

KONDA

Barometresi

TEMALAR

Gündelik Hayatta Mutluluk
Aralık 2012

(Bu rapor abone sözleşmelerimizin gizlilik süreleri dolduktan sonra sözleşmelerdeki ilgili maddelerin KONDA'ya verdiği haklar uyarınca yayınlanmıştır.)

KONDA

ARAŞTIRMA VE DANIŞMANLIK





İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ.....	5
1. AYIN TEMASI: MUTLULUK	6
1.1.Kavramsal Çerçeve	6
1.2.Duygu Hali ve Mutluluk	10
1.3.İnsanları Neler Mutlu Ediyor?	11
1.3.1. En çok mutlu eden olay.....	12
1.4.Mutluluk Ne Renktir?	17
1.5.Nasıl Mutlu Oluyoruz?	20
1.6.Mutluluğun Etkisi.....	21
1.7.Mutluluk ve Demografi.....	22
1.7.1. Takdir edilmek ve sevilme karşısında saygı görmek ve özgürlük ..	22
1.7.2. Ailenin mutluluğu karşısında toplumun mutluluğu	24
1.7.3. Mutluluğu paylaşmak mı, şükretmek mi?	26
1.7.4. En mutlu olay olarak genel ruh hali ve başarı	28
1.7.5. Evlenmek huzur getiriyor, dul kalmak üzüyor.....	30
1.7.6. Çocuk sayısı ve mutluluk.....	31
1.7.7. Para mutluluk getiriyor!.....	33
1.8.Yorum	34
2. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ.....	37
2.1.Araştırmanın Genel Tanımı	37
2.2.Örneklem.....	37
3. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI	39
3.1.Deneklerin Profili	39
3.2.Gündelik Hayatta Mutluluk	45





YÖNETİCİ ÖZETİ

ARAŞTIRMANIN TANIMI

Bu rapora esas olan araştırma, 8 – 9 Aralık 2012 tarihlerinde, 28 ilin merkez dâhil 101 ilçesine bağlı 150 mahalle ve köyünde 2511 kişiyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

KONDA Araştırma 2010 yılından beri her ay düzenli olarak BAROMETRE adı altında siyasal ve toplumsal araştırmalar serisi gerçekleştirmektedir. Her BAROMETRE araştırmasında düzenli olarak sorduğumuz standart soruların yanı sıra toplumun algı ve beklentilerini ölçmek için o ayın anketine özgü bir tema çerçevesinde sorular da sorulmaktadır. Konda Aralık'12 Barometresi kapsamında yer alan 'Günelik Hayatta Mutluluk' temasına ilişkin bu raporu abonelerimizle yaptığımız sözleşmelere uygun olarak kamuoyuyla paylaşıyoruz.

AYIN TEMASI: GÜNDELİK HAYATTA MUTLULUK

Türkiye'de her on kişiden dördünün **hayatta en mutlu olduğu olay**, evlenmek, ailede bir doğum, çocuklarının mürüvvetini görmek gibi aile dair bir **geçiş dönemi**. On kişiden ikisi ise genel olarak ailenin varlığıyla, getirdiği huzurla mutlu olmuş. Okul kazanmak, iş kurmak veya emekli olmak gibi bireysel başarılar ise daha geri planda.

Her biri toplumun çoğunluğunu mutlu etse de, büyükler tarafından takdir görmek daha dini referanslı, herkes tarafından sevmek daha geleneksel, kişinin kararlarına saygı duyulması ve hayatlarına karışılmaması ise daha “modern”, daha genç kesimlerce özgürlük talebi olarak dillendirilen mutluluk kaynakları. Aileyle ilgili ve toplumsal durumlar arasındaysa, daha genç, daha eğitilmiş ve daha “modern” kesimler toplumda huzurun egemen olması ve adaletin bağımsız olarak işlemesi gibi toplumsal olaylar mutluluk kaynağı olarak tercih ediliyor. Hayırlı evlat olmak veya yetiştirmek ve ailenin mutlu olduğunu bilmek ise, hem daha dindar hem de evkadınları gibi odağı aile olan kümeler arasında daha önemli hale geliyor.

Bu topluma göre **mutluluğu en iyi ifade eden renk, beyaz** ama insanlar mutluluğa siyah bile dahil çok farklı farklı renkler atfetmiş. Beyazı, kırmızı, mavi ve yeşil takip ediyor. Mavinin bekar, eğitilmiş, özel sektör çalışanı gibi bazı kümelerde ağırlık kazanıyor.

İnsanlar mutlu olduklarında en çok bu **mutluluğu paylaşıyorlar veya şükredip ibadet ediyorlar**. Ailenin bu denli önemli olduğu toplumda paylaşmak, dinin bu denli önemli olduğu toplumda ibadet şaşırtıcı değil. Ancak daha eğitilmiş, daha modern kesimlerin mutluluklarını diğer kesimlere kıyasla daha fazla paylaşmasından anlıyoruz ki paylaşma aileyle değil, daha toplumsal bir bakış açısına sahip olmakla ilişkili. Bu toplumun mutluluğunu davranışla bir şekilde ifade ettiğini rahatlıkla söyleyebilirsek de, her beş kişiden biri mutlu olduğu zaman farklı bir şey yapmadığını söylüyor.

Mutlulukla medeni durum arasındaki ilişki çarpıcı: Bekarlar en çok bir başarı olayına, evli olanlar evlilik ve doğum gibi geçiş dönemlerine, dullar ise genel ruh hallerine mutlu



olmuşlar. **Çocuk sayısı da** insanların neye ve nasıl mutlu olduklarını etkiliyor. Son olarak, bu toplumda—henüz—**paranın mutluluk getirdiği** anlaşılıyor.

1. AYIN TEMASI: MUTLULUK

1.1. Kavramsal Çerçeve

Yard. Doç. Dr. **Sevda Numanbayraktaroğlu / Yeditepe Üniversitesi**

Darwin'in psikolojiye en büyük katkısı duygu durumlarının evrimsel kökenlerini ele aldığı "İnsan ve Hayvanlarda Duyguların Dışa Vurumu" adlı kitaptır. Bu araştırmaya göre, duygular organizmanın hayatta kalma şansını artıran davranış biçimleridir. Duyguların gerek yüz mimikleri gerekse vücut hareketleriyle dışa vurumu, çevredekilere organizmanın niyetini belli ederek, korunmasına ve hayatta kalmasına katkıda bulunur. Mesela korku ve öfke duyguları, organizmayı kaçmaya ya da savaşmaya hazırlayan mekanizmalardır. Organizmanın içinde bulunduğu ortamın dayattığı şartlara uygun tepki verebilmesi için gereklidirler ve bu fonksiyonlarından dolayı evrimsel sürecin ürünüdürler. Dahası Darwin, o zamana kadar insanlara has diye düşünülmüş olan duyguların, insanlar ya da hayvanlar diye ayırt etmeden, tüm canlıların ortak karakteristikleri olduklarını savunur. Kısaca Darwin'e göre duygular evrensel, sosyal tarihten ve kültürden bağımsız, evrensel olarak var olan fizyolojik tepkilerdir.

Darwin'in bu yaklaşımı, ardından gelen birçok bilim insanının duyguları ele alışını etkilemiştir. Psikoloji biliminin babalarından sayılan William James'e göre, duygular, dışarıdan gelen etmenlerin duyuları uyarması sonucu ortaya çıkan "yan ürünlerdir." James'e göre, bir ayıyla karşılaştığımızda kaçmamızın sebebi korkumuz değildir. Aksine kaçtığımız için korkarız. Ayıyla karşılaşma otomatik bir fizyolojik ve davranışsal tepkiler yumağını harekete geçirir (hızlanmış kalp atışı, artan adrenalin seviyesi, kaçma vs.) ve bu fizyolojik değişim organizma tarafından korku olarak deneyimlenir. Bu bakış açısından organizmayı, çevresiyle uyumlu davranışlara motive eden duygular fizyolojik tepkilerin tetikleyicisi değildirler. Aksine fizyolojik bileşenlerinden ayrılamazlar, bilinçdışı meydana gelirler ve kalıtsaldırlar.

Duyguların bu şekilde tanımlanması üzerine, psikologlar, psikanalistler, psikiyatristler ve biyolojik antropologlar evrensel olan temel duyguları bulmak üzere yola koyulmuşlardır. Bu çalışmaların en önemlilerinden biri Ekman'ın duyguları öncelikli olarak organizmalar arası (insan-insan ya da insan-hayvan) karşılaşmalarında organizmayı eyleme geçirecek etki olarak gören kültürlerarası çalışmasıdır. Bu çalışma ışığında dokuz temel duygu olduğu sonucuna varmıştır: mutluluk, sürpriz, korku, öfke, iğrenme, üzüntü, ilgi, utanç ve aşağılama\nefret. Ekman'a göre bu temel duyguların her birini ifade eden yüz mimikleri, bu duygularla ilintili fizyolojik değişiklikler ve duyguların ortaya çıkmasına sebep olan etmenlerin çoğu evrenseldir.



Ancak bu bulgular ve kavramsallaştırmalar, kültürün duygular üzerinde hiç bir etkisi olmadığı anlamına gelmiyor. 1980'lerde kültürün duygu durumları üzerindeki etkilerini ortaya koyan birçok çalışma yapılmıştır. Öncelikle duyguların ifadesi, hangi bağlamlarda, kimlerle paylaşılabilirliğine dair kültürel normlar tarafından yeniden biçimlenebilir. Ayrıca kültürel değerler, duygularla ve bu duyguların ortaya çıkmasına sebep olan etmenlerle nasıl başa çıkılacağını da belirler. Yemek masasında çocuğunuz sizi öfkeliendirdiğinde, tokadı mı basacaksınız, yoksa masadan sessizce ayrılp, odasına gitmesini mi isteyeceksiniz? Tepkiniz, hangi kültürde yetiştiğinize, "benlik" algınıza ve ahlaki değerlerinize bağlı olarak değişir.

Modern antropolojinin önemli figürlerinden olan Geertz, 1960'larda Hindistan'da Balinese kültüründe yetişenlerin temel duygular diye anılan duyguların birçoğuna sahip olmadığını ileri sürmüştür. Geertz'a göre, Balinese'ler yakınları öldüğü zaman üzülmeyip, yüzlerinde bir gülümsemeyle, cenaze töreni kapsamında yapılması gerekenleri yapmaya devam etmektedirler. Wikan 1990'da yaptığı çalışmada, Geertz'ın argümanını eleştirmiş ve dışa vurulmasa dahi Balili insanların nazik gülümsemelerinin ardında, güçlü duyguların var olduğunu göstermiştir. Briggs de önce Inuit kültüründe öfke olmadığını savunmuş ama bu uç tutumunu sonradan değiştirmiş ve öfkenin sıkı bir kontrol altında tutulduğunu, insanlara karşı ifade bulmasa da, hayvanlara yönelik olduğunda, vahşice patlamalara sebep olabildiğini savunmuştur. Tartışmalardan görünen odur ki farklı kültürler, duygularla farklı şekillerde başa çıkmaktadırlar. Bununla beraber, kültürel normlar ile kontrol altında tutuluyor olması, kültürün duyguların sadece dışa vurumu üzerinde bir etkisi olduğu anlamına gelmez. Aksine Balilerin ve Mısırlıların inandığı gibi, benlik sıkı bir kontrolle yeniden yapılandırılabilir. Yani zaman içerisinde duyguların dışa vuruluşundaki kontrol, duyguların kendisinde de farklılaşmalar yaratabilir.

Sosyologlar ve antropologlar tarafından yürütülen çalışmalar genellikle sosyal yapı için tehlikeli birer "doğal güç" olarak benimsenen duyguları ritüellerin nasıl kontrol altına tuttuğu; bazı duyguların (mesela utanç, minnet) var olan sosyal yapıyı nasıl desteklediği; duyguların ifade edilme şekillerinin sınıf, nesil veya cinsiyete göre nasıl farklılaştığı; ve kültürlere has spesifik duygular üzerine yoğunlaşmıştır. Bunların yanı sıra, temel duyguların evrenselliğini sorgulayan çalışmalar da vardır. Lutz'ın bir çalışması göstermiştir ki Batı'da var olan duygu ve düşünce dikotomisi, her kültürde mevcut değildir. Bu çalışmalar, duyguların, düşünceden ayrı, bireye özel, doğal birer güç olarak araştırılmalarının, aslen Avrupa ve Kuzey Amerika kültürlerine ait dikotomilere (birey ve toplum; duygu ve düşünce; beden ve akıl gibi) dayandığını ve dolayısı ile bu çalışmaların ürettikleri bilginin tarafsız, evrensel olmadığını ortaya sermiştir.

Benzer bir eleştiri, temel evrensel duyguların varlığına karşı çıkmayan araştırmacılar tarafından da dile getirilmiştir. Mesela Wierzbicka, diller arası çalışmalarıyla, evrensel olduğu savunulan duyguların aslen İngilizce dilindeki ve kültüründeki duygulara dair ayrımları yansıttığını, temel duyguların dil karşılıklarının her dilde olmadığını (mesela Lehçede 'iğrenmeye' tam olarak denk düşen kelime yoktur; 'üzüntü' her dilde var olan evrensel bir kavram değildir) göstermiştir. Bununla da kalmamış, 'duygu' kavramının bile her dilde var olmadığını ispatlamıştır.



Bu uyarılar ışığında yola çıkan kültürel psikoloji araştırmaları, duyguların ahlaki dünya ve benlik algısı ile yakından ilişkili olduğunun altını çizmiş ve duyguları kültürel bağlam içerisinde çalışmışlardır. Bu araştırmalar evrensel olarak kabul edilen duyguların kültürden kültüre farklılıklar gösterdiklerinin ortaya koymuştur. Mesela bir araştırma, Tibetlilerin *lung lang* (kabaca öfke) ile Amerikalıların *anger* (kabaca öfke) olarak isimlendirdikleri duyguları karşılaştırmış ve bu iki duygu durumunun farklı deneyimlendiklerini göstermiştir. Mesela Budist Tibet'te *lung lang* her haliyle kötü bir duygu durumu olarak kabul edilirken, Amerikalılar *anger*'in yapıcı etkileri de olabileceğine inanıyorlar. Tibetlilerin öfkeleri, öfke yaratan durum ortadan kalkınca yok olurken, Amerikalıların öfkeleri durum ortadan kalksa dahi devam edebiliyor. Ayrıca bu iki kültürde hangi tür olayların öfkeye sebep olduğu ve öfkenin nasıl kontrol edildiği ve ortaya konuğu arasındaki farklar da cabası.

Kültür ve duygular arasındaki bağı çalışan bir başka çalışmada Amerikan ve Japon lisans öğrencilerinin kendilerini iyi hissetmelerine sebep olan durumlar araştırılmıştır. Sonuçlar göstermiş ki Amerikalıların kendilerini iyi hissettikleri zamanlar, birey olarak kendilerinin farklılığını ortaya koydukları, yeteneklerini sergiledikleri zamanlarken, Japonlar için kendini iyi hissetme bir grubun parçası olduğunu hissetme ve grup içi uyumun devamının sağlanmasına katkıda bulunmayla ilgilidir.

