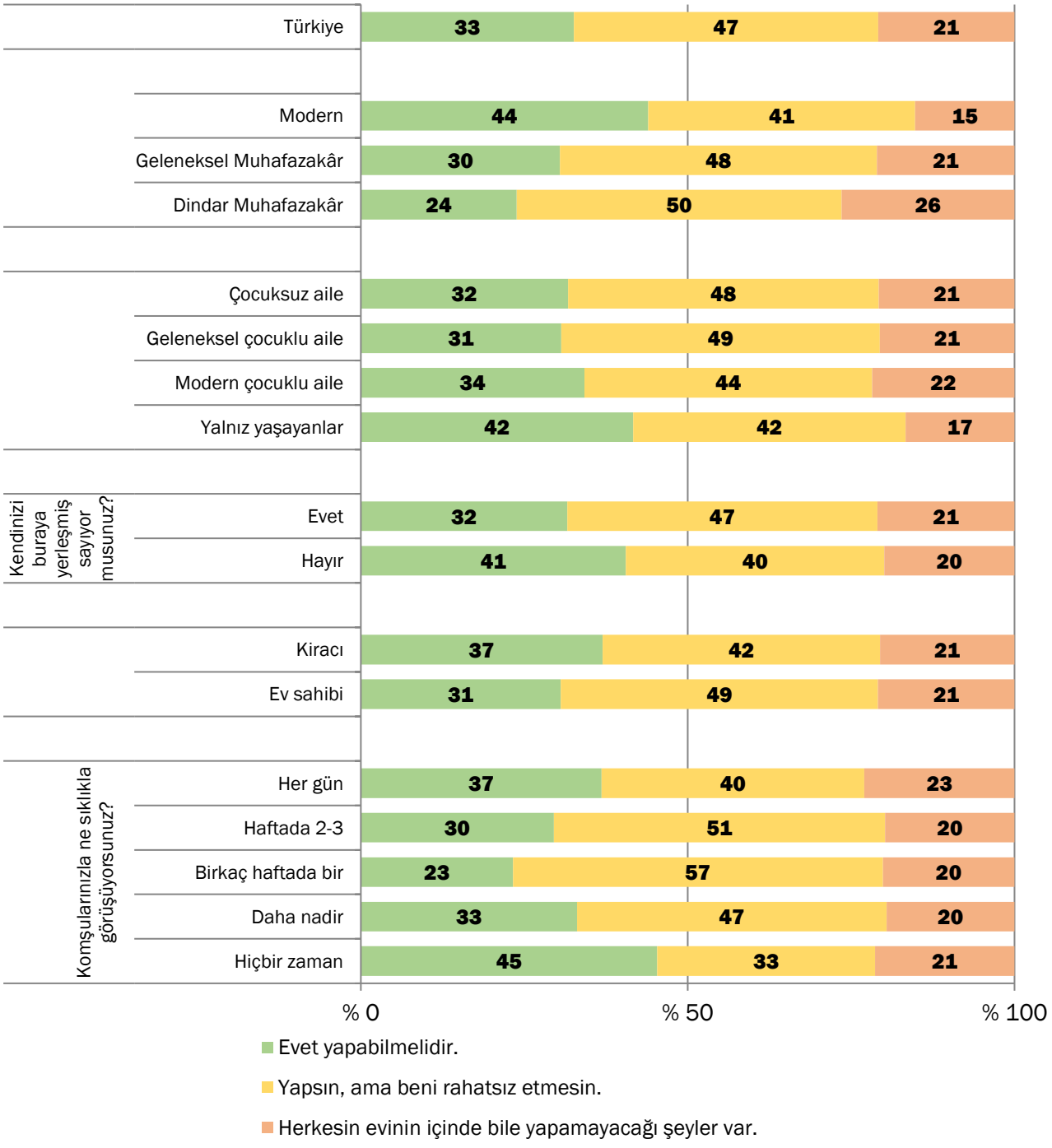
Daha önceki sayfalarda bir yerde yaşanılan zamanla oranın ev olarak benimsenmesi arasında kuvvetli bir bağ olduğunu belirtmiştik. Buna göre kendini bir yere yerleşmiş olarak görmeyenler, insanların kendi evinde istediğini yapabilme özgürlüğü olduğu fikrini daha büyük bir oranda beyan ediyor. “Herkesin evinin içinde bile yapamayacağı şeyler var” diyenlerin oranı ise her iki grupta da aynı.

Grafikten çıkarabileceğimiz doğrudan olmayan bir sonuç ise kendini evinde hissetmekle, başkalarının evinde istediğini yapabilmesini desteklemek arasında ters bir orantı olduğu sezilebilmesi. Tersten söylersek; kendini evinde hissetme olasılığı arttıkça başkalarının kendi evinde istediğini yapabilmesine destek de artıyor. Kişinin kendini “geçici” gördüğü oranda, ev daha özgür olması gereken bir alan olarak tahayyül ediliyor. Yine aynı soruyu bu kez ev sahipliği üzerinden inceleyelim. Aşağıdaki grafikte de göründüğü üzere kiracılar ev sahiplerine oranla insanların evlerinin içinde istediğini yapabilmesi gerektiğini daha fazla belirtiyor.

Önceki sayfada belirttiğimiz üzere “şehirde kalıcılık” ve “şehirde geçicilik” kişilerin evi nasıl bir sosyal ve ahlaki bağlam olarak gördüklerine dair fikir veriyor. Aşağıdaki grafikte kişilerin kendi fiziksel çevrelerindeki insanlara temas etme oranları üzerinden “herkes kendi evinde istediğini yapabilmelidir” önermesine verdikleri cevapları görüyoruz. Burada “evet yapabilmelidir” cevaplarında bir çan eğrisi çıkıyor. İlk olarak “hiçbir zaman komşularıyla görüşmeyenleri” hariç tutarsak komşularla görüşme sıklığı arttıkça “evet yapabilmelidir” diyenlerin oranı artıyor. Bu durum önceki KONDA Barometreleri’nde yer verdiğimiz bir gözlemimizle ilintili olabilir: temas arttıkça kişinin fiziksel olarak yakınındaki insanlara duyduğu güven de artıyor ve karşısındaki insanlara dair öngörüleri (onların gelecekte neler yapıp yapmayacakları) bunun sonucunda şekilleniyor. İşte bu nedenle kişi karşısındaki insanı tanıdıkça, ona temas ettikçe onlara karşı biraz daha özgürlükçü bir alan tanıyor olabilir.

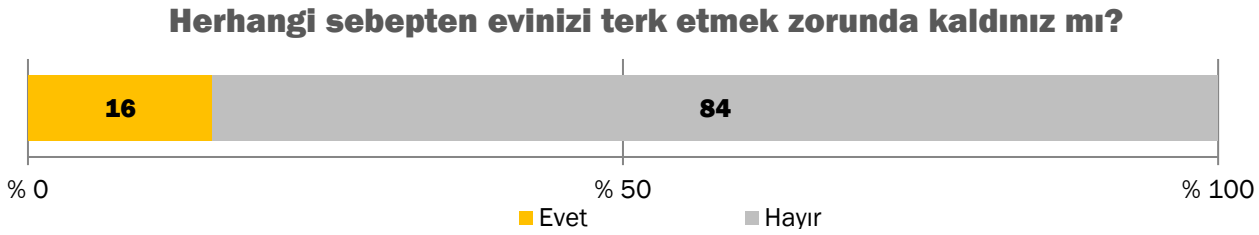
Ancak; önceki sayfalarda da belirttiğimiz üzere komşularıyla hiçbir zaman görüşmeyenler, demografik olarak ve hayat tarzı bakımından görüşenlerden farklı bir grup oluşturuyorlar. Bu grup genel olarak kendini biraz daha modern olarak tanımladığı için "herkes kendi evinde istediğini yapabilmelidir" sorusuna verdikleri cevaplar da daha özgürlükçü bir bakış açısını yansıtıyor olabilir.

"Herkes kendi evinde istediğini yapmalıdır."

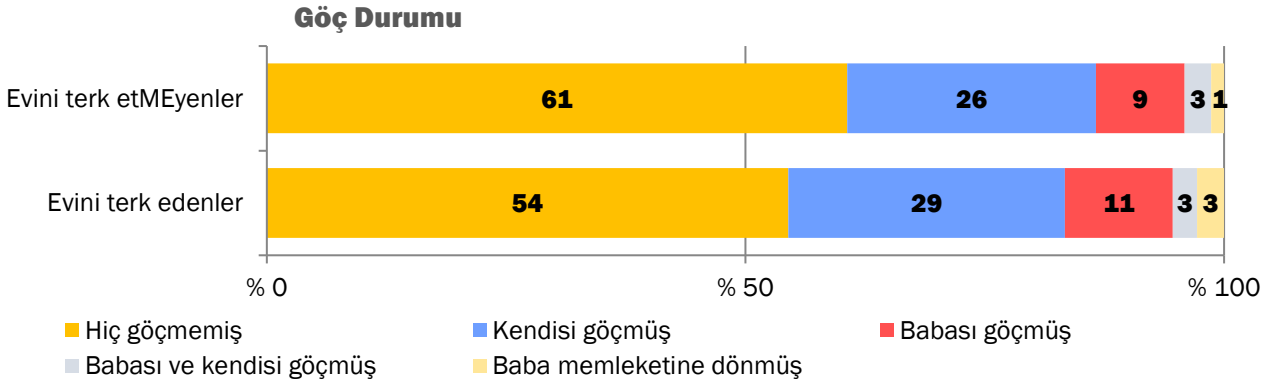


2.6. Evini Kimler Terk Etmiş?

Bu ayki tema çalışmamız çerçevesinde görüştüğümüz kişilere hayatları boyunca bir şekilde evlerini terk etmek zorunda kalıp kalmadıklarını da sorduk. Toplumun yüzde 85'i hayır derken, yetişkin nüfus içinde 8 milyon küsur kişiye denk gelen bir nüfus ise evet cevabını verdi.



Evini terk edenlerin ve etmeyenlerin göç durumlarını karşılaştırdığımızda ise karşımıza aşağıdaki gibi bir tablo çıkıyor. Evini terk edenlerin yüzde 54'ü bir taraftan da hayatları boyunca yaşadıkları ilden hiç göç etmemiş. Bu oran evini terk etmeyenler içinde hiç göçmemiş olanların oranına oldukça yakın. Buradan çıkarabileceğimiz ilk sonuç, "terk etmenin" toplum tarafından göçle eş anlamlı olarak algılanmadığı oluyor. O halde terk etmek, doğrudan kişinin kendi köyünden ya da şehrinden başka bir yere taşınması/ göç etmesi değil, evlilik, öğrenim ya da çalışma hayatı nedeniyle aile evini geride bırakması üzerinden algılanıyor olabilir.