Duygular üzerine yürütölen çalışmalar bize, duyguların ancak kültürel bağlam ve bu bağlamın yarattığı moral yapı içerisinde çalışılırsa tam olarak anlaşılabileceğini gösteriyor. Bu ahlaki yapı cinsiyet, etnik köken, yaş gibi sosyal değişkenlerin oluşturduğu gruplar arasında farklılaştığına göre, duygu çalışmalarında bu değişkenlerin kaale alınması gerekliliğini hatırlatıyor. Öte yandan duyguların evrenselliğine vurgu yapan çalışmalar ise duyguların fizyolojik temellerinin altını çiziyor. Birlikte ele alındığında bu çalışmalardan ortaya şu sonuç çıkıyor: duygular farklı bileşenlerden oluşan birer bütün olarak çalışılmalıdır. Bu kültürel bağlam ve ahlaki yapı ile ilişki içerisinde çalışılması gereken duygu bileşenleri şöyle özetlenebilir:

- Somatik yönü (yorgunluk, kalp çarpıntısı, tüylerin dikilmesi, mide bulantısı)
- Psikolojik yönü (panik, boşluk hissi)
- Duygunun dışa vuruluş biçimi (vücut dili, ses ve yüz mimikleri)
- Duygunun ortaya çıkmasına sebep olan durumlar (ölüm, başarı, evlilik)
- Bu durumların kişiye dair sonuçları (kayıp, kazanç, tehdit) ve sosyal olarak nasıl değerlendirildikleri (başarı, iyilik, hastalık)
- Duygu durumu ile başa çıkmak için yapılanlar

Türkiye'de toplumun duygularına dair bir araştırma, hangi durumların duyguların ortaya çıkmasına yol açtığı, insanların fiziksel ve psikolojik tepkilerinin neler olduğu ve bu duygularla başa çıkmak için neler yapıldığı ortaya koyabilir. Bu kültürün duygular üzerinde nasıl bir etkisi olduğu konusunda bir fikir edinebilirsek, toplumun gerek kendi hayatlarındaki olaylara, gündelik olaylara, gerekse de siyasi olaylara nasıl ve neden tepki verdiklerini anlayabiliriz. Ayrıca, toplumun farklı kesimlerinin hangi olaylara tepki verdikleri, verdikleri bu tepkiler, duygu halleri bazen şaşırtıcı ve



anlaşılmaz gelebilir ve olaylara değil duygularına, tepkilerine odaklanarak durumu daha iyi anlayabiliriz.

Türkiye'nin bu kültüre has duygu bileşenlerini incelemek amacıyla, dokuz temel duygu arasından üzüntü Ekim'12 Barometresi'nde, mutluluk da Aralık'12 Barometresi'nde örnek olarak ele alınmış ve toplumda hangi olayların üzüntü veya mutluluk kaynağı olduğu, üzüntünün ve mutluluğun nasıl değerlendirildiği ve üzüntü ile hangi yöntemlerle başa çıkıldığı, mutluluğun nasıl yaşandığı etraflıca incelenmiştir.



1.2. Duygu Hali ve Mutluluk

Bu ayki Gündelik Hayatta Mutluluk temasıyla ilgili soru grubunda görüştüğümüz kişilere ilk olarak nasıl hissettiklerini sorduk ve o günkü duygu durumlarını tanımlamalarını istedik. İnsanların o günkü ruh halini tek bir duygu hali yansıtmayabileceği için, iki duygu durumunu birden aynı anda seçebileceklerini söyledik. İnsanlar en fazla “huzurlu”, “rahat” ve “mutlu” hissettiklerini, yani olumlu duygular içinde olduklarını söylediler. Kaygılı ve sıkıntılı tanımları ise, her üç kişiden birinin tercihi olsa da, daha az söylendi. En az geçerli olan duygu durumu ise “üzgün” oldu.

Bugünkü genel duygu durumunuz	Yüzde
Üzgün	10,5
Kaygılı	32,4
Sıkıntılı	31,9
Huzurlu	44,9
Rahat	38,1
Mutlu	32,9

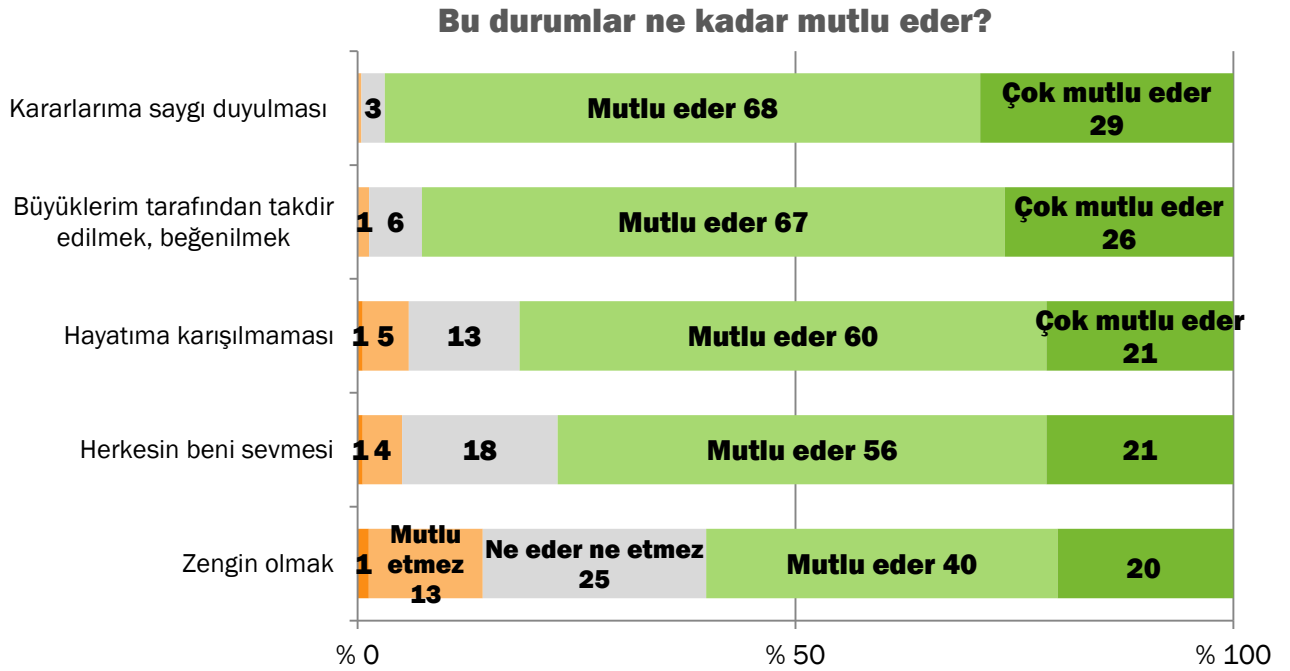
Bu soruyu göre toplumdaki her üç kişiden biri o günkü halini “mutlu” olarak tanımlıyor. Bu durum, mutluluğun bu toplum için uzak, erişmeye çalışıp da erişemediği bir kavram olmadığını gösteriyor. Nitekim, Ocak’12 Barometresi bulgusuna göre, sadece mutluluk kavramı ele alınıp genel hayat şartları bakımından ne kadar mutlu hissettikleri sorulduğunda, her beş kişinin üçü mutlu veya çok mutlu olduğunu söylemişti.

Peki mutlu olmak nasıl bir duygu hali? İnsanlar nelere mutlu oluyor? Hayatlarında en çok hangi olaya mutlu olmuşlar? Mutlu olunca ne yapıyorlar, bu duygularını nasıl ifade ediyorlar? Mutlu olmanın fiziksel veya psikolojik bir etkisi olduğuna inanıyorlar mı? Mutluluğun kalıcı olabileceğine inanıyorlar mı? Mutluluk deyince akıllarına hangi renk geliyor? Bu konulara bakış, toplumun hangi kesimine ait olduğuna göre değişiyor mu? Bu ayın teması, bu sorulara cevap aramayı ve nihayetinde bütün bu konulara dair ortaya çıkarılabilecek bulguların, bize toplumu daha iyi tanımaya yönelik ne tür bilgiler verebileceğini incelemeyi hedefliyor.



1.3. İnsanları Neler Mutlu Ediyor?

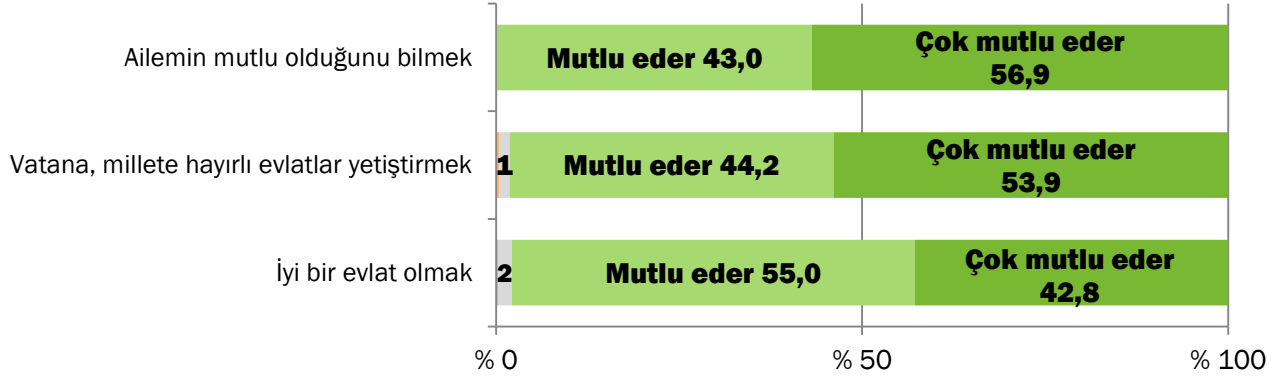
Saygı görmek, sevilme, zengin olmak, özgür olmak... Bu kavramlarla ilgili olarak “bunlar beni mutlu etmez” demek zor görünüyor. Bu ayki araştırmada bu kavramları sorduğumuzda da böyle oldu. Toplumun çoğunluğu bunların mutlu edeceğini söylüyor. “Kararlarım saygı duyulması” (yüzde 97) ve “büyüklerim tarafından takdir edilmek ve beğenilmek” (yüzde 93) ilk iki sırada gelenler. “Hayatıma karışılmaması” (yüzde 81) ve “herkesin beni sevmesi” (yüzde 77) her beş kişiden dördünü mutlu veya çok mutlu ediyor. “Zengin olmak” (yüzde 60) ise bu sıralamada en sonda. Yani toplum için saygı, sevgi ve özgürlük, paranın önüne geçiyor.



Bu sorular esasen bireyle toplum arasında olan ilişkiyle ilgili. Birey olarak değil de bir ailenin mensubu olarak mutlu eden şeyler sorulduğunda, tablo biraz değişiyor. Aile ile ilgili sorulan konuların hepsi, yani kişinin ailesinin mutlu olduğunu bilmesi; vatana, millete hayırlı evlatlar yetiştirmek ve iyi evlat olmak istisnasız herkes için mutluluk kaynağı. Üstelik biraz ayrıntılı olarak bakıldığında, evli veya çocuk sahibi olup olmamak, yaş gibi etkenlerin de hiçbir fark yaratmadığı görülüyor.



Bu durumlar ne kadar mutlu eder?



Araştırma tekniği açısından, ilk bakışta herkesin aynı yönde cevap vermesinden dolayı, soruların ayrıştırıcı ve analizde işe yarar bulgular üretmeye katkısı olmadığı izlenimi doğuyor. Halbu ki bu sorularda herkesin aynı yönde cevaplar vermiş olması aslında temayla ilgili çok can alıcı bir noktaya işaret ediyor: Temanın kavramsal çerçevesindeki duygular ve mutluluk kavramı bireysel değerler üzerine kurulu ama bu toplumdaki değerler esasen aile temelli. Değerlerin neden aile temelli olduğunu savunduğumuzu daha sonraki bölümlerde ele alacağız. Ancak şu noktada kavram çerçevesine dönelim. Her ne kadar duygularla ilgili literatürde kültürler arası karşılaştırmalar ve farklar özellikle vurgulanıyor olsa da, bu alandaki kavramları bireyselliğe önem veren Batı kültüründeki akademisyenler ortaya koyuyor. Böyle olunca, bu temanın kavramsal çerçevesinde de aslında şu şekilde bir varsayım var: İnsanların tatmini, mutluluğu, birey olarak değer verdikleri konulara göre şekillendiğine göre, toplumun bazı kesimleri aileye daha çok, diğer bazı kesimleri daha az değer veriyor, mutluluk kaynağı olarak görüyor olabilir. Araştırma bu varsayımın doğru olmadığını gösteriyor.

1.3.1. En çok mutlu eden olay

Mutluluk kaynağı olarak aileye dair soruların ayrıştırıcı özelliğinin neden bulunmadığını ise en bariz olarak gösteren ise, basit bir soru oldu: “Hayatınızda sizi en çok mutlu eden olay neydi?”

Bu soruya farklı, farklı cevaplar geldi. İlk aşamada benzer cevapları bir araya topladığımızda, belli başlı 4-5 kategori ortaya çıkarmak oldukça zor oldu ancak bazı temalar ön plana çıktı. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi, cevaplar çocuk, evlilik, aile, kariyer, üniversite kazanmak gibi olaylarda yoğunlaşıyor. İnsanlar hayatta en çok aileleri etrafındaki günlük olaylara mutlu olmuşlar. Ev veya araba almak gibi birşeye sahip oldukları, ekonomik kazanım olarak adlandırabileceğimiz anlar, ilk soru grubunda zenginliğin olduğu gibi oldukça geri planda.



Hayatınızda sizi en çok mutlu eden olay neydi?	Yüzde
Çocuk doğması	16,2
Çocuklar	8,0
Evlilik	7,0
Kariyerde ilerleme	5,8
Aile	5,4
Çocuğun başarısı	3,9
Ekonomik kazanım	3,2
Sağlık	3,0
Üniversite kazanmak	2,7
Torun	2,5
Aşk	2,4
Huzur	2,0
Çocuğun evlenmesi	1,8
Emekli olmak	,9
Askerlikten dönmek	,7
Yaşamak	,7
Çevreden onay	,4
Diğer	8,7
Yok	7,3
Cevap yok	17,2
Toplam	100,0

Verilen cevaplara hızla bakıldığında, neden istisnasız herkesin aileyle ilgili konularda mutlu olduğunu söylediği anlaşılıyor. İnsanların hayatlarındaki en mutlu olaylar ağırlıklı olarak evlilik, çocuk, torun gibi ailenin varlığına dair olay ve durumlar. Bu araştırmanın bulguları, bu toplumda mutluluğun ağırlıklı olarak bireysel değil de aileye dayalı olduğuna işaret ettiğine göre, bu sorunun cevaplarındaki kategorilendirmeyi de bu ayrıma göre yapmak mantıklıydı. Cevaplar bu sefer aileye dair olay, bireysel olay ve toplumsal olay olarak ayrıldı.