KONDA araştırmasında altı çizilecek çok önemli bir bulgu var: Mutluluk, Huzur, Güven ve Sevgi dörtlüsü evin, hanenin, ailenin ağırlıklı olarak çağrıştırdıkları. Hatta toplumdaki yaşam biçimlerinden bağımsız olarak ve ağırlıklı olarak bu dört konsept "**evi ve haneyi**" çağrıştırıyor. Yani bu dört konsepti marka özü ya da onu tamamlayan marka iletişiminde kullanmak isteyenlerin uygulamalarını eve, haneye, dolayısıyla da aileye yaklaştırmaları etkiyi daha fazla artıracaktır.

Araştırmada en önemli sonuçlardan biri insanların % 94'ünün şu anda yaşadıkları hanede kendilerini güvende hissetmeleri. Bu sonuç çok önemli. 1) Türkiye kutuplaşsa bile insanlar yaşadıkları yerde kendilerini tehdit altında hissetmiyorlar. Bu nedenle de gelecekte büyük çaplı toplumsal krizlerden endişe duymamak gerekir. 2) % 94'ün Türkiye'nin günlük demokrasi anlayışında ya da pratiğinde kendini güvende hissetmeyen % 6'yı anlaması ise mümkün değil. Nasıl anlar? O işte pazarlamanın konusu değil.

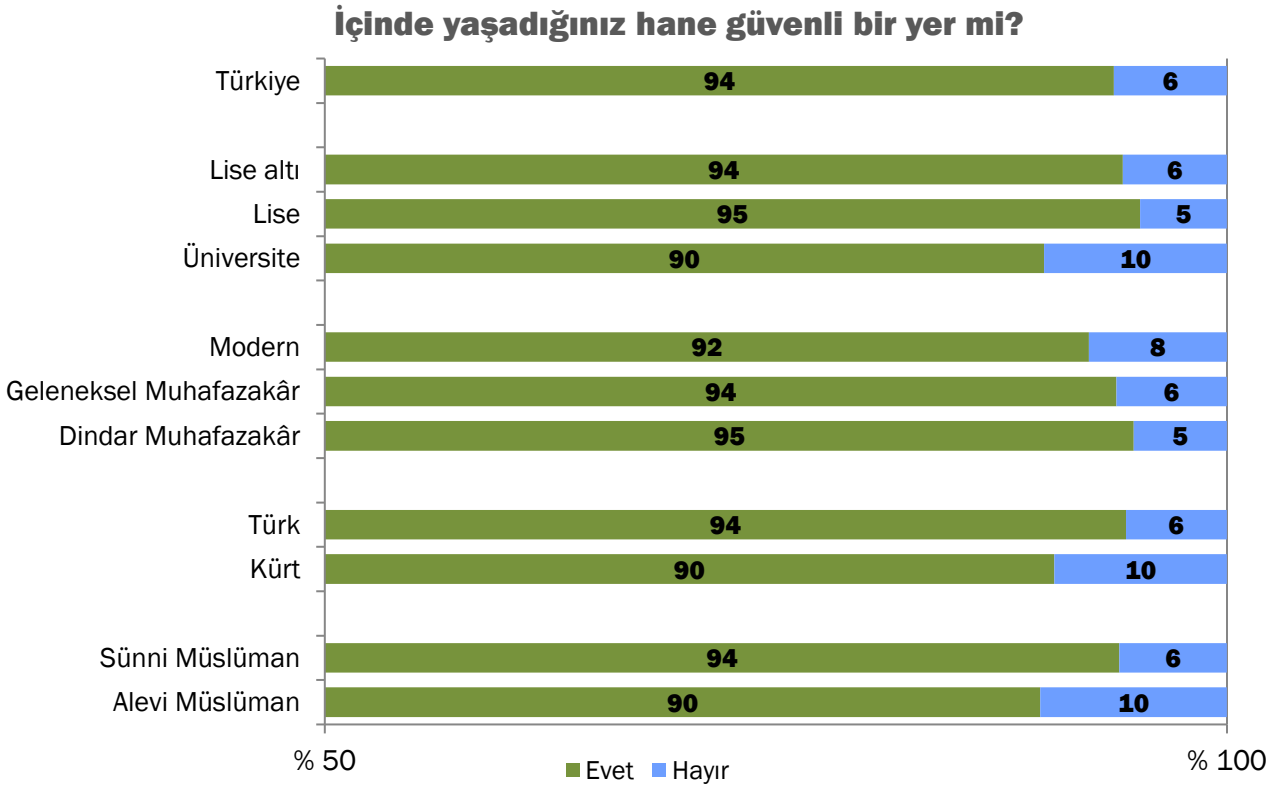
Prof. Dr. Ali Atıf Bir

Bekârlar evlilere, erkekler kadınlara, gençler yaşlılara ve yüksek eğitimliler eğitim seviyesi daha düşük olanlara göre evlerini terk etmeye daha fazla eğilim gösteriyorlar. Ayrıca devlet memurları ve öğrenciler diğer çalışma gruplarına kıyasla daha yüksek oranda ev terk etmişler. Buradan da çalışma hayatı ve eğitimin evi terk etmede etkili faktörler olduğunu görüyoruz.

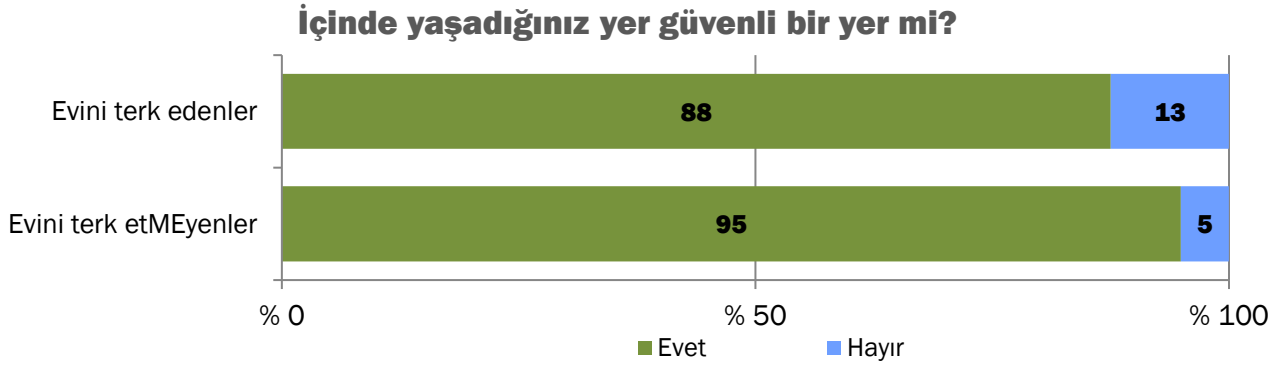
Etnik köken ya da mezhep evi terk etmede anlamlı farklılıklar üretmiyor. Türklerle Kürtler, Sünnilerle Aleviler benzer oranlarda hayatlarının bir döneminde evlerini terk etmişler. Kürtlerle Türkler arasında 3 puanlık bir fark olsa da bu durumu esasen Kürtlerin ortalamada daha genç olmalarıyla açıklamak mümkün.

Evi terk etme meselesinde zihinlere gelen bir başka konu ise evin ne kadar güvenli bir yer olarak algılandığı. Her ne kadar toplumun sadece yüzde 6'sı içinde yaşadığı evi güvenli bulmasa da, bu oran sayısal olarak yetişkin nüfus içinde 3 küsur milyon kişiye denk geliyor.

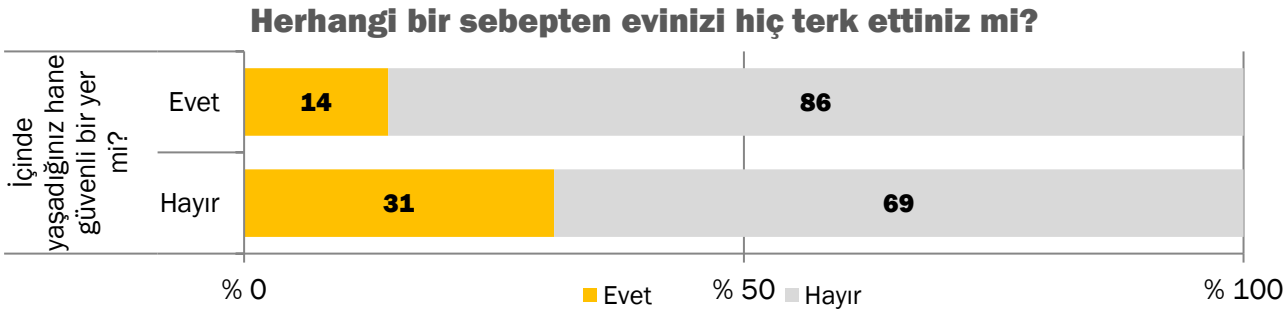
Yaş ya da cinsiyet evi güvenli olarak görmede bir etki yaratmazken, takip eden grafikte de gördüğümüz üzere eğitim durumu, etnik kimlik ve mezhep yaratıyor. Üniversite mezunları diğer eğitim seviyesi gruplarına göre iki kat daha güvensiz hissediyor. Kürtlerle Türkler ve Alevilerle Sünniler arasında ise benzer farklılıklar var. Hayat Tarzı üzerinden ise az fark görüyoruz.



Aşağıdaki grafikte ise evini terk edenler ve etmeyenler için evin ne kadar güvenli olarak algılandığını görüyoruz. Öyle anlaşılıyor ki evini terk edenler yaşadıkları yeri etmeyenlere göre neredeyse üç kat daha fazla güvensiz olarak görüyorlar.



Yukarıdaki grafiğe tersten baktığımızda ise evini güvende görenlerin ve görmeyenlerin evini terk etme oranlarını görüyoruz. Buna göre; evini güvende görmeyen yüzde 6'lık küçük kesim, evlerini güvende görenlere kıyasla neredeyse iki kat daha fazla terk etmişler.



2.7. Hane Hangi Kavramları Hatırlatıyor?

İçinde yaşadıkları hane hakkında insanların neler düşündüklerini daha iyi anlayabilmek, çok seçenekli sorularda söylemekten çekinebilecekleri ifadeleri daha rahat söylemelerine fırsat yaratabilmek amacıyla görüştüğümüz kişilere aşağıdaki kartı gösterdik ve farklı mekânların bu kavramlardan hangilerini hatırlattığını sorduk. Kartı göstererek sırasıyla yaşadıkları hane, mahalle ve kentin ve ardından arzuladıkları hanenin hatırlattığı üçer kavram seçmelerini istedik.

01*	ADALET	16	KAVGA
02	ANADİL	17	KORKU
03	BASKI	18	KÜLTÜR
04	CAN SIKINTISI	19	MUTLULUK
05	ÇOCUKLUK	20	MUTSUZLUK
06	DAYANIŞMA	21	NEFRET
07	EŞİTLİK	22	ÖZGÜRLÜK
08	EZİYET	23	RAHATLIK
09	GEÇİM SIKINTISI	24	REFAH
10	GÜVEN	25	SEVGİ
11	HAKSIZLIK	26	ŞEFKAT
12	HAPİSHANE	27	ŞİDDET
13	HATIRALAR	28	TECAVÜZ
14	HUZUR	29	YALNIZLIK
15	HUZURSUZLUK	30	YOKSULLUK

*Kavramlar alfabetik olarak sıralanmıştır

İçinde Yaşanan Hanenin Hatırlattığı Kavramlar

Mekânların hatırlattığı kavramları söylenme oranlarına göre gösteren kelime bulutlarında olumlu ifadeler yeşil, olumsuz ifadeler kırmızı olarak renklendirildi. Yukarıda yer alan kelime bulutundan da anlaşılabileceği gibi, içinde yaşadıkları haneler insanlara en çok huzur, mutluluk, güven ve sevgi kavramlarını hatırlatıyor. Diğer kavramların çoğu da benzer şekilde olumlu. Ancak elbette geçim sıkıntısı, can sıkıntısı gibi bazı olumsuz kavramları hatırlattığını söyleyenler de olmuş.

İçinde yaşanan mahallelerin hatırlattığı kavramları incelediğimizde kırmızı ve dolayısıyla olumsuz olanlar biraz daha görünür hale gelmiş, yani daha sık söylenmiş durumda. Bir sonraki sayfada yer alan, kentin neler hatırlattığına dair kelime bulutunda olumsuz kavramların daha da arttığını görüyoruz.

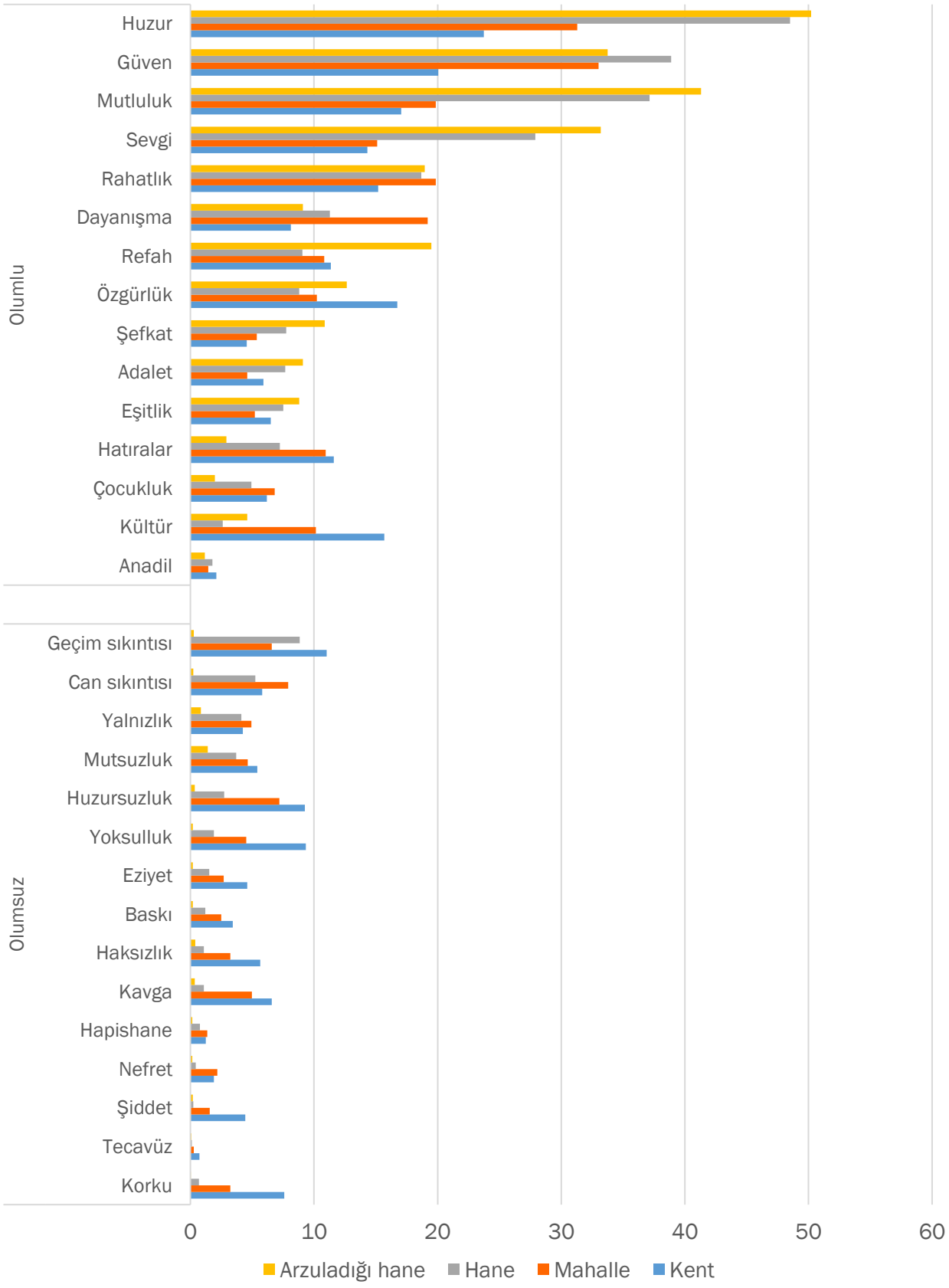
İçinde Yaşanan Mahallenin Hatırlattığı Kavramlar

İçinde Yaşanan Kentin Hatırlattığı Kavramlar

Arzulanan haneye dair kavramlar (Türkiye)

Arzulanan haneye dair kavramlar (Yalnız Yaşayanlar)

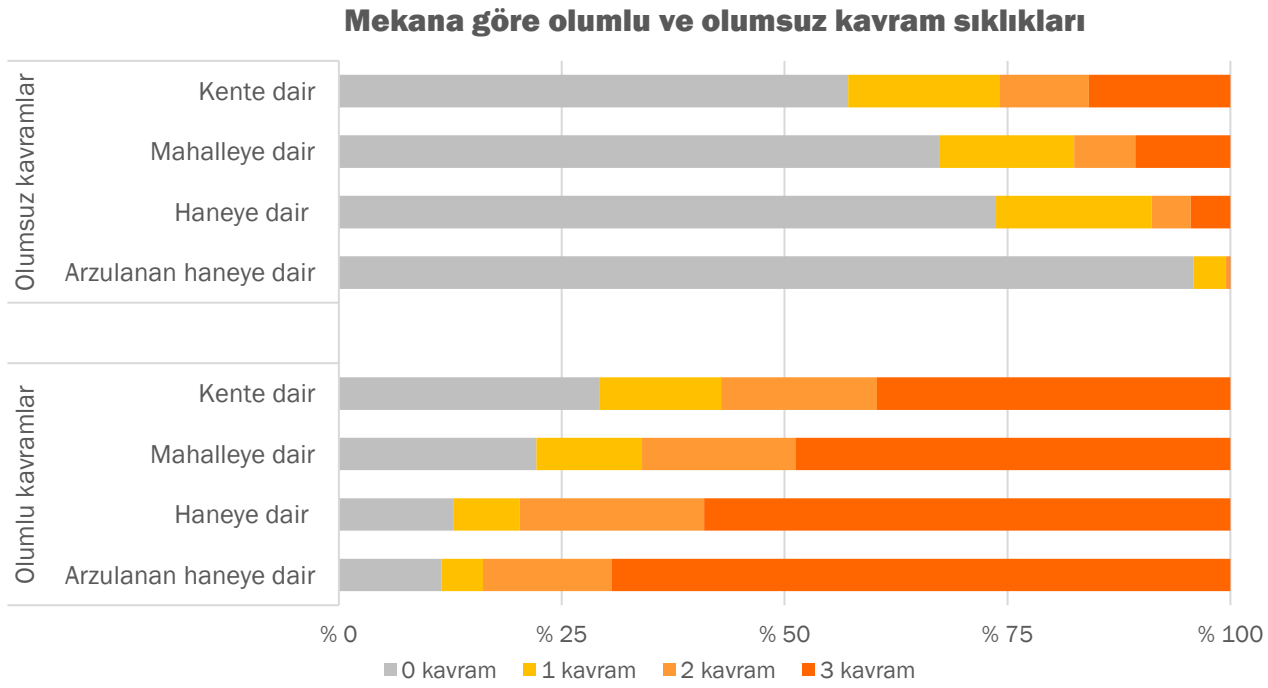
İçinde yaşadığınız yerler kavramlardan hangilerini hatırlatıyor?



Tüm kavramları olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayırıp oranlarıyla ve karşılaştırmalı olarak bir önceki sayfadaki gibi tek bir grafikte incelediğimizde, ilk olarak yine en fazla sırasıyla huzur, güven, mutluluk ve sevgi kavramları gibi olumlu kavramların dillendirilmesi dikkat çekiyor. Mahalle bu kavramları daha az, kent ise iyice az hatırlatıyor ve bu durum çoğu olumlu kavram için geçerli. Benzer şekilde bu olumlu kavramlar arzulanan hane denince daha da fazla akla geliyor. Diğer bir ifadeyle, olumlu ifadeler genelde arzulanan haneden, hane, mahalle ve kente doğru daha az hatırlanıyor, yani daha kamusal mekanlarla daha az özdeşleştiriliyor.

Bu duruma istisna oluşturan kavramlar ise insanların haneden ne anladığı konusunda ilginç ipuçları içeriyor. Örneğin "rahatlık" hane için de, mahalle ve kent için de aynı oranda seçilmiş ve varolandan daha fazla arzulanmıyor. "Refah" ise hane, mahalle veya kentte aynı seviyede ama hanede olması çok daha fazla arzulanıyor. "Dayanışma" en çok mahalleyle, "özgürlük" ise kentle özdeşleştirilmiş denebilir. "Kültür" ise haneyle pek özdeşleştirilmeyen, mahallenin ve özellikle kentin çok daha fazla hatırlattığı bir kavram olmuş.

Olumsuz kavramlar ise olumlu kavramların tersine haneden uzaklaştıkça daha artıyor. Arzulanan hane için zaten hiç ifade edilmeyen, mutsuzluk, huzursuzluk, yoksulluk, kavga, şiddet, eziyet, şiddet, baskı gibi kavramlar önce haneden mahalleye, ardından kente gittikçe daha sık hatırlanıyor. Her bir kavram oran olarak az olsa da toplamında olumsuz kavramlarla mekan arasındaki ilişki daha net görülebiliyor. Yine arzulanan hane için Yalnız Yaşayanların "şefkat" kavramını daha yüksek oranda söylemiş olması dikkat çekici.