Aile kategorisinde çocuk, evlilik, çocuğun başarısı gibi cevapların yanısıra, “abimin öğretmen olması”, “kocamın muhtar olması”, “ailemin depremden kurtulması”, “ev sahibi olmamız”, “torununun üniversiteyi kazanması” gibi aileyi ilgilendiren tüm cevaplar dahil edildi. Bireysel kategorisinde ise kişinin kendi bireysel hayatına dair olaylar ve başarılar yer alıyor. Oran olarak oldukça düşük olan “toplumsal” kategorisi, partisinin seçim kazanması, takımın şampiyon olması, veya “devlete hizmet etmiş olmak”, “öğrencilerim” gibi ailenin bir adım ötesindeki toplumsal olay ve durumlardan oluşuyor. Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, soruya cevap vermeyenler hesap dışı



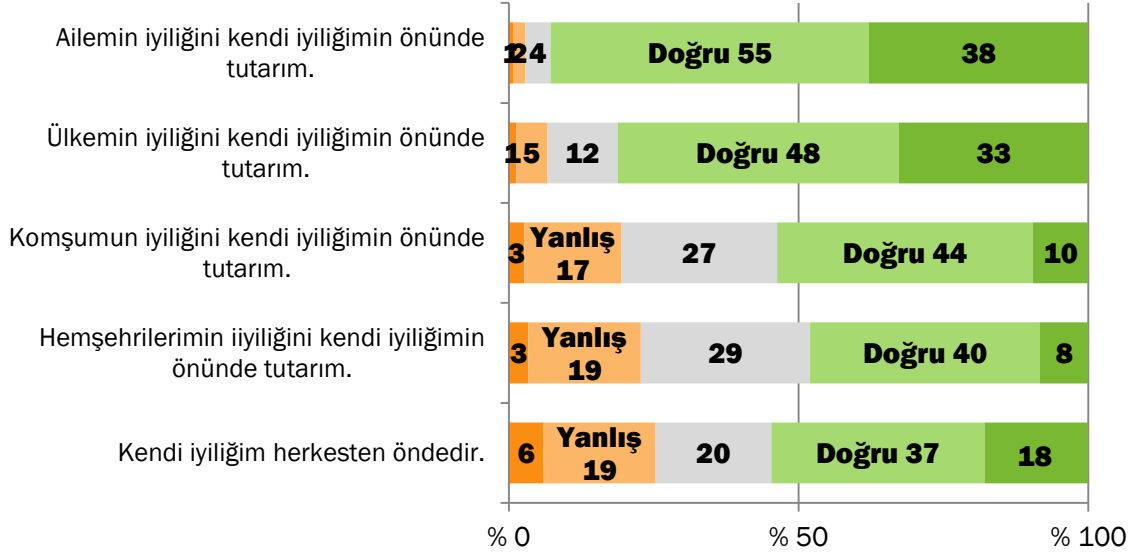
birakıldığında, üç kişiden birinin hayatta en mutlu olduğu olayın ailesiyle ilgili bir şey olduğu anlaşılıyor. Mutluluğu incelerken, aileyi görmezden gelmek imkansız.

En mutlu eden olay	Yüzde	Yüzde (Cevapsızlar hariç)
Aile	48,7	65,0
Bireysel	24,1	32,1
Toplumsal	2,2	2,9
Cevap yok	25,0	-
Toplam	100,0	100,0

KONDA Araştırmalarında Aile

KONDA'nın önceki araştırmaları da bu toplum için ailenin çok önemli olduğunu gösteriyor. Örneğin 2008'de yapılan "Biz Kimiz? Yaşam Tarzları" araştırmasında bireysellik – çoğulculuk değerlerine dair sorulan soru grubundan, insanlar için ailelerinin iyiliğinin en ön planda olduğu, sadece kendi iyiliklerinin değil, ülkenin, komşularının veya hemşehrilerinin de önüne geçtiği anlaşılıyor.

Bireysellik - Çoğulculuk Değerleri (Yaşam Tarzları 2008)



Kaynak: Biz Kimiz? Yaşam Tarzları Araştırması, Nisan 2008, 6481 denek

Bu yılın başında yapılan Ocak'12 Barometresi'ndeki Türkiye Aile Yapısı temasında da toplum için ailenin önemini şu şekilde vurgulamıştık: "Ailenin kentli gündelik pratikleri beraber yapmıyor olması, aile bireylerinin bireyselleşmiş olduğunun göstergesi değil. Aile ilişkilerinde karşılıklı sorumluluklara, yani büyüklerin torunlara bakmasına, çocukların yaşlılıkta ebeveynine bakmasına toplumun çoğunluğu tarafından önem veriliyor. Büyüklere saygıyı temsil eden bacak bacak üstüne atmamak gibi davranışların toplumun çoğunluğu tarafından bekleniyor olması da, bireysellikten ziyade aileye verilen öneme işaret ediyor."



En mutlu eden olayları bir de farklı bir şekilde kategorize ettik. Cevapları incelediğimizde gördük ki bazı insanlar belli bir olayın değil, genel durumlarının kendilerini mutlu ettiğini söylüyorlar. Birçok olay da bir şeye kavuşma, elde etme, başarma anları değil, insanların hayatlarındaki doğum, evlilik, çocukların mürüvvetini görmek gibi bir evreden diğer bir evreye geçişi sembolize eden önemli olaylar.

En mutlu eden olay	Yüzde	Yüzde (Cevapsızlar hariç)
Geçiş dönemleri	34,0	45,3
Genel ruh hali	20,4	27,2
Başarı / hayatta ilerleme	15,4	20,5
Badire atlatmak	2,9	3,9
Diğer	2,8	3,7
Mutlu eden olay yok	7,3	-
Cevap yok	17,2	-
Toplam	100,0	100,0

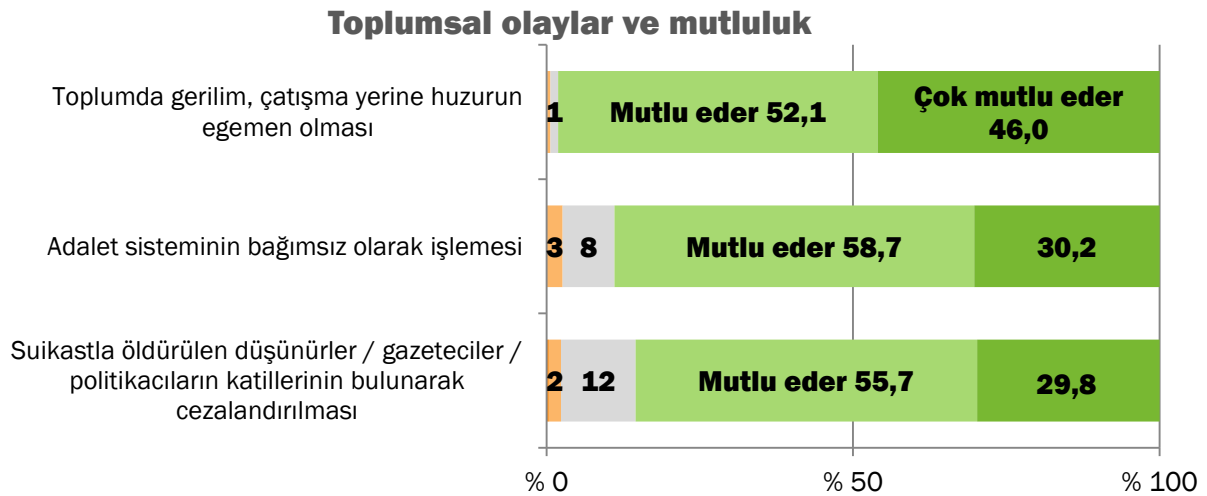
Yine cevap vermeyenleri hesap dışında bıraktığımızda görüyoruz ki, toplumun neredeyse yarısı hayatları boyunca en çok geçiş dönemi (*rites of passage*) olarak da adlandırılan önemli olaylara mutlu olmuş. Çocukların varlığı, huzurlu olmak gibi genel ruh haliyle mutlu olmak da yaygın. İş hayatında ilerleme, üniversite kazanmak, KPSS'den iyi not almak, atanmak, kendi işini kurmak gibi başarı olayları, bunların gerisinde kalıyor. Badire atlatmak kategorisi ise, kazadan kurtulmak, askerden dönmek, biriyle barışmak, aileden birinin sağlığına kavuşması gibi durumlardan oluşuyor.



Mutlu eden olay türü	Mutlu eden olay (aile / bireysel / toplumsal)			
	Aile	Bireysel	Toplumsal	Toplam
Geçiş dönemleri	40	6	0	45
Genel ruh hali	18	9	0	27
Başarı / hayatta ilerleme	5	14	1	21
Badire atlatmak	2	2	0	4
Diğer	0	2	1	3
Toplam	65	32	3	100

Şimdi en mutlu eden olayın hem kimi ilgilendirdiğine hem de ne tür bir olay olduğuna beraber bakalım. Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi, bu toplumda insanları en mutlu eden olaylar ailedeki geçiş dönemleri. Her yüz kişinin 40'ı hayatta en çok aileyi ilgilendiren geçiş dönemi olaylarına, 18'i ise genel olarak aileyle ilgili sahip olduğu ruh halinden dolayı mutlu olmuş.

“En mutlu eden olay” sorusunda, toplumsal olaylar geri planda kalsa da, araştırmada toplumu ilgilendiren durumlara dair sorulan üç örnekte de insanlar mutlu olacaklarını belirtiyor. Toplumda gerilim, çatışma yerine huzurun egemen olması da, adalet sisteminin bağımsız olarak işlemesi de, suikastla öldürülenlerin katillerinin bulunarak cezalandırılması da insanların büyük çoğunluğunu mutlu veya “çok mutlu” ediyor. Ancak burada ilginç olan, yine mutlu etme oranlarındaki sıralama: Huzurun egemen olması için istisnasız herkes “mutlu eder” derken, bu huzuru tesis etmenin ön koşulu olarak sayılabilecek olan bağımsız adalet mekanizması ve toplumsal vicdanın rahatlatılması sözkonusu olunca “Evet ama...” niteliğinde, düşük oranlarda da olsa, itirazlar beliriyor. Demografik kümelerle göre bir inceleme, bu son iki cümleye verilen tepkilerin güncel siyasi konjonktüre göre ve kısmen siyasi kutuplaşma etkisinde şekillendiğini gösteriyor.





1.4. Mutluluk Ne Renktir?

Renklerin insan davranışları ve duyguları üzerinde belirleyici etkisi olduğu gözlemleniyor ve bu konuda bilimsel çalışmalar yapılıyor. Renklerle insan davranışları arasındaki ilişkileri inceleyen renk psikolojisi çalışmaları, renklerle duygular arasındaki ilişkinin şekillenmesi ve tanımlanmasında bireyin içinde yaşadığı toplumun kültürünün ve alışkanlıklarının bu ilişkilerdeki en önemli belirleyiciler olduğunu ortaya koyuyor. Bireylerin, renklere yükledikleri anlamlar kültürden kültüre farklılık gösteriyor. Buna dair verilebilecek en iyi örnekler siyah ve beyaz renkleridir. Batı toplumlarında siyah yas ve ölümlerle özdeşleştirilirken, Çin’de ölüm beyazla özdeşleştiriliyor.

Araştırmacılar, bireylerin duygularının sürekli değişim içinde olması ve her rengin bireylerin üzerinde farklı etkisi olması sebebiyle, renklerin insanlar üzerindeki psikolojik etkileri ile ilgili araştırma ve çıkarım yapmanın zor olduğunu belirtiyorlar. Bireylerin renklere yüklediği anlamlar, bireylerin kişisel tercihlerine ve renklerle olan geçmiş tecrübelerine göre farklılık göstermektedir. Örnek olarak, bir araştırmada bazı denekler siyahı “güç” ve “spor arabalar” ile ilişkilendirirken, bazıları “moda” ve “giyim”, bazıları da “hüzün” ve “ölüm” ile özdeşleştirmiştir.

Bütün bu farklılıklara rağmen dünya çapında yapılan birçok araştırmada insanların bazı durumlarda bazı renklere karşı ortak tepkiler geliştirdiği de tespit edilmiştir. Örnek olarak, pembe boyanan bir hapisanede mahkumların şiddet eğiliminin azaldığını, yeşile boyanan bir köprünün intihar oranlarını düşürdüğünü, duvarları mavi olan okullarda çocukların daha az yaramazlık yaptığını gösteren türde ilginç çalışmalar yapılmıştır.

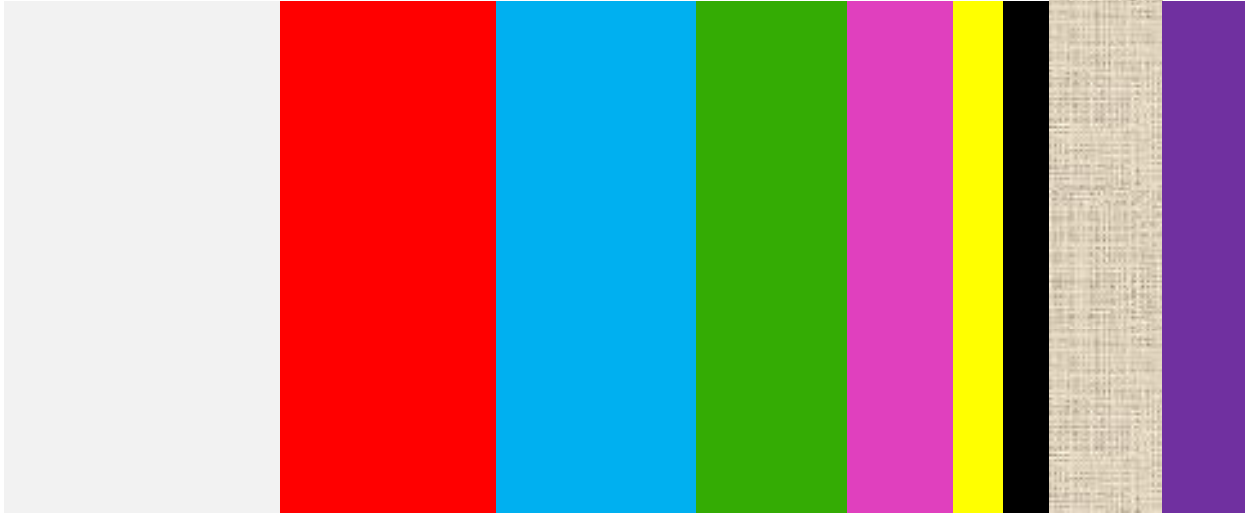
Aralık ayı anketinde, mutluluğa dair insanların değerlendirmelerini almaya yönelik bir diğer soruda mutluluğun rengi soruldu. “Sizce mutluluğu en iyi ifade eden, gösteren bir renk var mı? Hangisidir sizce?” şeklindeki soruya verilen cevaplar içinde en çok söylenen renk yüzde 19 oranında beyaz olmuştur. Aralarında büyük oranda bir fark olmamakla beraber, beyazı yüzde 15 ile kırmızı, ardından da yüzde 14 ile mavi takip etmektedir. “Mutluluğun rengi yoktur” diyen de yüzde 5’lik bir grup bulunmaktadır. Kültürle ilgili bir tespit yapmak gerekiyorsa, bu toplumun mutluluğun rengi olarak beyazı diğer renkler içinden öne çıkardığını söyleyebiliriz. Büyük markaların iletişimlerinde sıklıkla kullandığı ve genellikle mutlulukla özdeşleştirdiği kırmızı ve yapılan birçok araştırmada sükunet, saygı ve memnuniyetle özdeşleştiği ortaya çıkan mavi de beyazı izlemektedirler. Ekim ayındaki araştırmamızda üzüntünün rengi olarak belirgin bir biçimde öne çıkan siyahın yüzde 3 oranında mutluluğun rengi olarak tanımlanmış olması da ilginç bir bulgu olarak öne çıkıyor.