Görüştüğümüz kişilerin seçtikleri olumlu ve olumsuz kavramların sayılarına göre, haneden uzaklaştıkça olumlu kavramların azaldığı, olumsuz kavramların çoğaldığı bir hiyerarşi görülüyor. Bu hiyerarşi 2016 yılında kamu güvenliğine dair temamızda kendilerini ne

kadar güvende hissettiklerine ve Suriyelilere bakışa dair temamızda Suriyelilerle hangi mekanları paylaşmayı kabul edilebilir bulduklarına dair sorularda ortaya çıkan hiyerarşiye oldukça benziyor.

Haneyle ilgili daha fazla olumlu ifade tercih etmeyi birkaç faktör belirliyor: sosyo-ekonomik seviye, çocuk sahibi olup olmamak, yaşlı ve yalnız olmak.

Modernlerin, üniversite mezunlarının ve hane geliri yüksek olanların haneye dair daha fazla sayıda olumlu ifade tercih etmeleri, sosyo-ekonomik seviyesindeki artışın haneye bakışı da olumlu etkilediğine işaret ediyor.

Benzer şekilde 18 yaş altında çocuk bulunan hanelerde yaşayanların çocuk bulunmayan hanelerdekilere kıyasla ve hane tipleri arasında gerek Modern, gerek Geleneksel Çocuklu aile tipi hanelerde yaşayanların, Çocuksuz Aile tipi hanelerde yaşayanlara kıyasla hane hakkında daha fazla sayıda olumlu ifade seçmesi hanede çocuk bulunmasının olumlu etkisine işaret ediyor.

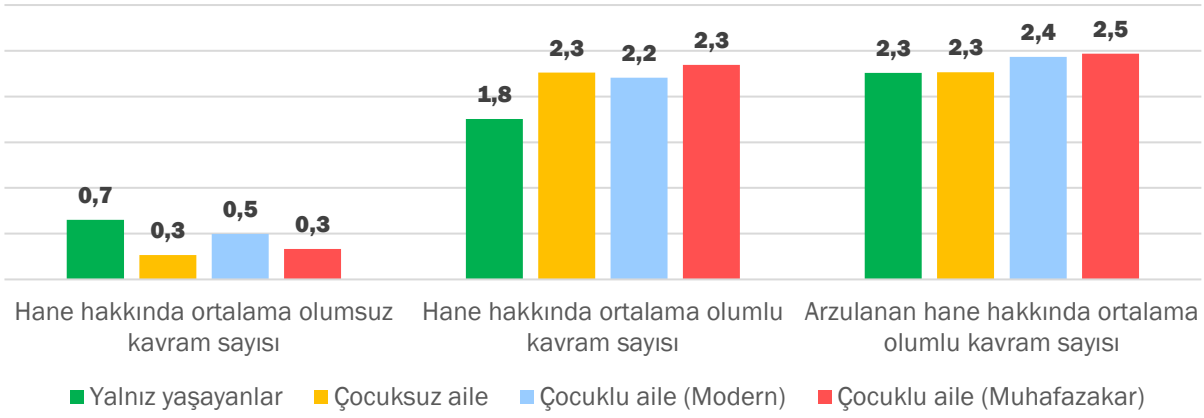
Emekliler, 49 yaş ve üzerindekiler, Yalnız Yaşayanlar ve dul veya boşanmış olanların hane hakkında diğer gruplardan oldukça daha olumsuz olması dikkat çekiyor. Daha ayrıntılı olarak incelendiğinde, bu grupların ortak noktasının yalnız başına yaşayıp çoğunlukla dul olmaları olduğu anlaşılıyor.

Kürtlerin ve HDP'lilerin haneyi tanımlarken olumlu ifadeleri çok daha az tercih etmeleri ve hanenin yanısıra özellikle mahalle ve kenti tarif ederken, olumsuz ifadeleri çok daha fazla tercih etmeleri dikkat çekiyor.

İşsizler de haneyi olumlu olarak tarif etmekte nispeten daha fazla zorlanan kümelerden biri.

Bunlara karşılık kişinin kadın ya da erkek olması, mezhebi ve dindarlık seviyesi hiç fark yaratmıyor.

Hane tipine göre hane hakkındaki kavramlar



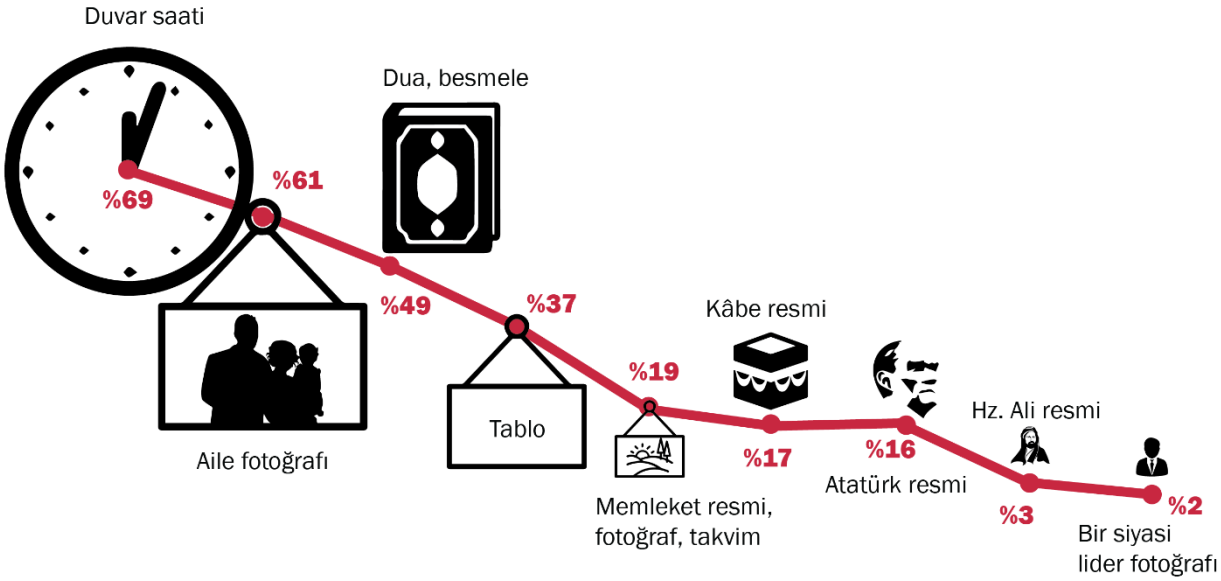
Özetle toplumun geneli haneyi huzur ve mutluluk buldukları, güvenli hissettikleri bir mekân olarak görüyor. Buna rağmen her dört kişiden birine hanenin en az bir olumsuz

kavram çağrıştırması ve bunların genelde toplumun daha yoksun kesimleri olması önemli bir bulgu.

2.8. Evin Duvarında Neler Var?

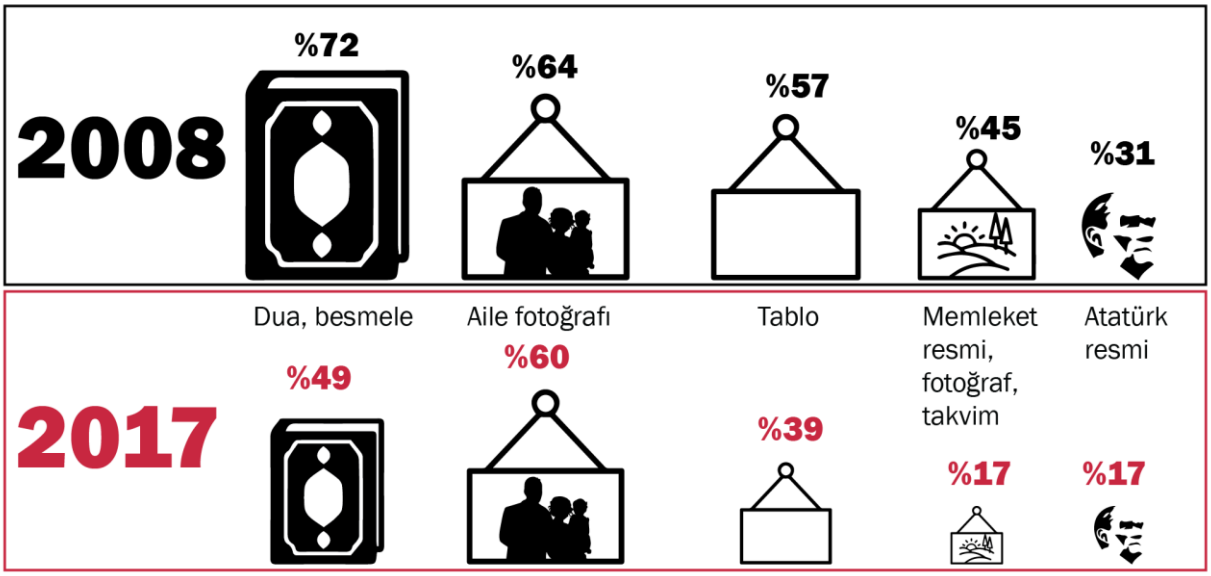
Haneyi tanımlamaya, hanelerin içlerinin neye benzediğini gözümüzün önüne getirmeye çalışırken insanların evlerinin duvarına tablo, fotoğraf, resim, dua gibi farklı ilgi alanlarını, değerleri ve aidiyetleri gösterebilecek türden neler astıklarını da sorduk. İnsanların çoğunluğunun hanesinde duvarda saat ve aile mensuplarının fotoğrafı, yaklaşık yarısında dua, besmele, Kâbe resmi veya Hz. Ali'nin resmi gibi dini semboller ve daha az bir kısmında çerçeveli tablo, Atatürk resmi bulunuyor.

Evinizin duvarında hangileri asılı?