Mutluluğu en iyi ifade eden renk	Yüzde
Beyaz	19,0
Kırmızı	14,9
Mavi	13,8
Yeşil	10,4
Pembe	7,3
Sarı	3,4
Siyah	3,2
Diğer renkler	7,8
Diğer	,6
Rengi yok	5,1
Cevap yok	14,5
Toplam	100,0

Görüşülen kişilerin söyledikleri renkler, mutluluk için söylenen renkleri gözünüzde canlandırabilmeniz için, yüzdelerine orantılı olarak aşağıda bir tayf olarak gösteriliyor.

Mutluluğu en iyi ifade eden renk



■ Beyaz ■ Kırmızı ■ Mavi ■ Yeşil ■ Pembe ■ Sarı ■ Siyah ■ Diğer



Homojen olmadığı bilinen Türkiye toplumunun mutluluğa farklı renkler atıyor olması, sadece toplumun homojen olmadığına dair bir ipucu teşkil etmesi açısından değil, toplumda kimlerin hangi oranlarda hangi renkleri söylediği üzerinden bazı toplumsal tespitler yapılabilmesi açısından da önem taşıyor.

Türkiye geneline bakıldığında, beyaz mutluluğun rengi olarak öne çıkıyor. Beyaz tercihinin olan eğilime baktığımızda eğitim seviyesi azaldıkça ve muhafazakarlık arttıkça beyaz tercihi yapanların arttığını görüyoruz.

Diğer renkleri göz önünde bulundurduğumuzda mavi renk tercihinin diğerlerinden ayrıştığını görüyoruz. Demografik özelliklere göre renk tercihlerini incelediğimizde, bekarların, öğrencilerin, üniversite mezunlarının, özel sektör çalışanlarının, modern hayat tarzını benimsediğini belirtenlerin, inançsız olduğunu söyleyenlerin ve geliri 2000 TL'nin üzerinde olan kişilerin maviyi mutluluğun rengi olarak daha yüksek oranda tanımladıklarını görüyoruz. Mavi renk tercihi yapanların hangi durumlardan mutlu olduğuna baktığımızda zengin olmak ve adalet sisteminin bağımsız olarak işlemesi gibi durumların öne çıktığını görüyoruz. Yine diğer renk tercihlerini yapanlardan farklı olarak maviyi tercih edenlerin ailesel durumların yanı sıra bireysel durumlardan da mutlu olduğu; hayatta başarı ve ilerlemenin mutluluk getireceğini düşündükleri göze çarpmaktadır. Mutlu olduğunda içki içtiğini söyleyenler de mavi rengi tercih etmiştir.

Kırmızı rengi incelediğimizde, 18-28 yaş aralığında olanların, Alevi Müslümanların ve kırdaki yaşayanların daha çok tercih ettiği renk olduğunu görüyoruz.

Ankette göze çarpan başka bir ilginç nokta ise pembe rengin kadınlar, mavi rengin ise erkekler tarafından tercih edildiğinin görülmesidir. Böylelikle, bebeklikten itibaren pembe ve mavi renge yüklenen cinsiyet anlamlarının, rollerin hayatın geri kalanında da devam ettiğini söylemenin mümkün olduğunu görüyoruz.



1.5. Nasıl Mutlu Oluyoruz?

Duygulara dair literatürde öne çıkan konulardan biri, duyguların ifade edilme şeklinin, kültürlere, kültürel normlara göre değişmesi. Kavramsal çerçevede vurgulandığı gibi “duyguların ifadesi, hangi bağlamlarda, kimlerle paylaşılabilirliğine dair kültürel normlar tarafından yeniden biçimlenebilir.” Örneğin yemek masasında çocuğunuz sizi öfkeliendirdiğinde, tokadı basmak veya masadan sessizce ayrılıp, odasına gitmesini istemek şeklindeki iki tepki arasındaki fark, içinde yetişilen kültüre, “benlik” algısına ve ahlaki değerlere bağlı olarak değişir.

Mutluluk temasını incelerken, insanların mutlu olunca ne yaptıklarını, bunu nasıl yaşadıkları ve nasıl ifade ettikleri de bu nedenle önemli analiz alanlarından biri. İnsanlar mutluluklarını esasen iki şekilde ifade ediyorlar: mutluluklarını başkalarıyla paylaşıyorlar ve şükredip ibadet ediyorlar.

Mutlu olduğunuzda neler yaptınız?	Yüzde
Mutluluğumu paylaştım	66,5
Şükrettim-ibadet ettim	58,3
Adak, kurban kestim	7,9
Nazar değmesin diye normal davranmaya çalıştım	7,7
Ağladım	6,3
İçki içtim	2,8
Duygularımı yazdım	2,7
Farklı bir şey yapmadım	21,7

Ailenin bu denli ön planda olduğu, genel olarak bireyselleşmemiş bir toplumda insanların, mutluluklarını paylaşmaları oldukça anlaşılır bir durum. Her dört kişiden üçünün kendini dinin tüm kurallarını tam olarak yerine getiren veya getirmeye çalışan biri olarak tanımladığı bir toplumda, kendilerini mutlu eden bir olay karşısında şükretmesi ve bunu ibadet etmek suretiyle davranışa dökmesi de, yine hem anlaşılır olan hem de toplumda dinin ne denli önemli olduğuna dair önceki bulgularımızı perçinleyen bir durum.

Her ne kadar paylaşmak ve ibadet en yaygın olan ifade biçimleri olarak toplumun genel eğilimini yansıtsa da, her beş kişiden biri mutlu olduğunda normalden farklı bir şey yapmamış, mutluluğunu ifade eden bir davranışta bulunmamış. Diğer bir deyişle, mutlu olmak bu kültürde illa da davranışla ifade bulan bir duygu gibi görünmüyor. Mutluluğu davranışa yansımayan bir kesim daha bulunuyor: nazar değmesin diye normal davranmaya çalışanlar. Mutluluğunu bilinçli olarak ifade etmeyen bu kesim, eğer mutlu olduğunu ifade ederse bu mutluluk halinin değişebileceğinden endişe ediyor. Gündelik hayatta bir irrasyonelite örneği olan bu durum, bu insanların mutluluğu normalden farklı olarak görüp özel önem atfettiklerine işaret ediyor.

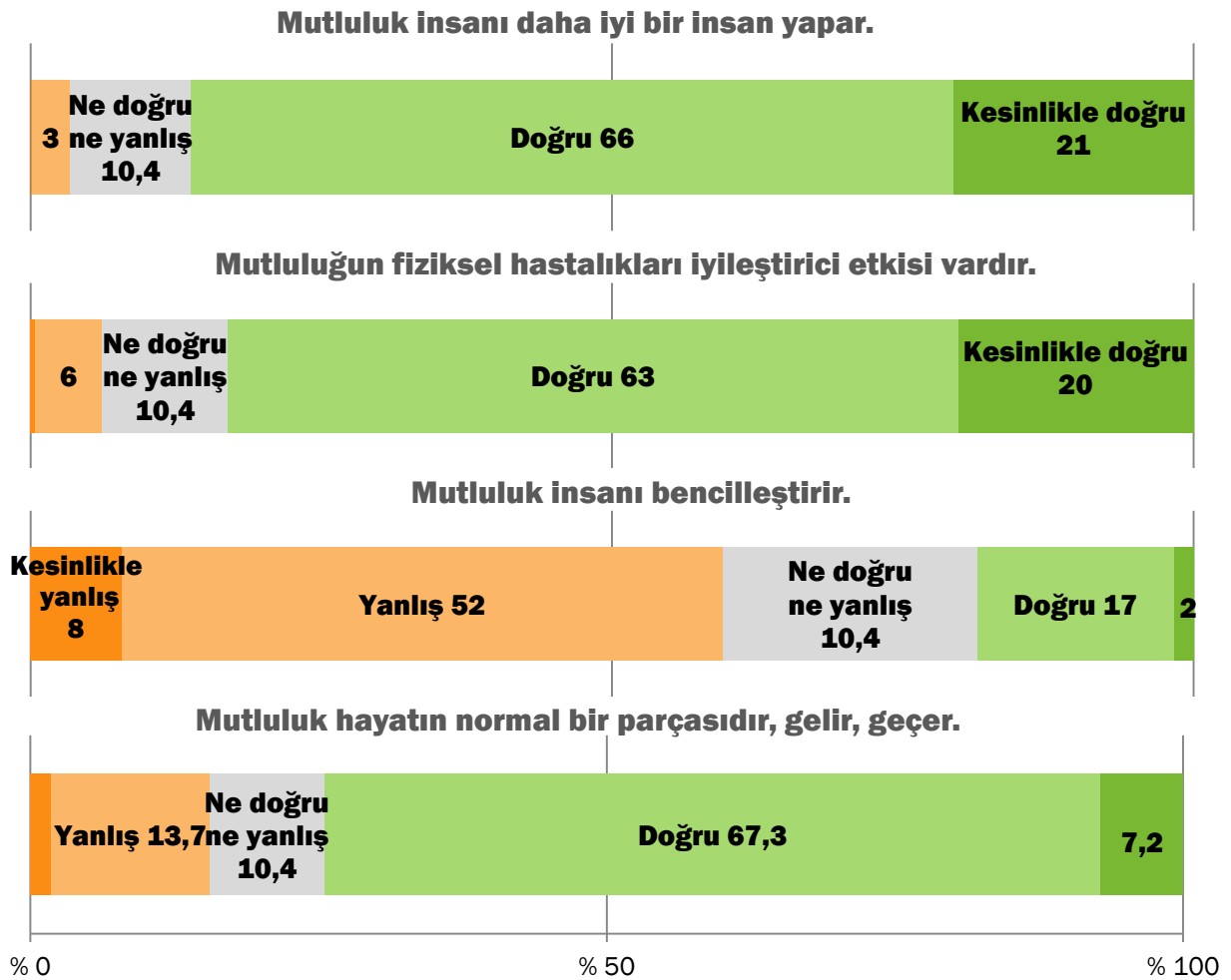


1.6. Mutluluğun Etkisi

Peki mutluluk ne derece hayatın bir parçası? İnsanı ne derece etkileyen bir duygu? Mutluluğun insan üzerindeki etkisine dair toplumun en fazla hemfikir olduğu ifade, insanı daha iyi bir insan yapması. Neredeyse aynı oranda bir çoğunluk, mutluluğun fiziksel hastalıkları iyileştirdiğine inanıyor. Diğer bir deyişle, toplum mutluluğun insanın karakterine de ve fizyolojisine de olumlu etkisi olduğuna inanıyor.

Mutlu olunca bunu paylaşan bu toplumda her beş kişinin dördü, mutluluğun insanı bencilleştirmek gibi bir olumsuz etkisi olabileceğine de inanmıyor. Mutlulukla paylaşmak arasındaki ilişki burada da görülebiliyor.

Ancak mutluluk kalıcı bir duygu olarak görülüyor. “Mutluluk hayatın parçasıdır, gelip geçer” ifadesi dört kişiden üçünün hemfikir olduğu bir ifade olmuş.





1.7. Mutluluk ve Demografi

Mutluluk temasında şimdiye dek Türkiye genelindeki insanların nelere ve nasıl mutlu olduklarını ele aldık. Ancak elbet Türkiye’de toplum homojen değil ve toplum içindeki farklı gruplar mutluluğu birbirinden farklı yaşayabiliyor ve bu farklılıklar toplum yapısı hakkında, toplumdaki bazı değişimler ve dinamikler hakkında bize ipuçları sağlıyor.

Bu bölümde demografik kümeleri tek tek ele almak yerine, birçok kümede tekrar tekrar görülen farkları inceliyor ve ardından kendi başına fark yaratan demografik özellikleri ele alıyoruz.

1.7.1. Takdir edilmek ve sevilme karşısında saygı görmek ve özgürlük

Bireyin mutluluk kaynakları olarak ele alınan ilk soru grubunda, büyükler tarafından takdir edilmek, herkes tarafından sevilme, kişinin kararlarına saygı duyulması ve kişinin hayatına karışılmamasının insanları ne kadar mutlu ettiği sorulmuş ve ardından bunlar arasından en mutlu edeni seçmeleri istenmişti.