Bu bulguları 2008 yılında kent ve metropollerde yaptığımız başka bir araştırmamızla karşılaştırdığımızda, çok şaşırtıcı bir bulguyla karşılaşıyoruz. Aile mensuplarının fotoğrafları dışında genelde hanelerin duvarlarında artık çok daha az sembol asılı. 2008'de hanelerin yüzde 72'sinde duvarda dua veya besmele varken, şu anda sadece yüzde 49'da bulunuyor. Benzer şekilde tablo bulunma oranı yüzde 57'den yüzde 39'a, memleketten resmi, fotoğraf veya takvim yüzde 45'ten yüzde 17'ye, Atatürk resmi yüzde 31'den yüze 17'ye inmiş. Dolayısıyla artık hanelerin duvarlarının, deyim yerindeyse, daha boş görünüyor ama sorduğumuz sembollerin yerine başka şeyler koyup koymadıklarını bilmiyoruz. Televizyonlardaki dekorasyon programlarının artması, mobilya, perde, ayna gibi farklı eşyaların daha fazla pazarlanır veya görünür olması gibi nedenlerle artık evlerin duvarlarını kaplayan farklı eşyalar, öğeler olduğu yönünde tahminde bulunabilsek dahi, elimizde bu tahmini destekleyecek veri bulunmuyor.

Evinizin duvarında hangileri asılı?
2008-2017 karşılaştırma / *kent-metropol



Demografik verilerle birlikte incelendiğinde kimlerin hanelerinin duvarlarında neler olduğuna dair birkaç bulgu ön plana çıkıyor:

- Oldukça yaygın olan duvar saati ve aile mensuplarının fotoğrafları geleneksellikle ve yerleşiklikle, her üç hanenin birinde bulunan çerçeveli tablo sosyo-ekonomik gelişmişlik ve şehirleşmeyle ilişkilendirilebiliyor.
- Memleketten resim, fotoğraf veya takvimi duvarda, beklenenin aksine, en çok kırsalda yaşayanlar, doğduğundan beri aynı yerde yaşayanlar ve göç etmemiş olanlar bulunduruyor. Dolayısıyla bunun göçle ve terkedilen yere dair nostaljiyle bir ilgisi olmadığını anlıyoruz.
- Duvarda dua, besmele ve Kâbe resmi gibi dini semboller bulunup bulunmaması elbette insanların ne kadar dindar olduğuyla çok yakından ilişkili. Ancak bu ilişkiyi sabit tuttuğumuzda dahi, yerleşim türü, göç, yerleşiklik, misafir ve komşularla görüşme sıklığı ve yaşın da etkisi bulunuyor. Hz. Ali resmini ise elbette en çok Aleviler asıyor ama duvarında bu resim olan her beş kişinin ikisi Sünni olduğunu ifade etmiş.
- Her altı hanenin birinde duvarda Atatürk'ün resmi var. En çok Alevilerde ve CHP'lilerde ve genel olarak daha eğitimli ve Modern hanelerin duvarında bulunuyor.

Duvar saati yüzde 69 ile hanelerin çoğunluğunda var ve insanlar aynı hanede veya şehirde daha uzun süredir yaşıyorlar ve daha yerleşik hissediyorlarsa, komşularla daha sık görüşüp daha sık misafir ağırlıyorlarsa, daha dindarlarsa ve gelirleri daha düşükse, duvarlarında saat olma olasılığı artıyor. Bu da duvar saati asmanın kelimenin en basit anlamıyla gelenekselliğe ve bir düzen oturtmuş olmaya işaret ettiği anlamına geliyor.

Duvar saati gibi aile mensuplarının fotoğraflarını duvara asmak da çok yaygın ve yüzde 61'in hanesine bulunuyor. Yine saat gibi aile fotoğrafları bulunması da yerleşiklik ve geleneksellikle ilişkilendirilebiliyor ama demografik farkların pek etkisi görülmüyor. Doğduğundan beri aynı yerde yaşayanların yüzde 68'inin, son 5 yıl içinde gelmiş

olanlarınsa yüzde 43'ünün duvarında bu tür fotoğraflar var. Benzer şekilde doğduğundan beri aynı evde oturanların yüzde 66'sının, son 5 yıl içinde taşınanlarınsa yüzde 55'inin duvarında bu tür fotoğraflar var.

Çerçeveli tablo ise duvar saati ve aile fotoğraflarının tersine şehirleşme/modernleşmeyle ilişkilendirilebilir. Türkiye genelinde hanelerin yüzde 37'sinin, yani üçte birinin duvarında tablo bulunuyor. Metropoldekiler, gençler, eğitimliler, bekârlar, çalışanlar ve öğrenciler, Modernler, kedi köpek besleyenler, örtünmeyenler ve yüksek gelirliler daha yüksek oranda tablo bulunduruyor. Saat ve aile fotoğrafının aksine çerçeveli tablo bulundurmakla yerleşiklik arasında pek bir ilişki görülmüyor, yerleşik olanlarda da olmayanlar da, hissedenlerde de hissetmeyenlerde de yüksek oranda tablo bulunuyor.

Yüzde 19'un duvarında memleketten resim, fotoğraf veya takvim bulunuyor. Ama beklenenin aksine memleketinden göçmüş olanların nostalji amacıyla kullandığı birşey değil. Kırsal kesimde yaşayanlar yüzde 29, metropolde yaşayanların sadece yüzde 15'inin duvarında memlekete dair birşey var. Bu oran hiç göçmemiş olanlarda yüzde 22, kırsalda yaşayıp da hiç göçmemiş olanlarda yüzde 30, doğduğundan beri aynı hanede olanlarda 28, sadece 5 yıldır aynı hanede olanlarda yüzde 14 oranında. Eşi veya kendisi örtünenlerde de yüzde 29 ile oldukça yüksek. Hayat tarzı, dindarlık ve eğitimin de kısmen etkisi olsa da yerleşik olmanın etkisi kadar belirgin değil.

İnsanların duvarında dini semboller olan dua, besmele ve Kâbe resmi bulunup bulunmaması, tahmin edilebileceği gibi ne kadar dindar olduklarıyla çok yakından ilişki. Aynı zamanda yerleşim türü, göç, yerleşiklik, misafir ve komşularla görüşme sıklığı ve yaş da duvarda dini semboller olma olasılığını etkiliyor. Her ne kadar dindarlık esas etki eden faktör olsa da, yani örneğin kırsal yaşayanlar veya 49 yaşın üstünde olanlar daha dindar olsa da, dindarlık sabit tutulduğunda dahi bu ilişkiler görülebiliyor. Dolayısıyla kişi metropollerden ziyade kırsalda yaşıyorsa, uzun süredir aynı hanede yerde yaşıyorsa, komşu ve misafirle sık görüşüyorsa ve yaş büyükse, duvarında dini sembol olma olasılığı çok daha fazla artıyor.

Hanelerin yüzde 16'sında, yani her altı hanenin birinde Atatürk'ün resmi var. Yaş, eğitim ve gelir arttıkça, metropollere doğru gelindikçe, dindarlık azaldıkça ve hayat tarzı Dindar Muhafazakârdan Moderne doğru gittikçe Atatürk resmi bulunması ihtimali artıyor. Dindar Muhafazakârların yüzde 6'sında, Geleneksel Muhafazakârların yüzde 13'ünde, Modernlerin ise yüzde 30'unda; türbanlıların yüzde 5'inde, başörtülülerin yüzde 9'unda ve örtünmeyenlerin yüzde 29'unda duvarda Atatürk resmi bulunuyor. Ayrıca Alevilerin yüzde 46'sının duvarında bulunuyor. Ayrıca farklı parti seçmenlerinin duvarında bulunma oranları arasındaki fark da oldukça çarpıcı: CHP'lilerin yüzde 44'ü, MHP'lilerin yüzde 18'i, Ak Partililerin yüzde 6'sı ve HDP'lilerin yüzde 1'i.

Hanelerin yüzde 3'de yine dini bir sembol olan Hz. Ali'nin resmi bulunuyor. Alevilerin yüzde 34'ünün, yani üçte birinin duvarında Hz. Ali resmi var. Ama bu resmin kimlerde bulunduğu ise çarpıcı: yüzde 57'si Alevi, yüzde 42'si ise Sünni Müslüman olduğunu söylüyor. Aleviliğin hem tarihinden, hem de günümüzde de devam eden baskı ve ayrımcılıktan dolayı birçok Alevi'nin mezhebini açıkça söylemekten çekindiği biliniyor.

KONDA olarak yaptığımız araştırmalarda mezhebini açıkça söyleyenler yıllardır yüzde 5 gibi bir oranda sabitlenmiş olsa da, gerçek sayının daha yüksek olduğunu tahmin edebiliriz. Bu araştırmada da Sünni Müslüman olduğunu belirtip duvarında Hz. Ali resmi olduğunu belirtenlerin bir kısmı Alevi olup kimliğini açık etmek istemeyenler olabilir.

"**Evinde Duvarında Ne Var**" bölümündeki bulgular size "**popüler**" sonuçlarmış gibi gelebilir. Yani sadece "sorulmuş olmak sorulmuş, gündem olmak için sorulmuş sorular ve alınmış yanıtlardan oluşan bulgular". Ancak reklamlarda, ikna malzemesi görsel içeriklerde, hatta metinsel anlatımlarda sembollerin gücünü düşündüğünüzde buradaki bulguların bir metin yazarı, stratejist, hatta sanat yönetmeni açısından önemini anlarsınız. Bulgulara göre insanlar aileleriyle mutlu anlarını duvarlarında teşhir etmeyi seviyor. Eğer ikna malzemenizde bir ev varsa dekorda aile fotoğraflarına yer vermek sahiciliği arttırır. Bir "besmele" resmi evi bir saniyede geleneksel muhafazakara, "Atatürk" resmi ismi ise yine bir saniyede evi modern çocuklu yapabilir. Nasıl bir algı oluşturmak istediğinize, toplumdaki pazar büyüklüklerine ya da aldığınız yana göre siz karar verin. Diyeceksiniz ki mutlaka bir algı oluşturmak zorunda mıyım? Tabii değilsiniz. Ama algının siz isteseniz de istemesiniz de oluşacağı kesin. Bu nedenle en azından dikkatli olun. ABD'de yapılan bir deneyde bir ev satış ilanına haç sembolü konduğunda farklı insanların; arapça besmele konduğunda farklı insanların tepki verdiği kanıtlanmıştır. Sembolik iletişim iletişimin kısa ve etkili yoludur. Rezil de eder vezir de.

Prof. Dr. Ali Atıf Bir

2.9. Hanede Vazgeçilmeyecek Eşya

İnsanların hanelerindeki eşyalara ne kadar bağlılık hissettiklerini veya haneye ait hissetmekle içindeki eşyalara değer vermek arasında bir ilişki olup olmadığını anlamak amacıyla araştırmada görüştüğümüz kişilere şu şekilde açık uçlu bir soru sorduk: "*Biri size hanenizdeki bütün eşyaları atarsanız yerine size daha güzellerinin alınacağını söylese, hangi eşya(ları)nızdan vazgeçmezsiniz?*"

Görüştüğümüz kişilerin yüzde 36'sı farklı eşyalar saydı ve yüzde 23'ü hiçbir eşyasından vazgeçmeyeceğini söyledi. Buna karşılık yüzde 11 vazgeçmeyeceği hiçbir eşyası olmadığını söyledi ve yüzde 30 soruya cevap vermeyerek tahminen yine vazgeçmeyeceği bir eşya aklına getirmeyerek söylemiş oldu. Özetle görüştüğümüz kişilerin beşte üçü değer verdiği, vazgeçmeyeceği en az bir eşya sayarken, ikisi bu tür eşya olmadığını belirtmiş oldu.