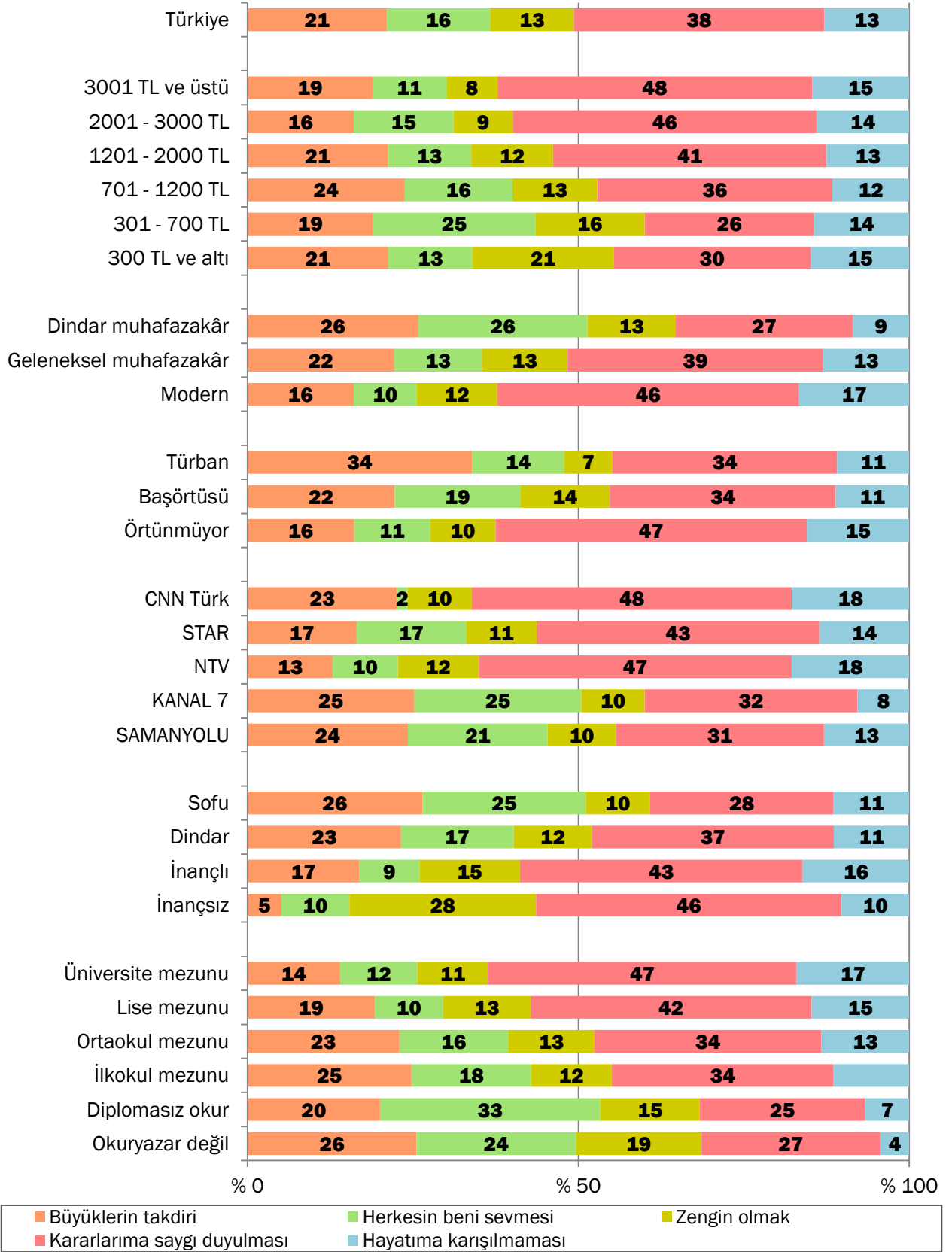
Bu sorular demografik kümelere göre analiz edildiğinde, takdir edilmenin ve sevilmenin, kişinin kararlarına saygı duyulmasından ve hayatına karışılmamasından farklı işleyen mutluluk kaynakları olduğu görülüyor. İlk ikisi daha dindar ve daha geleneksel hayat tarzına sahip olanları daha mutlu ederken, diğer ikisi daha modern, daha genç olan kesimler için daha fazla şey ifade ediyor.

Nispeten düşük eğitilmiş olanlar, daha dindar olanlar, Samanyolu ve Kanal 7’den haber takip edenleri büyükleri tarafından takdir edilmek ve herkesin sevmesi daha fazla mutlu ediyor. Dolayısıyla bu iki durum daha dindar ve geleneksel değerlerle ilgili mutluluk kaynakları. Ancak eşi veya kendisi türbanla örtünenler ve dindar muhafazakarlar için takdir görmek daha önemli. Buna karşılık başörtüyle örtünenler, geleneksel muhafazakar tanımlamasını tercih edenler, dul veya boşanmış olanlar, geliri düşük olanlar ve 44 yaşının üstünde olanlar için herkes tarafından sevilme daha fazla mutlu eden durumlar. Ayrıntıda ortaya çıkan bu fark da gösteriyor ki, **takdir görmek daha dini referanslı bir mutluluk kaynağı** ama herkesçe sevilme toplumun daha ezilmiş, daha geleneksel kalmış, toplumdaki dinamizmden diğer kesimler kadar faydalanamamış olan gruplar için önem teşkil ediyor. Diğer bir deyişle bu gruplar sevilme ifadesi üzerinden aslında **toplumsal onay talep ediyorlar**.

Eğitimi daha fazla olanlar, kendilerini modern olarak tanımlayanlar, NTV, CNN Türk ve Star gibi kanallardan haber izlemeyi tercih edenler, dinle ilişkisi daha zayıf olanlar, örtünmeyenler kararlarına saygı duyulmasından ve hayatlarına karışılmamasından daha fazla mutluluk duyuyorlar. Bu kesimler toplumdaki takdir edilmek veya sevilme şeklinde bir onay görmeyi beklemiyorlar ancak istediklerini yapmak, kararlarını uygulayabilmek için toplumdaki baskı yapmaması, karışmaması özetle **özgür bırakılması gibi bir beklentileri** var.



Bu durumların en çok hangisi mutlu eder?





1.7.2. Ailenin mutluluğu karşısında toplumun mutluluğu

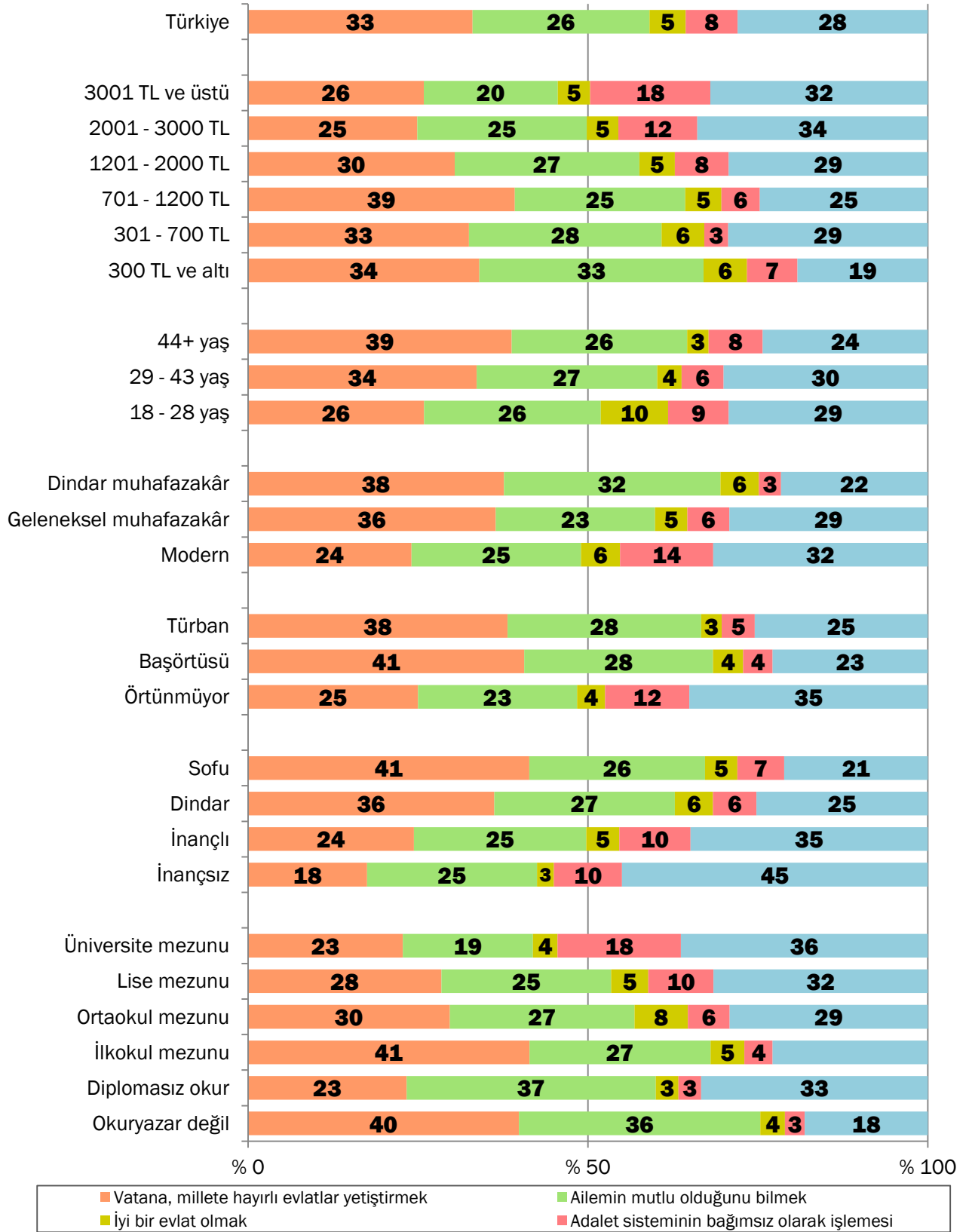
Mutluluk kaynaklarına dair ikinci soru grubunda aileye ve topluma dair bazı durumlar, ilk soru grubunda olduğu gibi hem tek tek soruldu, hem de en mutlu eden durumu seçmeleri istendi. Bu soru grubunda da benzer bir örüntü ortaya çıktı ve aileyle ilgili vatana, millete hayırlı evlat yetiştirmek, iyi evlat olmak ve ailenin mutlu olduğu bilmek bir yanda, toplumda huzur ve adaletin bağımsızlığı bir yanda olmak üzere iki eğilim gözlemlendi.

Hayat tarzı, eğitim seviyesi, örtünme durumu, gelir ve özellikle dindarlık bu iki eğilim arasındaki yönü en bariz olarak belirleyen faktörler. Modern olanlar, eğitimi ve geliri yüksek olanlar, örtünmeyenler, çok dindar olmayanlar toplumda huzurun egemen olmasına, adalet sisteminin bağımsız olarak işlemesine ve kısmen de suikastla öldürülenlerin katillerinin bulunmasına mutlu olacaklarını daha fazla belirtiyorlar, ailenin mutluluğunu ve hayırlı evlatlar yetiştirmeyi daha az söylüyorlar. Burada iki dinamiğin birden etkili olduğunu tahmin edebiliriz: Toplumun bu “ucu” hem daha eğitilmiş olduğu için toplumsal konulara karşı daha fazla duyarlılık gösteriyor, hem de bu uçta dünyası esasen aileden oluşan evkadını gibi gruplar sayıca daha az; bekar, genç, öğrenci gibi aile mevhumu daha zayıf olan kümeler sayıca daha fazla olarak yer alıyor. Toplumda huzurun egemen olması memurları, özel sektör çalışanlarını ve öğrencileri de diğer kümelere nazaran daha mutlu ediyor.

Toplumda huzurun egemen olması ve adaletin bağımsızlığının Ak Partilileri diğer parti seçmenlerini olduğu kadar mutlu etmiyor olması, Ak Partililerin aileye dair durumları en mutlu eden şey olarak daha fazla tercih etmeleri ilk aşamada bu seçmen grubunun hayat tarzlarının bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Ancak bu durumu, iktidar karşıtlarının bu konulara daha fazla dikkat çekmesi olarak yorumlamak daha doğru olacaktır.



Bu durumların en çok hangisi mutlu eder?





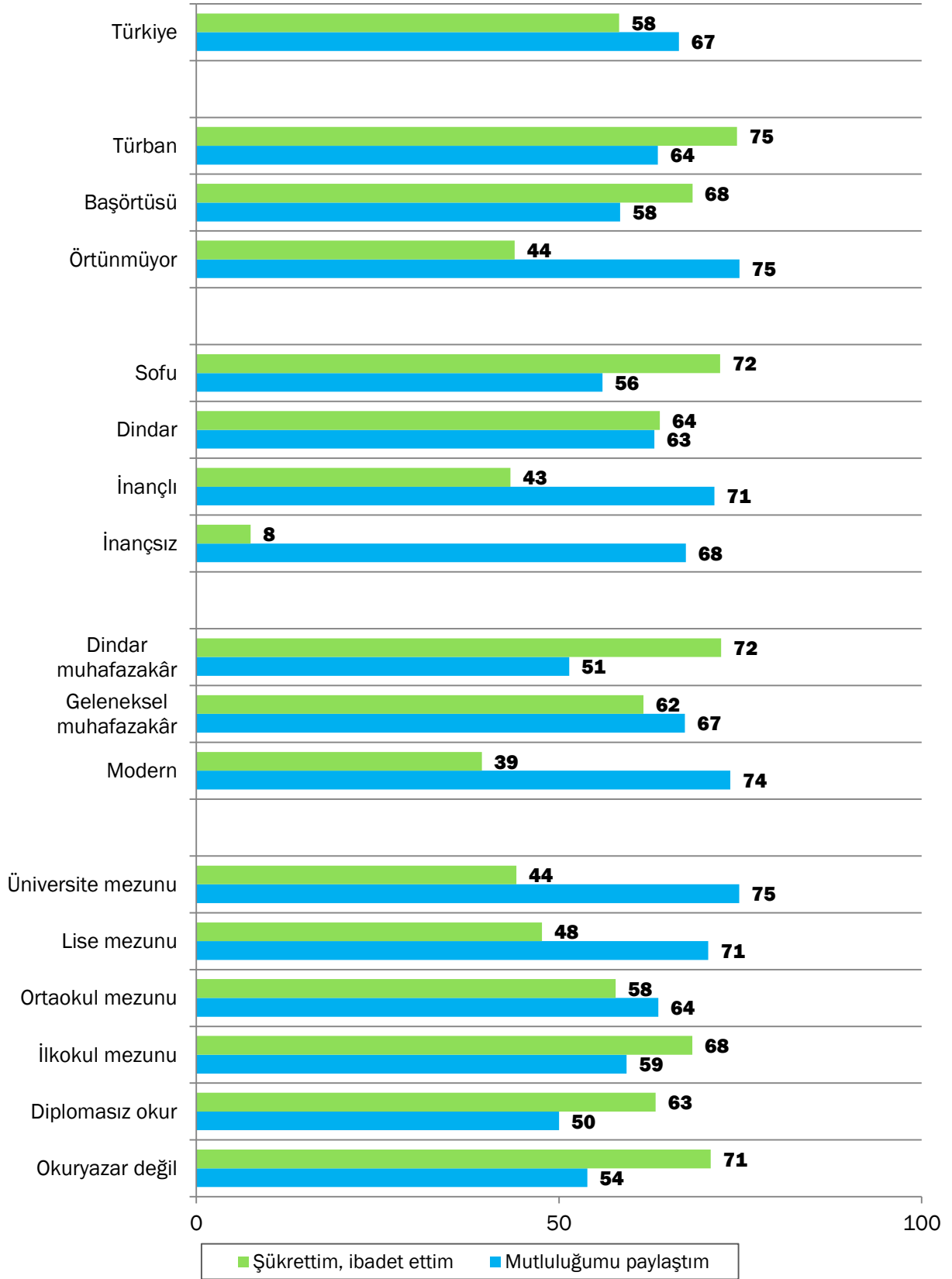
1.7.3. Mutluluğu paylaşmak mı, Őukretmek mi?

Bu toplum esasen mutluluğunu paylaşarak veya Őukrederek ifade ediyor. Ailenin bu denli önemli olduğu bir toplumda paylaşmanın, yine dinin bu denli önemli olduğu bir toplumda Őukretmenin veya ibadet etmenin hiç de Şaşırtıcı olmadığını belirtmiştik. Ancak toplumda hangi kesimlerin paylaşmaya, hangilerinin Őukretmeye ağırlık verdiğini, ifade yöntemi olarak tercih ettiğine baktığımızda, oldukça ilginç bir tablo ortaya çıkıyor. Őukretmek, ibadet etmek ve kısmen adak adayıp kurban kesmek, tabii ki tahmin edilebileceği gibi, kişilerin dindarlık seviyesi arttıça sıklաřıyor. Ancak farklar bundan ibaret kalmıyor.

Yař arttıça, eğitim seviyesi dūřtūce, hayat tarzında modernden dindar muhafazakarlığa gittikçe, dindarlık arttıça ve örtünme şekli değiştikçe mutluluğunu Őukrederek yaşayanların oranı artıyor ve paylaşanların oranı azalıyor. Dindarlık seviyesi sabit tutulduğunda dahi, eğitim seviyesinin artması, kişilerin mutluluklarını daha yüksek oranlarda paylaşmalarına yol açıyor. Ayrıca CHP seçmenleri, NTV ve Star izleyicileri de daha yüksek oranlarda mutluluklarını paylaşıyorlar. Dolayısıyla, mutluluğu paylaşmayı ilk aşamada aileye değer vermekle ilişkilendirdiysek de, aile yerine toplumsal olayları mutluluk kaynağı olarak daha fazla belirtenlerin, ifade etmeye gelince paylaşmayı daha sık tercih ettiklerini görüyoruz. Belki de paylaşmak bireysellikle ters dūřen bir ifade yöntemi değil. Aksine daha bireysel dūřünen bu kümeler için toplum, aile halkasının ötesinde bir evren anlamına geliyor ve paylaşmak daha önemli hale geliyor.



Mutlu olunca ne yaptınız, nasıl ifade ettiniz?



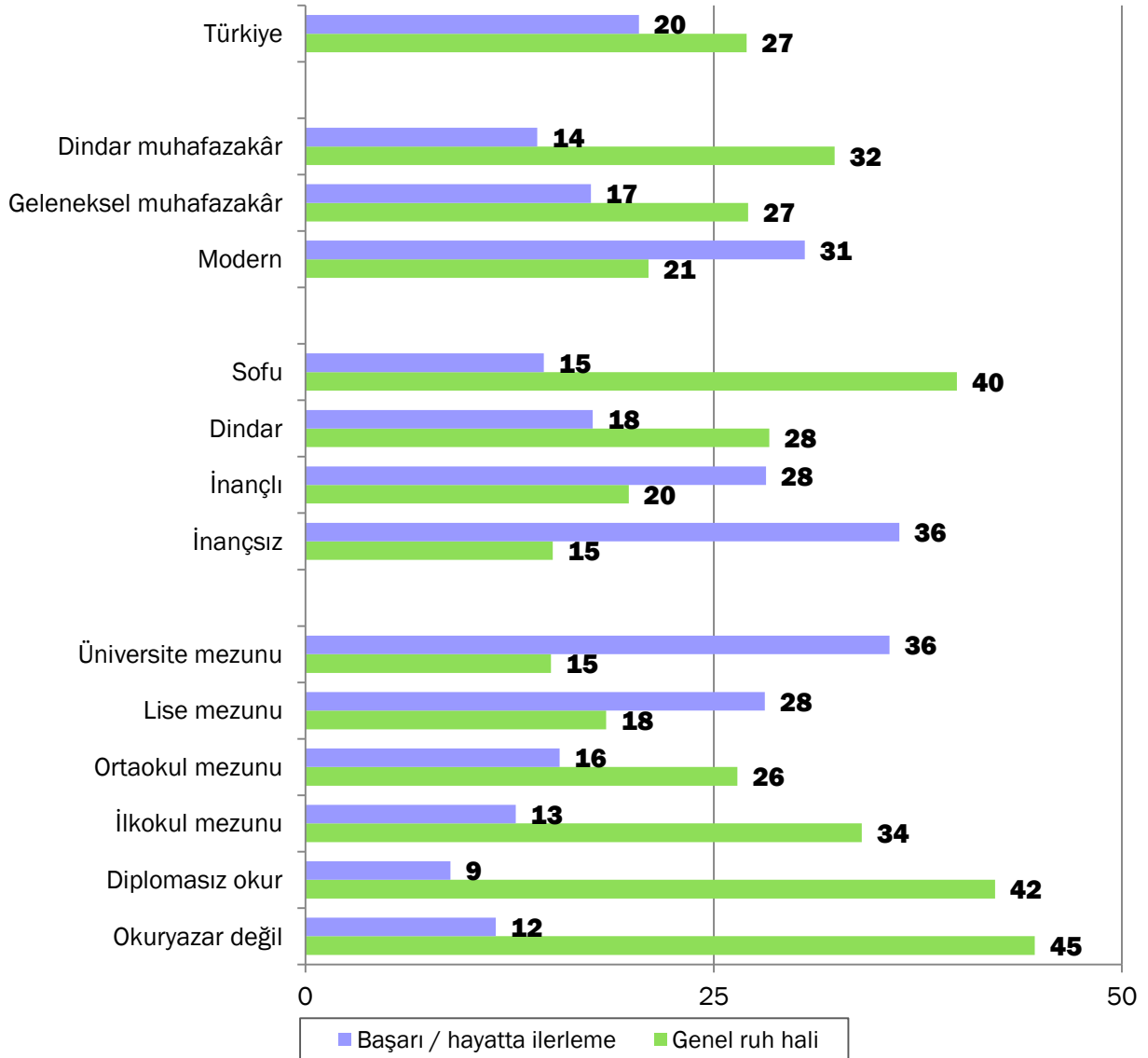


1.7.4. En mutlu olay olarak genel ruh hali ve başarı

İnsanları hayatlarında en mutlu eden olayların, en çok doğum, evlilik gibi hayattaki önemli geçiş dönemleri olduğunu belirtmiştik. Genel ruh hali ve başarıya veya hayatta ilerlemeye dair olaylar ise bunu takip ediyor. Demografik özelliklere göre incelendiğinde, geçiş dönemlerinin söylenme oranlarında önemli farklar bulunmuyor ama ruh hali ve başarıya dair olayların söylenme oranları değişiyor. Değişiklikler ise yine mutluluğun kaynakları ve ifade edilme yöntemlerine benzer yönlerde.

Yaş arttıkça, eğitim ve gelir azaldıkça en çok genel ruh haline mutlu olanların, yani huzurlu olmaktan veya çocuklarının, eşinin varlığından mutlu olanların oranı artıyor. Üç “modern”den biri ise, bir başarı olayı karşısında mutlu olmuş. Buna karşılık dindar muhafazakarlarda genel ruh haliyle mutlu olanlar ortalamanın üstünde. Türbanlılar arasında da genel ruh hali ortalamadan daha yüksek oranda söylenmiş.

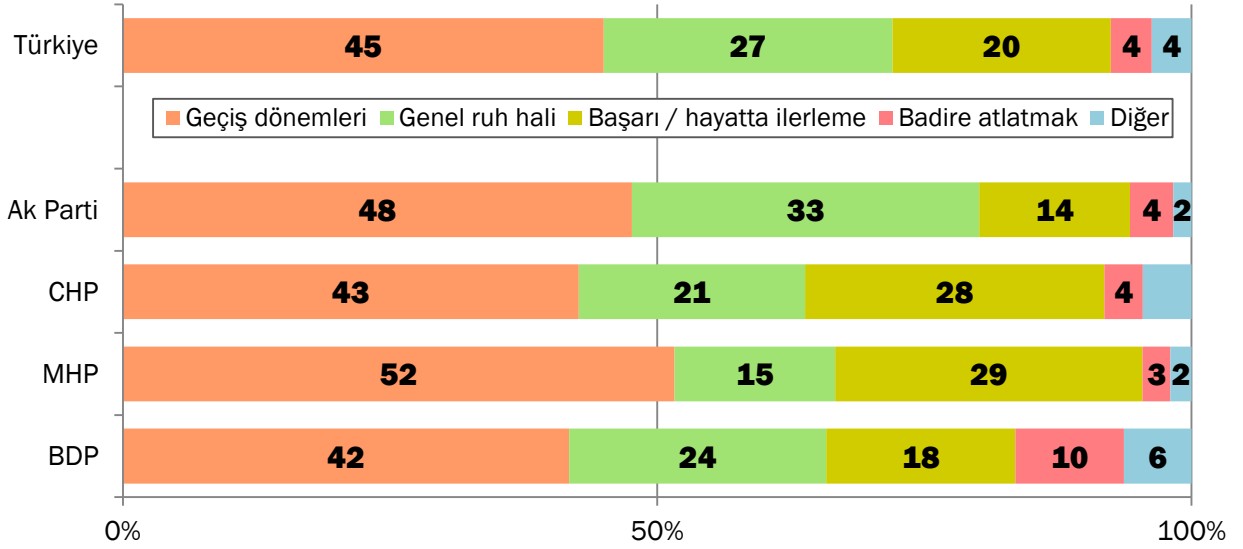
Genel ruh haline ve başarı olayına mutlu olma





Seçmenlerin mutlu olay tercihleri de oldukça ilginç. Ak Partililerin üçte biri en fazla genel ruh haline, CHP'lilerin ve MHP'lilerin üçte biri başarıya mutlu olmuş. Ayrıca MHP'lilerin yarısından biraz fazlasının doğum, evlilik gibi geçiş dönemlerine mutlu olmuş olması dikkat çekiyor.

Siyasi tercih ve en mutlu eden olay



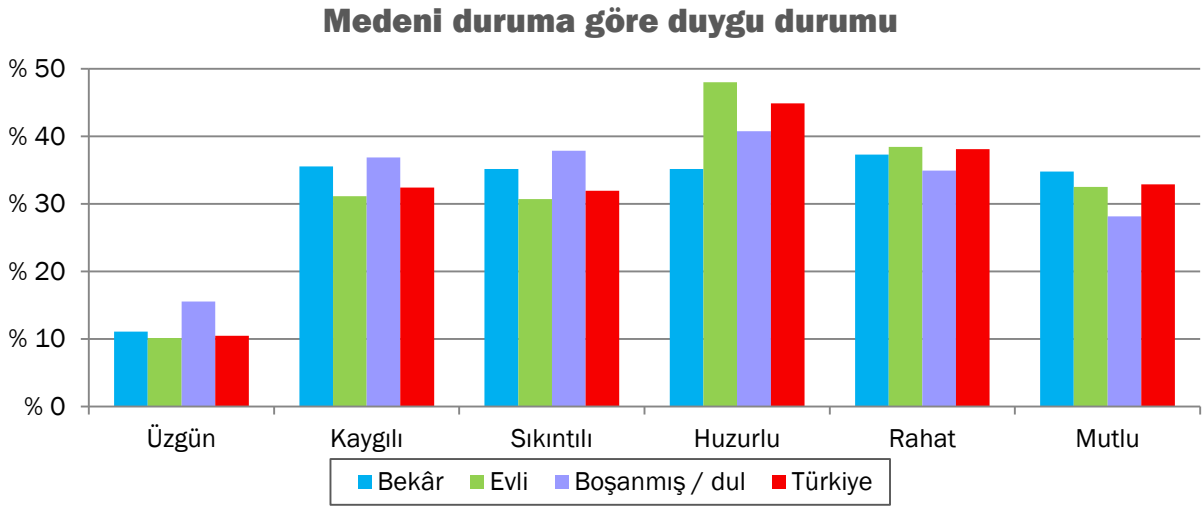
Dindarlık seviyesi arttıkça genel ruh haliyle mutlu olanların oranı artıyor, bir başarı veya ilerleme olayıyla mutlu olanların oranı da azalıyor. Bu durum, daha dindar olanlar arasında örneğin “huzur” cevabını verenlerin daha yüksek oranda olmasıyla açıklanabilir. Dindarlaştıkça tevekkül halinin artması da bir anlamda yeni bir bulgu değil. Ancak bu bulguyu tersten de okuyabiliriz. Dindarlık seviyesi arttıkça, insanlar mutluluğu okul kazanmak, işyeri açmak, emekli olmak gibi “somut” olaylar yerine, olaylardan bağımsız bir ruh haline sahip olmaktan arıyorlar denebilir. Diğer bir deyişle başarıyı dindarlar önemsemedikleri için değil, mutluluğu bu tür olaylara, belli birşeye erişmeye bağlamadıkları ve korunması gereken bir ruh hali olarak gördükleri için daha az söylemiş olabilirler.



1.7.5. Evlenmek huzur getiriyor, dul kalmak üzüyor

Medeni durum, kişinin aileyle olan ilişkisini değiştirdiği için bu araştırmada oldukça çarpıcı farklılara yol açıyor.

Evli olanlarda en çok dikkat çeken, o günkü duygu hali için “huzurlu” halini yüksek oranda söylemiş olmaları. Ayrıca hayatta en mutlu eden olay olarak geçiş dönemleri ön planda.



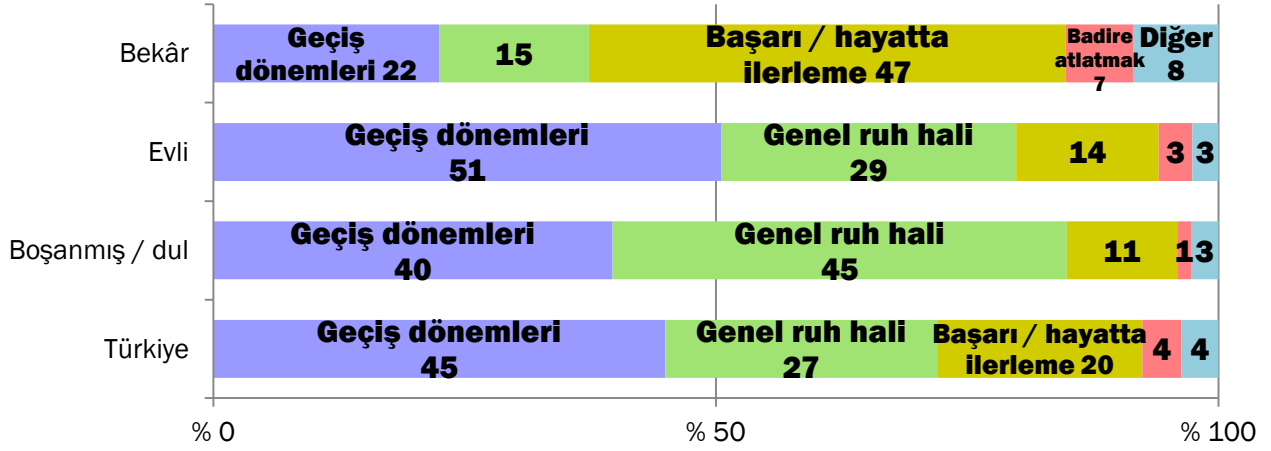
Dul veya boşanmış olanların ise duygu durumu oldukça olumsuz. Hem “kaygılı”, hem “sıkıntılı”, hem de “üzgün” cevaplarını yüksek oranlarda söylüyorlar. Üstüne üstlük en mutlu eden durumu tercih etmeleri istediğinde her üç duldandan biri, yani Türkiye genelinin iki katı oranında, “herkesin beni sevmesi” cevabını vermiş.