Yerine size daha güzellerinin alınacağını söylese, hangi eşya(ları)nızdan vazgeçmezsiniz?			
	Yüzde		Yüzde
Mobilya	5,3	Elektronik aletler, oyun konsolu	0,6
Televizyon	3,9	Saat	0,6
Aile yadigarları, anısı olan eşyalar	3,2	Araba, motorsiklet, bisiklet	0,5
Yatak, yatak odası odası takımı	3	Halı, perde, ev tekstili	0,5
Beyaz eşya	2,5	Evcil hayvan	0,4
Çeyiz	2	Kuran-ı Kerim	0,4
Kitap	2	Müzik aletleri, müzik seti	0,4
Kişisel eşyalar	1,7	Maddi değeri olan eşyalar	0,3
Bilgisayar	1,5	Spor, tuttuğu takım ile ilgili eşyalar	0,3
Diğer	1,4	Takı	0,3
Giyim eşyası, ayakkabı, aksesuar	1,2	Tesbih	0,3
Fotoğraflar	1,1	Çiçek	0,2
Mutfak eşyaları	0,9	Hiçbir eşyasından vazgeçmez	22,6
Tablo, resim, çerçeve	0,8	Vazgeçmeyeceği eşyası yok	11,1
Telefon	0,7	Cevap yok	30,1
Çocukların eşyaları	0,6	Toplam	100

Açık uçlu olarak verilen cevapları gruplanmış olarak gösteren yukarıdaki tabloda görülebildiği gibi insanlar daha güzelleri alınsa dahi mobilya, beyaz eşya, elektronik alet, halı, perde gibi maddi değeri yüksek ve yenileriyle kolayca değiştirilebileceğini varsayabileceğimiz eşyaları yine de sayıyorlar. Bu tür eşyaları sayanların yanısıra, aile yadigarları, fotoğraf, kişisel eşyalar gibi manevi değeri daha yüksek ve yerine başka bir şeyi koymanın zor olduğunu tahmin edeceğimiz eşyalar veya kitap, müzik aleti, çicek gibi kişilerin ilgi alanlarına yönelik eşyalardan da vazgeçemeyeceklerini söyleyenler bulunuyor.

Her ne kadar bazı eşyaların maddi, bazılarının manevi yönünün daha güçlü olduğunu tahmin etsek de, kişilerin eşya adlarını tam olarak ne düşünüp söylediğini bilemediğimizden bu türden daha genel bir gruplamaya gitmedik. Buna rağmen örneğin gençlerin haneyle doğrudan ilişkili olmayan kişisel eşyaları, ev kadınlarının hanedeki mobilya beyaz eşya gibi eşyaları daha fazla söylemiş olmaları gibi bazı nüanslar dikkat çekiyor.

Her biri nispeten düşük oranlarda söylenen eşyalardan vazgeçememenin ne gibi anlamlara gelebileceği hakkında genel bir resmi, toplumun topografik haritası (MCA) üzerinde nerede yer aldıkları üzerinden inceledik. Eşyaların haritada sol alt köşeden sağ üst köşeye doğru dizilmesi ve bu eşyaların türleri, sosyo-ekonomik seviyenin yanısıra cinsiyet ve yaşın etkisine işaret ediyor. Kadın ve 49+ yaş noktalarının yer aldığı sol alt köşeyle eşleşen beyaz eşya, çeyiz, mutfak eşyaları, mobilya gibi eşyalar haneyle ve genellikle kadınların alanı olan ev yaşantısıyla özdeşleştirilebilirken, erkek ve 18-32 yaş noktalarının yer aldığı sağ üst köşeyle müzik aleti, takım forması, bilgisayar,

elektronik eşya, giyim gibi daha kişisel ve hanenin dışındaki yaşamla da özdeştirilebilecek eşyalar eşleşiyor. Yaş ve cinsiyet kümeleri arasında oran olarak farklar az olsa da, genel bir eğilim görülebiliyor.

Yerine size daha güzellerinin alınacağını söylese, hangi eşya(ları)nızdan vazgeçmezsiniz?

İnsanların daha güzeli alınsa bile bir eşyadan vazgeçip geçememesiyle bir yerde ne kadar süredir yaşadığı arasındaki pek kayda değer bir ilişki bulunmuyor ama doğduğundan beri gerek aynı şehirde, gerek aynı hanede oturanlar için eşyaları daha kıymetli. Ancak bir yere ne kadar ait hissettikleri, evin sahibi olup olmamaları neredeyse hiç fark yaratmıyor. Sadece bulundukları yerden çocuklarının da taşınmasını istemeyenler için eşyaları biraz daha değerli.

Vazgeçilemeyecek eşyalara dair son olarak dikkat çeken bulgu toplumun birbirinden oldukça iki farklı kümesinde görülen bir benzerlik: Bir yandan Modernler, gençler, bekârlar, örtünmeyenler, kenara koyabilenler, sitede yaşayanlar eşyalarından vazgeçmek konusunda daha çekimserler. Diğer yandan, dullar, Çocuksuz Aileler, doğduğundan beri aynı yerde yaşayanlar, müstakil geleneksel evde oturanlar, komşularla daha fazla görüşüp daha fazla misafir çağıranlar da eşyalarından vazgeçmek konusunda daha çekimser. Daha şehirli ve modern gündelik hayat tarzı pratiklere sahip olan ilk grup için bu durum iki şekilde açıklanabilir: gerek ev, gerek araba sahipliği bu gruba doğru azaldığı için ev, araba dışında sahip oldukları eşyalara daha fazla değer veriyor olabilirler veya genel olarak tüketime daha meyilli ve daha materyalist olabilirler.

Buna karşılık daha fazla kırsalda olup geleneksel gündelik hayat tarzı pratikleriyle özdeşleştirilebilecek olan ikinci küme ise, yoksunluktan dolayı bu tür eşyaların daha güzelleriyle değiştirilebileceğine güven duymayarak veya hayal edemeyerek, daha faydacı bir bakış açısıyla eşyalarından vazgeçmek istemiyor olabilirler.

2.10. Değerlendirme

İclal Ayşe Küçükkırca, Dr.

Ev mekanı denildiğinde aklımıza önce içinde yaşadığımız duvarlarla çevrili ve bir çatıyla örtülmüş somut yapı gelse de, bu mekanı özel alanın ötesinde mahalle, kent, yurt, ulus, cemaat, hatta içinde yaşadığımız gezegen olarak da düşünmek mümkün. Ekoloji sözcüğü etimolojik ve semantik olarak "ev" mekanı ile ilgili ipuçları sunmakta. Etimolojik olarak ekoloji "ev" anlamına gelen Yunanca *oikos* sözcüğü ve söylem, teori, bilgi anlamlarına gelen *loji* ekinden oluşmakta. Semantik olarak ise Türk Dil Kurumunun Büyük Sözlüğünde ekoloji, "Canlıların hem kendi aralarındaki hem de çevreleriyle olan ilişkilerini tek tek veya birlikte inceleyen bilim dalı" olarak tanımlanmış; yani ekolojiden, 'en büyük ev'den feyz aldığımızda evi yalnızca duvarlardan oluşan bir yapı olarak düşünmenin yetersizliğiyle karşı karşıya kalıyoruz. Ev, canlıların 'kendi aralarındaki' ve 'çevreleriyle' ilişkileri ile kurulmakta. Bu nedenle çalışma, evin duvarları/sınırlarıyla birlikte geçişkenliğini sağlayan kapılarına ve camlarına, kapılardan kimlerin geçtiğine, camlardan kimlerin bakamadığına ve evlerin diğer evlerle ilişkilerine yani evin farklı anlamlarına da odaklandı.

Ev'in farklı anlamlarını ortaya çıkarabilmek, özel ev'in içine ve dışına bakmak kadar, iç ile dışın nasıl belirlendiğine de bağlı gözüküyor. Bu nedenle ev mekanını, özel alan ve kamusal alanın sınırları üzerinden anlamlandırmak gibi bir niyetimiz de var. Bunu gerçekleştirebilmek adına ev ile ilgili anket soruları üç ölçekte soruldu: hane, mahalle, kent. Öte yandan, çalışma literatürde oluşmuş işlevsiz bir kavramsal ikiliye de eleştirel bir yaklaşım sergilemekte. Birkaç istisna dışında akademik çalşmalar ev mekanını ya hatıralar, nostalji, çocukluk, şefkat, huzur gibi olumlu kavramlarla ya da şiddet, taciz, sömürü, hegemoni gibi olumsuz kavramlarla açıklamakta. Konda "Ev'in Yeri ve Anlamı" barometresi daha nüanslı bir ev anlamlandırması ortaya çıkarmak adına ev mekanına dair olumlu ve olumsuz izlenimlerin ve çağrışımların peşine düşerek bir anket çalşması ortaya çıkardı.

Ev mekanı her ne kadar hepimizin aşina olduğu, hergün içinde yaşadığı, kurduğu, yıktığı, terk ettiği ya da özlediği bir mekan olsa da, ev ile ilgili yapılacak araştırmalar ev'in mahremiyetle yakın ilişkisi nedeniyle ve insanların içinde yaşıyor olmalarına rağmen üzerinde farklı boyutlarıyla düşündükleri bir konu olmamasından dolayı derinlemesine sorulara ve görüşmelere gereksinim duymakta. Yapılan anket çalışmasında ise derinlemesine sorular yerine geniş bir örnekleme ulaşmak hedeflendiğinden anketörlerin sorduğu tüm sorulara yeterli yanıtlar alamadık. Bununla beraber, bu kapsamda bir çalışma Türkiye genelinde ev mekanı ile ortaya çıkmamış birçok verinin gün ışığına çıkmasına da vesile oldu.

Aidiyet

Ev, öncelikle aidiyet kavramıyla ilişkilendiren mekanlardan biri. Özel ev yani hane birçok filozof tarafından benliğin yansıması (Bachelard) ya da kurucusu olarak düşünülüyor. O nedenle özel ev (hane), kamusal evlere göre (mahalle ve kent) bireysel benliğimizi daha çok yansıtan ve kendimizi daha çok ait hissettiğimiz bir mekan olarak karşımıza çıkmakta.