Bekarlar ise evlilerden de dullardan da oldukça farklı. Zengin olmak daha fazla mutlu ediyor. Aile ve topluma dair durumlar arasında toplumda huzurun egemene olmasına en çok onlar mutlu oluyor. Bireysel ve başarıya dair olaylara daha fazla mutlu olmuşlar. Tabii bunda “üniversite kazandım” diyen gençlerin de etkisi var. İfade yöntemi olarak evliler veya dullar kadar şükredip ibadet etmiyor, buna karşılık daha sık paylaşıyor, içiyor, duygularını yazıyor veya farklı bir şey yapıyorlar.

Medeni durumun mutluluğa etkisi için en belirgin gösterge, hayatta en mutlu olunan olay: Bekarlar en çok başarıya, evli olanlar geçiş dönemlerine, dul ve boşanmış olanlar genel ruh haline mutlu olmuş.



Medeni durum ve hayatta en mutlu eden olay



1.7.6. Çocuk sayısı ve mutluluk

İnsanların sahip olduğu çocuk sayısı arttıkça, insanların hayatlarında en mutlu oldukları olay, aileye dair bir olay olmaktan bireysel bir olaya doğru kayıyor. Yani aile büyüdükçe, aile daha mutlu etmiyor.

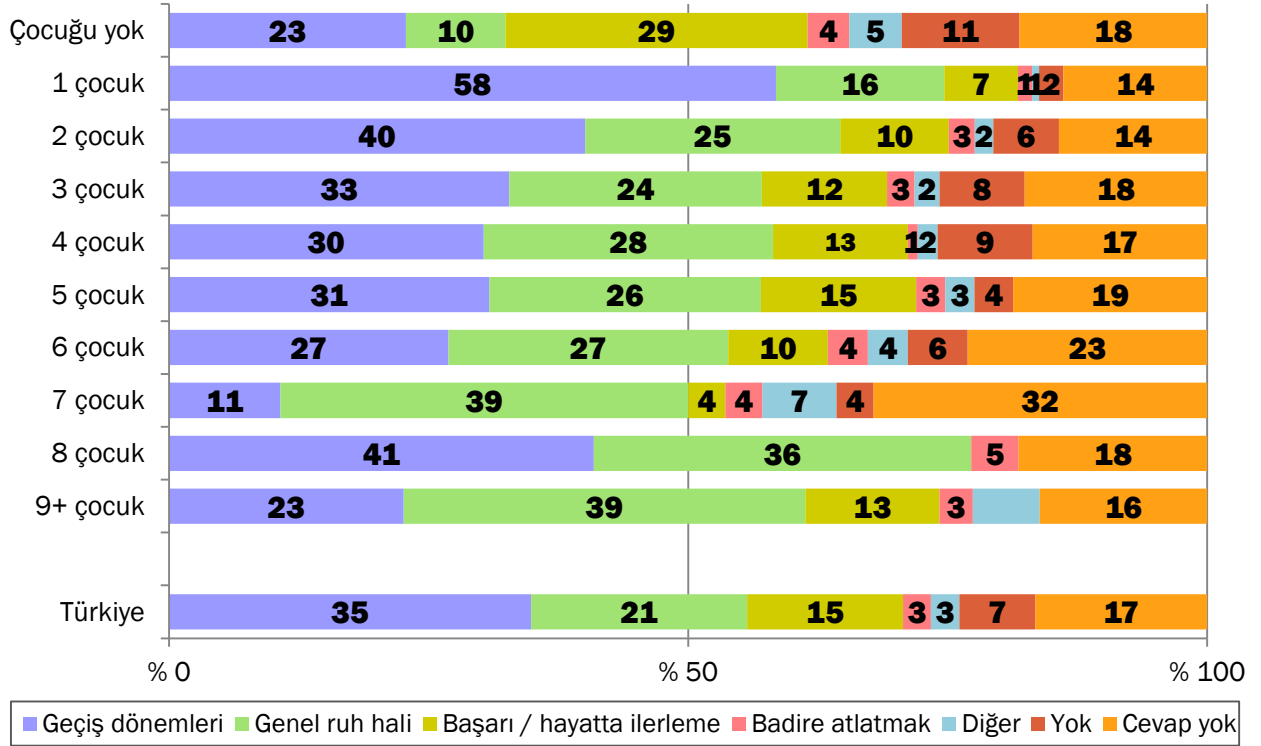
İlk çocuk, hayatta en mutlu eden olay olarak aileyle ilgili ve geçiş dönemlerini söyleme oranlarını birden arttırıyor. Ancak çocuk sayısı arttıkça aileyle ilgili olaylar veya geçiş dönemleri oran olarak gözle görülür biçimde azalıyor. Genel ruh haline mutlu olma hali ise artıyor. Çocuk sayısı arttıkça şükretme ve adak adayıp kurban kesme de artıyor ve paylaşma azalıyor ancak çocuk sahibi olmak ve olmamak arasında mutlu olunan olayda olduğu gibi bir fark görülüyor.

Çocuk sayısı arttıkça en çok herkesin sevmesi, hayırlı evlatlar yetiştirmek daha mutlu ediyor ve mutluluğun insanı daha iyi bir insan haline getirdiğine dair inanç artıyor.

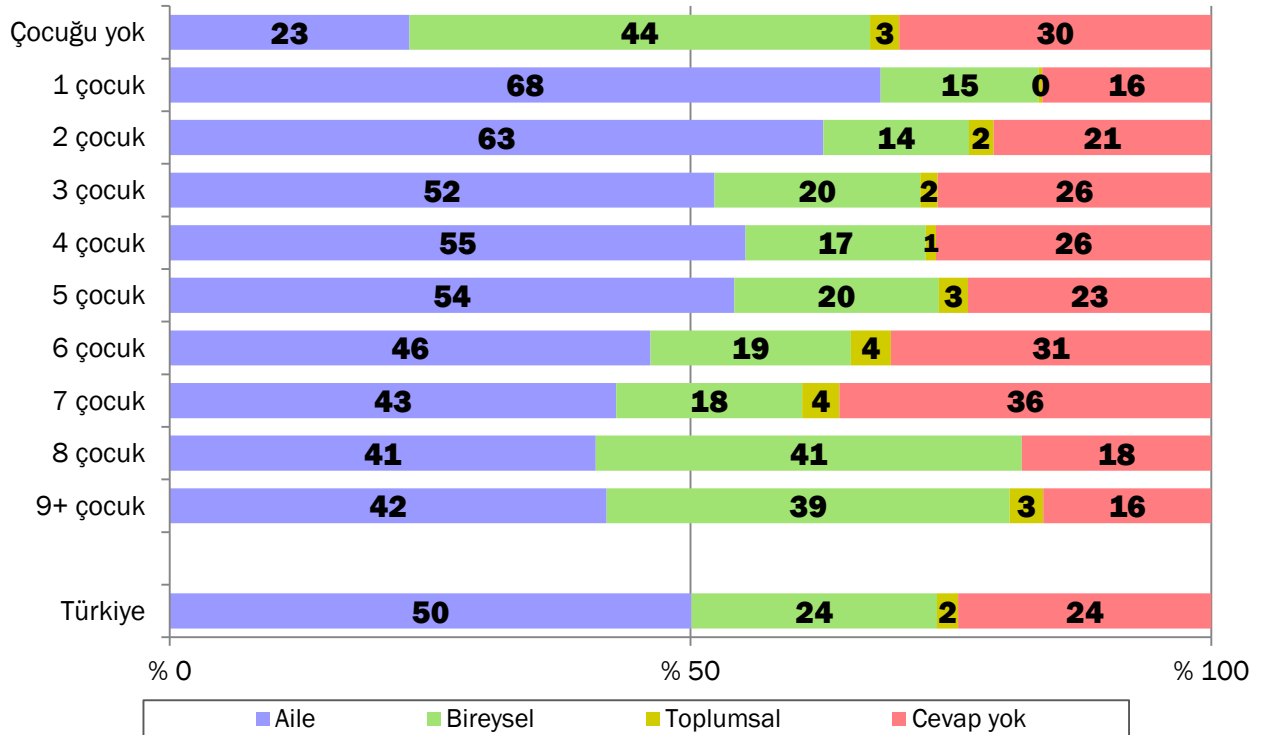
Çocuk sayısı	Mutlu olunca ne yaptınız? (%)		
	Adak adadım, kurban kestim	Şükrettim, ibadet ettim	Mutluluğumu paylaştım
Çocuğu yok	3	43	70
1 çocuk	9	56	69
2 çocuk	8	62	67
3 çocuk	9	64	59
4 çocuk	10	67	61
5 çocuk	10	77	54
6 çocuk	17	65	58
7 çocuk	11	75	71
8 çocuk	14	86	32
9+ çocuk	29	94	39
Türkiye	8	59	65



Çocuk sayısına göre en mutlu eden olay türü



Çocuk sayısına göre en mutlu eden olay

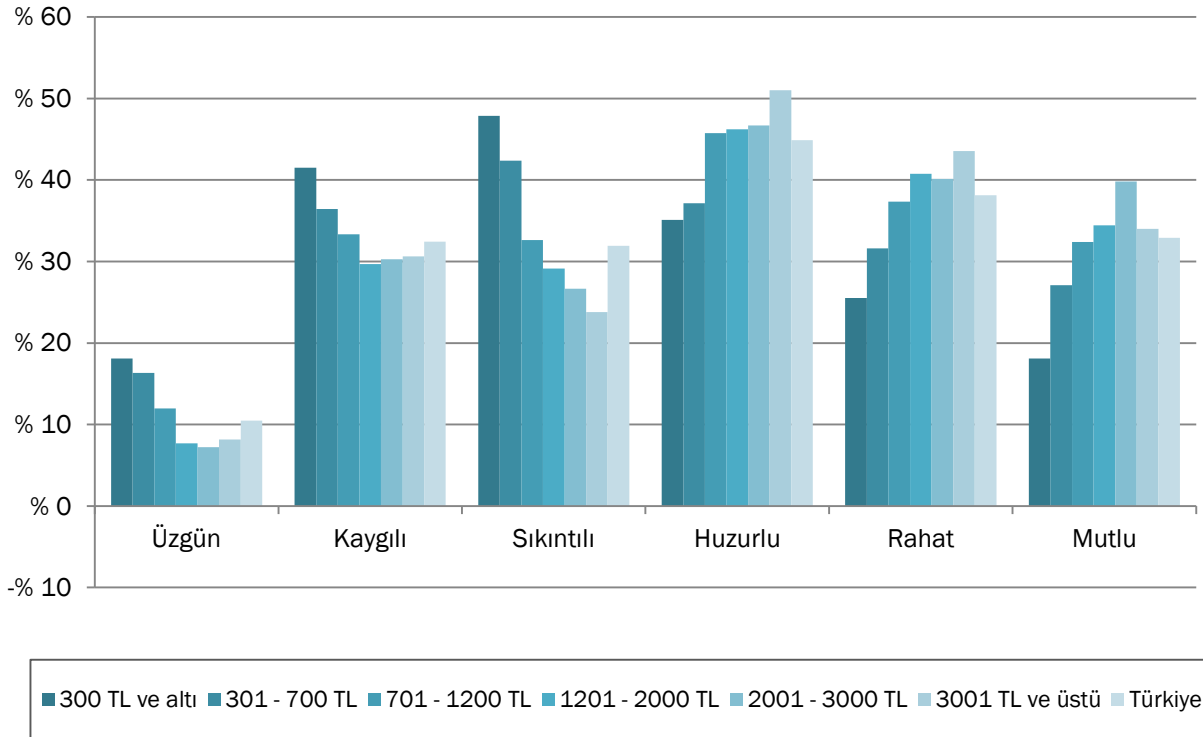




1.7.7. Para mutluluk getiriyor!

Klişe bir sorudur: “Para mutluluk getirir mi?” Bu soru sadece gündelik hayatta sonu gelmeyecek tartışma konusu değil. Bazı toplumların refah seviyesi gayet yüksek olduğu halde, vatandaşlarının yine de mutsuz olması, akademisyenler ve ekonomistler için de bir muamma ve çeşitli araştırmalarla, “mutluluk endeksleri” ile bu soruya cevap arıyorlar. Bir teori, paranın belli bir refah seviyesine ulaşıncaya kadar mutlu ettiği ya da en azından insanların mutlu edeceğini söylediği yönünde. Bu teoriye göre, toplum belli bir refah seviyesine ulaştıktan sonra, insanlar için reel zenginlikleri yetmiyor ve kendi durumlarını başkalarıyla karşılaştırmaya başladıkları için zengin oldukları halde mutlu olmuyorlar.

Gelire göre duygu durumu



Bu ayki araştırmaya göre, Türkiye’de gelir seviyesi yükseldikçe, o günkü duygu hali için “mutluyum” diyenlerin oranı artıyor. “Huzurlu” ve “rahat” cevaplarını tercih edenler de artıyor. Olumsuz ifadeler ise düşüyor. Eğitim, yaş veya dindarlık gibi faktörler sabit tutulduğunda dahi bu durum geçerli. Yani geliri yüksek olanlar, diğer özelliklerinden dolayı daha mutlu değiller. Ocak’12 Barometresi’nde ve daha önceki bazı araştırmamızda sorduğumuz “Ne kadar mutlusunuz?” sorusuna da gelire göre bakınca, daha yüksek gelirin daha mutlu ettiği anlaşılıyor.

Bu durumu teoriye göre yorumlarsak, Türkiye’nin henüz “refah” seviyesi açısından belli bir seviyeye gelmemiş olduğu, daha yüksek gelirin hâlâ daha fazla mutluluk getirdiği anlaşılıyor.



1.8. Yorum

Yard. Doç. Dr. **Sevda Numanbayraktaroğlu** / **Yeditepe Üniversitesi**

Konda Barometresi Ekim ve Aralık aylarında Türkiye’de üzüntü ve mutluluğu araştırdı. Önceden bu alanda yapılmış çalışmalarda üç ayrı bakış açısı olduğunu görüyoruz. Bir tarafta duyguların ve duyguların diğer insanlarla iletişimini sağlayan mimiklerin genetik temellerine vurgu yapan ve evrenselliğini savunan “temel duygular” grubu var. Diğer tarafta duyguların kültür tarafından biçimlendiğini savunan “sosyal yapılandırmacı” bir bakış açısı var. Bir diğer tarafta ise bu iki uç noktanın arasında bir yerde durup, duyguların kalıtsal fizyolojik tepkiler olduğunu kabul eden fakat bu tepkilerin kültür tarafından biçimlendiğini iddia eden bir grup var. Peki, Konda Barometresinin araştırma sonuçları hangi kampa destek veriyor?

Mutluluk üzerine olan çalışmalar gösteriyor ki Kuzey Amerikalılar genelde etrafındakilerden farklılıklarını ve pozitif bireysel özelliklerini ortaya çıkaran, başarıyla sonuçlanan durumlarda mutluluk duyuyorlar. Daha da ilginç, onlar için mutluluk bireysel bir başarı. Barometre araştırması ise Türkiyeliler için mutluluk yaratan durumların öncelikle aile ile ilgili olduğunu gösteriyor. Dahası bizim için mutluluk da, üzüntü de hayatın bir parçası, gelir geçer. Bu farklılık insanları mutlu eden durumların kültürden kültüre farklılıklar gösterdiğine işaret ediyor.

Benzer farklılıklar üzüntü ve diğer negatif duygular için de bulunmuş. Japonlar için üzüntü, ağırlıklı olarak içinde buldukları toplulukla bütünüyle uyum içerisinde olmadıklarında hissedilirken, Amerikalılar için olumsuz duygular bireysel amaçlarının, isteklerinin veya haklarını kullanmalarının engellenmesi sonucu ortaya çıkıyor. Barometre araştırmasında ise Türkiyeliler için üzüntü yaratan durumların başında aile içi ölüm ve ardından da ailevi sorunlar geldiğini öğreniyoruz. Bu farklılıklar insanları üzen durumların da kültürel farklılıklar gösterdiğine işaret ediyor.

Ölümün evrensel bir üzüntü sebebi olduğunu hatırlar ve onu bir kenara koyarsak, hem mutluluk, hem üzüntü çalışmalarının verilerinin Türkiye’de ailenin önemini altını çizdiğini görüyoruz. Diğer çalışmalarda Amerika’da bireyin, Japonya’da toplumsal uyumun önemini vurguluyor. Bu kültürel farklılıklar aynı zamanda, bu kültürlerin benlik algılarındaki ve “iyi hayat” tanımlarındaki farklılıklara da denk düşüyorlar. Sonuç itibari ile mutluluk, ‘iyi hayat’ tanımımıza yaklaştığımızda hissedilen, uzaklaştıkça kaybedilen bir duygu. İyi, güzel ve değerli olanın tanımı nasıl ki kültürden kültüre, tarihsel bir dönemden diğerine değişiyorsa, bir insanı mutlu eden ve üzen durumlar da değişiyor.

Araştırmanın bulguları bu kadarla kalmıyor; Türkiye’de mutluluk ve üzüntü duygularının farklı sosyal tabaklardan gelen insanlar tarafından farklı durumlarda hissedildiğini, başa çıkma yöntemlerinin dindarlık, eğitim, cinsiyet gibi sosyolojik değişkenlerle birlikte değiştiğini gösteriyor. Bu bulgu Türkiye’deki kültürün çok sesliliğine işaret ediyor. Dahası bu çok sesliliğin basit bir şekilde bir tarafta bireyselci ve diğer tarafta aileyi temel alan bakış açılarının bulunmasıyla açıklanamayacağını da gösteriyor. Barometre’nin bulmuş olduğu Türkiye içi farklılıklar gösteriyor ki Türkiye’deki



bireysellik Avrupa ya da Kuzey Amerika'da var olan bireyciliğe denk düşmüyor. Bu topraklarda bulduğumuz bireycilik de aileye verilen önemden süzülüp gelmiş bir değer, bir benlik anlayışı. Mesela kararlarına saygı duyulmasının kendisi için çok önemli olduğunu vurgulayan “modern” bireyler bile hayatlarına karışılmamasını, büyükleri tarafından takdir edilmek ile aynı oranda önemsemiyorlar.

Konda Barometresi araştırması kültürün üzüntü ve mutluluk üzerindeki etkilerini ortaya koyuyor. Aynı zamanda ise kültürün çok sesliliğini, Türkiye’de var olan bireyciliğin, Avrupa ve Amerika’dakinden farklı olduğunu göstererek, çok yaygın olarak kullanılan bireyselci-toplumsalçı ikiliğinin yetersizliğinin altını çiziyor.





2. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ

2.1. Araştırmanın Genel Tanımı

Bu raporun dayanağı olan araştırma, KONDA Barometresi aboneleri için, KONDA Araştırma ve Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın saha çalışması 8-9 Aralık 2012 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 +/- 2, yüzde 99 güven aralığında yüzde +/- 2,6'dır.

2.2. 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 kır/kent/metropol olarak ayrıştırılmış ve 12 bölge esas alınarak örneklem tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında 28 ilin merkez dâhil 101 ilçesine bağlı 150 mahalle ve köyünde 2511 kişiyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Gidilen il	28
Gidilen ilçe	101
Gidilen mahalle/köy	150
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



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

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

	Anketin yapıldığı bölge	Kır	Kent	Metropol	Toplam
1	İstanbul			19,8	19,8
2	Batı Marmara	2,2	3,5		5,7
3	Ege	4,2	6,5	5,1	15,8
4	Doğu Marmara	1,4	2,9	5,7	10,1
5	Batı Anadolu	0,7		6,6	7,3
6	Akdeniz	3,5	2,9	6,5	12,8
7	Orta Anadolu	1,3	2,2	1,4	4,9
8	Batı Karadeniz	2,9	3,6		6,5
9	Doğu Karadeniz	1,4	2,2		3,6
10	Kuzeydoğu Anadolu	1,4			1,4
11	Ortadoğu Anadolu	0,7	1,4		2,2
12	Güneydoğu Anadolu	2,2	3,6	4,3	10,1
	Türkiye	20,9	27,5	51,6	100,0



3. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI

3.1. Deneklerin Profili

Cinsiyet	Yüzde
Kadın	49,5
Erkek	50,5
Toplam	100,0

Yaş	Yüzde
18 - 28 yaş	28,3
29 - 43 yaş	34,6
44+ yaş	37,1
Toplam	100,0

Eğitim durumu	Yüzde
Okuryazar değil	5,6
Diplomasız okur	2,4
İlkokul mezunu	37,9
Ortaokul mezunu	14,3
Lise mezunu	26,5
Üniversite mezunu	12,2
Yüksek lisans / Doktora	1,0
Toplam	100,0

Aylık hane geliri	Yüzde
300 TL ve altı	3,9
301 - 700 TL	11,9
701 - 1200 TL	36,0
1201 - 2000 TL	29,5
2001 - 3000 TL	12,6
3001 TL ve üstü	6,1
Toplam	100,0



Medeni durumu	Yüzde
Bekâr	20,8
Sözlü / nişanlı	1,8
Evli	73,2
Boşanmış / dul	4,1
Toplam	100,0

Kaç çocuğunuz var?	Yüzde
Çocuğu yok	23,8
1 çocuk	12,3
2 çocuk	28,2
3 çocuk	17,2
4 çocuk	8,6
5 çocuk	4,4
6 çocuk	2,2
7 çocuk	1,2
8 çocuk	,9
9+ çocuk	1,3
Toplam	100,0

Örtünme durumu	Yüzde
Örtmüyor	26,0
Başörtüsü	52,5
Türban	6,6
Çarşaf, peçe	,3
Bekâr erkek	14,6
Toplam	100,0



Etnik köken	Yüzde
Türk	81,7
Kürt-Zaza	13,6
Arap	2,8
Diğer	1,9
Toplam	100,0

Din/Mezhep	Yüzde
Sünni Müslüman	94,9
Alevi Müslüman	3,5
Diğer Müslüman	,4
Diğer	1,2
Toplam	100,0

Dindarlık	Yüzde
İnançsız	1,6
İnançlı	25,8
Dindar	63,2
Sofu	9,4
Toplam	100,0

Hayat tarzı kümesi	Yüzde
Modern	27,6
Geleneksel muhafazakâr	45,3
Dindar muhafazakâr	27,1
Toplam	100,0



Çalışma durumu	Yüzde
Devlet memuru	5,4
Özel sektör	5,8
İşçi	10,1
Küçük esnaf	7,1
Tüccar / sanayici / işadamı	,4
Serbest meslek	1,4
Marjinal sektör	1,2
Çiftçi, ziraatçı, hayvancı	4,8
Çalışıyor, diğer	3,3
Emekli	12,4
Ev kadını	34,2
Öğrenci	8,5
İşsiz, iş arıyor	4,6
Çalışamaz halde	,9
Toplam	100,0



Haberleri seyretmek için en fazla hangi TV kanalını tercih ediyorsunuz?	Yüzde
Kanal D	17,7
ATV	13,9
TRT 1	11,7
Fox TV	9,5
Samanyolu	8,2
NTV	7,0
Kanal 7	4,9
Show TV	5,9
Habertürk	3,7
Star	4,5
CNN Türk	2,7
TRT 2	1,6
Kanaltürk	,9
Roj TV	1,6
Flash TV	,8
Cem TV	,5
TGRT Haber	,4
TRT 6 (Şeş)	,4
Yerel Kanallar	,9
Diğer kanallar	3,3
Toplam	100,0

Doğum yeri	Yüzde
İstanbul	7,0
Batı Marmara	5,3
Ege	14,5
Doğu Marmara	7,3
Batı Anadolu	6,4
Akdeniz	10,6
Orta Anadolu	7,8
Batı Karadeniz	9,2
Doğu Karadeniz	7,3
Kuzeydoğu Anadolu	4,1
Ortadoğu Anadolu	4,8
Güneydoğu Anadolu	13,7
Yurtdışı	1,9
Toplam	100,0



Anketin yapıldığı bölge	Yüzde
İstanbul	19,8
Batı Marmara	5,7
Ege	15,8
Doğu Marmara	10,1
Batı Anadolu	7,3
Akdeniz	12,8
Orta Anadolu	4,9
Batı Karadeniz	6,5
Doğu Karadeniz	3,6
Kuzeydoğu Anadolu	1,4
Ortadoğu Anadolu	2,2
Güneydoğu Anadolu	10,1
Toplam	100,0

Yerleşim kodu	Yüzde
Kır	21,8
Kent	28,7
Metropol	49,5
Toplam	100,0

Oturulan evin tipi	Yüzde
Geleneksel ev	39,4
Varoş	4,5
Standart kentsel alan	51,9
Lüks konut	4,2
Toplam	100,0



3.2. Gündelik Hayatta Mutluluk

Bugünkü genel duygu durumunuz	Yüzde
Üzgün	10,5
Kaygılı	32,4
Sıkıntılı	31,9
Huzurlu	44,9
Rahat	38,1
Mutlu	32,9

Büyüklerim tarafından takdir edilmek, beğenilmek	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,1
Mutlu etmez	1,2
Ne eder ne etmez	6,0
Mutlu eder	66,6
Çok mutlu eder	26,1
Toplam	100,0

Kararıma saygı duyulması	Yüzde
Hiç mutlu etmez	
Mutlu etmez	,4
Ne eder ne etmez	2,7
Mutlu eder	68,0
Çok mutlu eder	28,9
Toplam	100,0



Zengin olmak	Yüzde
Hiç mutlu etmez	1,3
Mutlu etmez	13,0
Ne eder ne etmez	25,5
Mutlu eder	40,2
Çok mutlu eder	20,1
Toplam	100,0

Hayatıma karışılmaması	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,6
Mutlu etmez	5,2
Ne eder ne etmez	12,7
Mutlu eder	60,2
Çok mutlu eder	21,3
Toplam	100,0

Herkesin beni sevmesi	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,6
Mutlu etmez	4,5
Ne eder ne etmez	17,8
Mutlu eder	55,8
Çok mutlu eder	21,3
Toplam	100,0

En çok hangisi mutlu eder?	Yüzde
Büyüklerin takdiri	21,5
Kararlarıma saygı duyulması	37,5
Zengin olmak	12,8
Hayatıma karışılmaması	12,7
Herkesin beni sevmesi	15,5
Toplam	100,0



Vatana, millete hayırlı evlatlar yetiştirmek	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,1
Mutlu etmez	,3
Ne eder ne etmez	1,4
Mutlu eder	44,2
Çok mutlu eder	53,9
Toplam	100,0

Ailemin mutlu olduğunu bilmek	Yüzde
Hiç mutlu etmez	
Mutlu etmez	
Ne eder ne etmez	,2
Mutlu eder	43,0
Çok mutlu eder	56,9
Toplam	100,0

İyi bir evlat olmak	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,1
Mutlu etmez	,2
Ne eder ne etmez	1,9
Mutlu eder	55,0
Çok mutlu eder	42,8
Toplam	100,0

Suikastla öldürülen düşünürler / gazeteciler / politikacıların katillerinin bulunarak cezalandırılması	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,4
Mutlu etmez	2,0
Ne eder ne etmez	12,2
Mutlu eder	55,7
Çok mutlu eder	29,8
Toplam	100,0



Adalet sisteminin bağımsız olarak işlemesi	Yüzde
Hiç mutlu etmez	
Mutlu etmez	2,6
Ne eder ne etmez	8,5
Mutlu eder	58,7
Çok mutlu eder	30,2
Toplam	100,0

Toplumda gerilim, çatışma yerine huzurun egemen olması	Yüzde
Hiç mutlu etmez	,2
Mutlu etmez	,5
Ne eder ne etmez	1,2
Mutlu eder	52,1
Çok mutlu eder	46,0
Toplam	100,0

En çok hangisi sizi mutlu eder?	Yüzde
Vatana, millete hayırlı evlatlar yetiştirmek	33,3
Ailemin mutlu olduğunu bilmek	26,1
İyi bir evlat olmak	5,3
Adalet sisteminin bağımsız olarak işlemesi	7,6
Toplumda huzurun egemen olması	27,7
Toplam	100,0



Mutlu olduğunuzda neler yaptınız?	Yüzde
Mutluluğumu paylaştım	66,5
Nazar değmesin diye normal davranmaya çalıştım	7,7
Adak, kurban kestim	7,9
İçki içtim	2,8
Ağladım	6,3
Şükrettim-ibadet ettim	58,3
Duygularımı yazdım	2,7
Farklı bir şey yapmadım	21,7

Mutluluk hayatın normal bir parçasıdır, gelir, geçer.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	1,8
Yanlış	13,7
Ne doğru ne yanlış	9,9
Doğru	67,3
Kesinlikle doğru	7,2
Toplam	100,0

Mutluluk insanı bencilleştirir.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	7,8
Yanlış	51,7
Ne doğru ne yanlış	21,8
Doğru	16,9
Kesinlikle doğru	1,7
Toplam	100,0



Mutluluğun fiziksel hastalıkları iyileştirici etkisi vardır.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	,4
Yanlış	5,8
Ne doğru ne yanlış	10,8
Doğru	62,8
Kesinlikle doğru	20,2
Toplam	100,0

Mutluluk insanı daha iyi bir insan yapar.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	,1
Yanlış	3,3
Ne doğru ne yanlış	10,4
Doğru	65,6
Kesinlikle doğru	20,6
Toplam	100,0

Mutluluğu en iyi ifade eden renk	Yüzde
Beyaz	19,0
Kırmızı	14,9
Mavi	13,8
Yeşil	10,4
Pembe	7,3
Sarı	3,4
Siyah	3,2
Diğer renkler	7,8
Diğer	,6
Rengi yok	5,1
Cevap yok	14,5
Toplam	100,0



Yıldızposta Caddesi
Çiğdem Apt. No:11 D:6
Esentepe - Şişli / İstanbul
Tel: 212 275 17 66
Faks: 212 275 17 68

www.konda.com.tr
<http://twitter.com/kondaarastirma>