Aşağıdaki tablodaki sorulara sırasıyla baktığımızda eve aidiyetin etnik bir boyutu olduğu görülüyor. HDP'lilerin "Yaşadığınız eve ait hissediyor musunuz?" sorusuna en az oranda "evet", en çok oranda ise "Hayır" yanıtını verdiklerini görüyoruz. Aynı soru, mahalle ve kent ölçeklerinde sorulduğunda da ilk sorudaki kadar belirgin olmasa da oranların benzerlik gösterdiğini görüyoruz. Bu sonuçların bize gösterdiği HDP'liler için ev mekanında yabancılaşmanın daha fazla görüldüğüdür. Öte yandan, AKP seçmeni mahalleye aidiyet sorusuna verilen "evet" ve "hayır" yanıtları diğer parti seçmenlerinin verdiği yanıtlardan belirgin bir biçimde farklı. Bu veri birçok şekilde yorumlanabilir ancak, ileriki sorularda insanlara mahallenin daha çok dayanışma kavramını hatırlattığı düşünülürse, mahalle ölçekli çalışmaların artması yerinde olacaktır. Hangi mahalleler yaşıyor, hangi mahalleler yaşayamıyor sorusu bu çalışmanın verdiği yanıtlardan biri olmasa da açtığı sorulardan biri olarak düşünülebilir.

	Parti tercihi			
Yaşadığınız eve ait hissediyor musunuz?	**Ak Parti**	**CHP**	**MHP**	**HDP**
Evet	92	88	85	80
Hayır	8	12	15	20
Toplam	100	100	100	100
Yaşadığınız mahalleye ait hissediyor musunuz?	**Ak Parti**	**CHP**	**MHP**	**HDP**
Evet	91	81	80	77
Hayır	9	19	20	23
Toplam	100	100	100	100
Yaşadığınız şehre ait hissediyor musunuz?	**Ak Parti**	**CHP**	**MHP**	**HDP**
Evet	91	85	83	82
Hayır	9	15	17	18
Toplam	100	100	100	100

Ben/Öteki- İçeri/Dışarı

Anket verilerinden gördüğümüz kadarıyla Türkiye toplumunda insanlar aileleriyle yaşıyor ve evlerini ailelerine emanet ediyorlar. Toplumun yarısından fazlası eşi ve çocuklarıyla yaşadıklarını belirtirken, yine büyük bir çoğunluğu (%78) evlerini anne, baba ve çocuklarına emanet edebileceklerini ifade etmişler. Öte yandan, insanlar evlerini, yüksek oranda anne, baba ve çocuklara emanet ederken, kardeşlere emanet edenlerin sayısının oldukça düşük olduğu görülüyor. Fazla aceleci davranmadan akla gelen noktalardan biri, aile kurumunun Türkiye'de modernleşme eğilimi göstermesi olabilir. Keza modern ailenin birincil öğelerinden biri kardeşlerin babadan kopuşu olarak da tanımlanır. Premodern ailede anne ve çocuklar "babaya ait"lerken yani aileyi oluştururlarken, modern ailede ilk önce büyük erkek çocuk daha sonra tüm çocuklar "baba"dan yani aileden koparlar. Kardeşlerin anne, baba ve çocuklara göre evin daha az emanet edilebileceği kişiler olarak görülmesi ailelerin büyük çoğunluğunun kendilerini muhafazakar olarak tanımlamalarına rağmen, bir modernleşme eğilimi gösterdikleri şeklinde okunabilir.

“Komşularınızla ne sıklıkla görüşüyorsunuz?” ve “Hanenize ne sıklıkla misafir geliyor?” soruları hanelere kimlerin ne zaman girebildiklerine dair ipuçları sunmakta. Yukarıdaki tablolarda metropol ve kentlerde misafirlerle görüşme sıklığının kıra göre artış gösterdiği gözlemleniyor. Komşularla görüşme bir evin etrafındaki evlerle yani fiziksel olarak yakındakilerle nasıl ilişkilendiğine dair veri sunmakta. Buna göre toplumun yarısından fazlası komşularıyla haftada en az iki kere görüşmektedir. Misafirle görüşme ise fiziksel yakınlığın ötesinde modern (ve zaman zaman bireysel) bir seçime de işaret etmekte. İnsanların yerleşim alanlarının dışında kalıcı sosyal ağlar kurduklarının da göstergesi.

Alt gelir sınıfına ait kişilerin/ailelerin komşularıyla diğer sınıflara kıyasla daha fazla görüştüğü görülüyor. Farklı çalışmaların da gösterdiği gibi komşularla görüşme sıklığı ve formu, dayanışma ilişkisine de işaret edebilmekte. Muhtemelen, bu çalışmada da komşuluk ilişkisi alt sınıflar için ev ekonomisini paylaşmak anlamına geliyor.

“Herkes Kendi Evinde İstediğini Yapabilmeli midir?”

Bu soruya en yüksek oranda “evet” yanıtı veren grup yalnız yaşayanlar olarak görünüyor. Çocuksuz, geleneksel ve modern ailelerin yani genel olarak ailelerin yanıtları birbirlerine çok yakın. Bu da yalnız yaşayanların (içindeki yaşlıları göz ardı ettiğimizde), istediğini yapabilme arzusu ya da hanelerinde istedikleri gibi yaşayamadıklarının göstergesi olarak okunabilir.

Bununla birlikte bu soruya en yüksek oranda “hayır” yanıtı veren grup dindar muhafazakarlar. Bu grubu geleneksel muhafazakarlar ve modernler izliyor. “Herkesin kendi evinde istediğini yapamayacağı” iddiası, muahafazakarlar dışında, radikal/özgürlükçü feministler tarafından “özel olan politiktir” şiyarıyla ortaya atılan iddialardan biri. Muhafazakar bireyler insanların kendi evlerinde istediklerini yapamamaları gerektiğini herkesin uyması gereken ahlaki kurallar olduğunu düşündükleri için savunurlarken, özgürlükçü bireyler/feministler hane içi şiddet ve sömürüyü engellemek adına aynı önermeyi ortaya atıyorlar. Yani muhafazakarlar ve özgürlükçüler aynı iddiayı farklı nedenlerden savunabilmekteler.

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 3-4 Haziran 2017 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 1 Kasım 2015 Genel seçimlerinin mahalle ve köy sonuçları katmanlandırılarak hazırlanmıştır.

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

Araştırma kapsamında, 28 ilin merkez dahil 99 ilçesine bağlı 147 mahalle ve köyünde 2549 kişiyle hanelerinde yüzyüze görüşülmüştür.

Gidilen il	28
Gidilen ilçe	99
Gidilen mahalle/köy	147
Görüşülen denek	2549

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

Yaş grubu	Kadın	Erkek
18-32 yaş	3 denek	3 denek
33-48 yaş	3 denek	3 denek
49 yaş ve üstü	3 denek	3 denek

	Düzey 1 (12 bölge)	Gidilen iller
1	İstanbul	İstanbul
2	Batı Marmara	Balıkesir, Tekirdağ
3	Ege	Denizli, İzmir, Kütahya, Uşak
4	Doğu Marmara	Bursa, Eskişehir
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, Erzurum
11	Ortadoğu Anadolu	Malatya, Van
12	Güneydoğu Anadolu	Diyarbakır, Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin

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

	Anketin yapıldığı bölge	Kır	Kent	Metropol	Toplam
1	İstanbul			19,9%	19,9%
2	Batı Marmara		3,5%	,7%	4,2%
3	Ege	2,1%	7,0%	5,6%	14,6%
4	Doğu Marmara	,7%	2,8%	5,6%	9,1%
5	Batı Anadolu	,6%	1,7%	7,2%	9,5%
6	Akdeniz	1,3%	5,5%	4,9%	11,8%
7	Orta Anadolu	,7%	2,5%	1,4%	4,6%
8	Batı Karadeniz	1,4%	3,5%	,7%	5,6%
9	Doğu Karadeniz	1,4%	2,1%		3,5%
10	Kuzeydoğu Anadolu	1,4%	1,0%		2,4%
11	Ortadoğu Anadolu	1,4%	2,8%	,7%	4,9%
12	Güneydoğu Anadolu	2,1%	3,5%	4,2%	9,8%
	Toplam	13,2%	35,8%	51,0%	100,0%

4. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI

4.1. Deneklerin Profili

Cinsiyet	Yüzde
Kadın	50,3
Erkek	49,7
Toplam	100,0

Yaş	Yüzde
18 - 32 yaş	32,0
33 - 48 yaş	35,9
49+ yaş	32,0
Toplam	100,0

Eğitim durumu	Yüzde
Okuryazar değil	5,1
Diplomasız okur	2,2
İlkokul mezunu	21,3
İlköğretim / Ortaokul mezunu	25,1
Lise mezunu	28,8
Üniversite mezunu	16,1
Yüksek lisans / Doktora	1,5
Toplam	100,0

Hayat tarzı kümesi	Yüzde
Modern	28,7
Geleneksel Muhafazakâr	46,1
Dindar Muhafazakâr	25,3
Toplam	100,0

Medeni durum	Yüzde
Bekar	21,8
Sözlü/Nişanlı	1,0
Evli	71,5
Dul/Boşanmış	5,7
Toplam	100,0

Doğum yeri	Yüzde
İstanbul	8,4
Batı Marmara	4,0
Ege	11,8
Doğu Marmara	6,6
Batı Anadolu	8,2
Akdeniz	13,0
Orta Anadolu	7,0
Batı Karadeniz	7,7
Doğu Karadeniz	7,1
Kuzeydoğu Anadolu	4,8
Ortadoğu Anadolu	7,5
Güneydoğu Anadolu	12,6
Yurtdışı	1,5
Toplam	100,0

Baba doğum yeri	Yüzde
İstanbul	3,5
Batı Marmara	4,2
Ege	10,3
Doğu Marmara	5,6
Batı Anadolu	7,6
Akdeniz	12,7
Orta Anadolu	8,1
Batı Karadeniz	8,8
Doğu Karadeniz	8,5
Kuzeydoğu Anadolu	5,9
Ortadoğu Anadolu	8,3
Güneydoğu Anadolu	13,6
Yurtdışı	2,8
Toplam	100,0

Hane kişi sayısı	Yüzde
1 - 2 kişi	20,7
3 - 5 kişi	65,6
6 - 8 kişi	11,6
9 ve daha fazla kişi	2,1
Toplam	100,0

Oturulan evin tipi	Yüzde
Gecekodu/dış sıvasız apartman	3,2
Müstakil, geleneksel ev	34,0
Apartman	57,2
Site içinde	4,6
Çok lüks bina, villa	,7
Toplu konut	,3
Toplam	100

Çalışma durumu	Yüzde
Devlet Memuru	5,9
Özel Sektör	6,7
İşçi	8,6
Esnaf	7,5
Tüccar/İşadamı	,8
Serbest meslek sahibi	1,5
Çiftçi, ziraatçı, hayvancı	2,2
Çalışıyor, diğer	4,9
Emekli	14,4
Ev kadını	31,8
Öğrenci	9,6
İşsiz	4,9
Çalışamaz halde	1,1
Toplam	100,0

Etnik köken	Yüzde
Türk	79,1
Kürt	14,0
Zaza	1,6
Arap	2,9
Diğer	2,4
Toplam	100,0

Dindarlık	Yüzde
İnançsız	3,3
İnançlı	22,6
Dindar	63,8
Sofu	10,2
Toplam	100,0

Örtünme durumu	Yüzde
Örtmüyor	30,4
Başörtüsü	45,2
Türban	10,6
Çarşaf, peçe	,6
Görüşülen kişi bekar erkek	13,2
Toplam	100,0

Din / mezhep	Yüzde
Sünni Müslüman	92,7
Alevi Müslüman	4,9
Diğer	2,4
Toplam	100,0

Ekonomik sınıflar	Yüzde
Alt gelir	19,5
Alt orta sınıf	29,7
Yeni orta sınıf	30,8
Üst gelir	20,1
Toplam	100,0

Bu hanenin malı olan arabanız var mı?	Yüzde
Var	50,7
Yok	49,3
Toplam	100,0

Haber seyrettiği TV kanalı	Yüzde
İzlemiyorum	4,4
Haberleri TV'den takip etmiyorum.	7,5
A Haber	6,2
ATV	15,9
CNN Türk	3,0
Fox TV	22,4
Haber Türk	1,7
Halk TV	1,8
Kanal 7	2,1
Kanal D	6,5
NTV	2,2
Show TV	4,9
Star TV	3,7
TRT	12,8
Ulusal Kanal	,5
Diğer kanallar	4,3
Toplam	100,0

Aylık hane geliri	Yüzde
700 TL ve altı	2,6
701 - 1200 TL	6,1
1201 - 2000 TL	41,3
2001 - 3000 TL	25,0
3001 - 5000 TL	18,8
5001 TL ve üstü	6,3
Toplam	100,0

4.2 “Ev”in Fiziksel Özellikleri ve Duygusal Anlamı

Hanede kimlerle yaşıyor	Yüzde
Eşimle	70,3
Çocuklarımla	60,0
Annemle	21,5
Babamla	18,0
Kardeşimle	13,8
Torunumla	3,9
Kayınpederimle	1,2
Kayınvalidemle	2,2
Gelinimle	3,0
Damadımla	,1
Amca/halamla	,3
Dayı/teyzemle	,1
Kuzen/yeğenimle	,6
Bacanak/elti/görümce/kayınbiraderle	,4
Akraba olmayan kişilerle (arkadaş vs.)	2,0
Tek başıma yaşıyorum.	3,8
Diğer	1,1

Hanede 18 yaş altı çocuğu var mı?	Yüzde
18 yaş altı çocuğu var	49,9
18 yaş altı çocuğu yok	50,1
Toplam	100,0

Hanede çocuk sayısı	Yüzde
1 çocuk	24,0
2 çocuk	25,5
3-4 çocuk	15,9
5+ çocuk	3,0
Hanede çocuk yok	31,5
Toplam	100,0

Kaç zamandır bu şehirde/köyde yaşıyorsunuz?	Yüzde
Doğduğumdan beri	47,5
10 yıldan çok	36,1
6 – 10 yıldır	7,5
5 yıl veya daha az	8,9
Toplam	100,0

Daha çok doğduğunuz yeri mi, burayı mı eviniz olarak görüyorsunuz?	Yüzde
Doğduğu yer	49,3
Burası	48,5
Hiçbir yeri	2,2
Toplam	100,0

Kendinizi buraya yerleşmiş sayıyor musunuz?	Yüzde
Evet	88,3
Hayır	11,7
Toplam	100,0

Gelecekte buradan taşınmak ister misiniz?	Yüzde
Evet	38,6
Hayır	61,4
Toplam	100,0

Gelecekte çocuğunuz burada yaşasın ister misiniz?	Yüzde
Evet	65,0
Hayır	35,0
Toplam	100,0

Kaç zamandır bu evde/hanede oturuyorsunuz?	Yüzde
5 yıl veya daha az	30,3
6 – 10 yıldır	21,0
10 yıldan çok	38,0
Doğduğumdan beri	10,7
Toplam	100,0

Oturduğunuz bu evin sahibi misiniz?	Yüzde
Evet, sahibi evde oturan bir aile ferdi.	69,5
Kiracıyız.	30,5
Toplam	100,0

Yaşadığınız eve ait hissediyor musunuz?	Yüzde
Evet	88,2
Hayır	11,8
Toplam	100,0

Yaşadığınız mahalleye ait hissediyor musunuz?	Yüzde
Evet	86,6
Hayır	13,4
Toplam	100,0

Yaşadığınız şehre ait hissediyor musunuz?	Yüzde
Evet	86,6
Hayır	13,4
Toplam	100,0

Herhangi bir sebepten evinizi hiç terk etmek zorunda kaldınız mı?	Yüzde
Evet	15,6
Hayır	84,4
Toplam	100,0

İçinde yaşadığınız hane güvenli bir yer mi?	Yüzde
Evet	93,6
Hayır	6,4
Toplam	100,0

Evinizde beslediğiniz kedi/köpek/kuş vb. gibi evcil hayvan var mı?	Yüzde
Evet	22,7
Hayır	77,3
Toplam	100,0

Yerine size daha güzellerinin alınacağını söylese, hangi eşya(ları)nızdan vazgeçmezsiniz?	Yüzde
Mobilya	5,3
Televizyon	3,9
Aile yadigarları, anısı olan eşyalar	3,2
Yatak, yatak odası odası takımı	3,0
Beyaz eşya	2,5
Çeyiz	2,0
Kitap	2,0
Kişisel eşyalar	1,7
Bilgisayar	1,5
Diğer	1,4
Giyim eşyası, ayakkabı, aksesuar	1,2
Fotoğraflar	1,1
Diğer	7,8
Hiçbir eşyasından vazgeçmez	22,6
Vazgeçmeyeceği eşyası yok	11,1
Cevap yok	30,1
Toplam	100,0

Evi kime emanet edersiniz?	Yüzde
Annem, babam, çocuklarım	78,0
Kardeşim	33,1
Yakın akrabalarım	17,8
Uzak akrabalarım	2,2
Hemşerilerim	2,3
Arkadaşlarım	8,3
Hiç kimseye	9,7

Komşularınızla ne sıklıkla görüşüyorsunuz?	Yüzde
Hiçbir zaman	9,1
Daha nadir	19,7
Birkaç haftada bir	17,7
Haftada 2-3	25,4
Her gün	28,1
Toplam	100,0

Hanenize ne sıklıkla misafir geliyor?	Yüzde
Hiçbir zaman	2,6
Daha nadir	20,5
Birkaç haftada bir	29,5
Haftada 2-3	35,5
Her gün	11,9
Toplam	100,0

İçinde yaşadığı hanenin hatırlattığı kavramlar (ilk 10)	Yüzde
Huzur	17,7
Güven	14,2
Mutluluk	13,6
Sevgi	10,2
Rahatlık	6,8
Dayanışma	4,1
Refah	3,3
Geçim sıkıntısı	3,2
Özgürlük	3,2
Şefkat	2,8

İçinde yaşadığı mahallenin hatırlattığı kavramlar (ilk 10)	Yüzde
Güven	12,6
Huzur	12,0
Mutluluk	7,6
Rahatlık	7,6
Dayanışma	7,3
Sevgi	5,8
Hatıralar	4,2
Refah	4,1
Özgürlük	3,9
Kültür	3,9

İçinde yaşadığı kentin hatırlattığı kavramlar (ilk 10)	Yüzde
Huzur	9,1
Güven	7,7
Mutluluk	6,5
Özgürlük	6,4
Kültür	6,0
Rahatlık	5,8
Sevgi	5,5
Hatıralar	4,5
Refah	4,4
Geçim sıkıntısı	4,2

Arzuladığı haneye dair kavramlar (ilk 10)	Yüzde
Huzur	19,1
Mutluluk	15,7
Güven	12,8
Sevgi	12,6
Refah	7,4
Rahatlık	7,2
Özgürlük	4,8
Şefkat	4,1
Adalet	3,5
Dayanışma	3,5

"Herkes kendi evinde istediğini yapabilmelidir" fikrine ne derece katlıyorsunuz?	Yüzde
Evet yapabilmelidir.	32,6
Yapsın, ama beni rahatsız etmesin.	46,5
Herkesin evinin içinde bile yapamayacağı şeyler var.	21,0
Toplam	100

Hangi durumda komşunuzdan rahatsız olursunuz?	Yüzde
Sürekli misafir geliyorsa, giren çıkan belli değilse	14,5
Gürültü yapıyorsa	48,9
İçki içiyorsa	22,9
Giyimi kuşamı farklıysa	1,0
Pisse, temiz değilse	10,4
Evcil hayvanı varsa	2,2
Toplam	100,0

Bu evde ayakkabılar nerede çıkar?	Yüzde
Kapının önünde	80,5
Kapının içinde	19,5
Toplam	100

Evin duvarında hangileri asılı?	Yüzde
Aile mensuplarının fotoğrafı	61,0
Çerçeveli tablo	37,4
Memleketinizden resim, foto, takvim	18,3
Dua, besmele	49,1
Kâbe'nin resmi	16,9
Hz. Ali'nin resmi	2,8
Atatürk resmi	16,1
Bir siyasi lider fotoğrafı	2,2
Duvar saati	69,9

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.

	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 çarşafla 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
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
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
Sofu:	Dinin tüm gereklerini tam yerine getiren dindar biri
Sünni Müslüman:	Kendi din / mezhebini Sünni Müslüman olarak tanımlayan 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
Çoklu ilişkisellik/mütekabiliyet analizi (ÇMA) *(Multiple Correspondence Analysis)*	Nominal-kategorik veriler arasında bulunan ilişkilerin yapısını ve aralarındaki olası örüntüleri iki boyutlu bir düzlemde göstemeye yarayan bir veri analizi tekniğidir. Mütekabiliyet Analizinin (MA) ikiden fazla değişkenli, büyük veri setlerine uygulanması ihtiyacına karşılık verir. ÇMA, 60'lı yıllarda matematikçi ve dilbilimci Jean-Paul Benzécri'nin çalışmaları ile şekillenmiş, 80'lerde hakkındaki araştırmaların İngilizceye çevrilmeye başlanması ve Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nün makalelerinde bu yönteme yer vermesi ile bu alandaki çalışma ve yayınlar hızla artmıştır.

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

Yerleşim Kodu (Örneklemden 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