

KONDA

Barometresi

TEMALAR

Toplumda Rekabetçilik ve Rekabete Bakış
Şubat 2015

(Bu rapor abonelerimizle yaptığımız sözleşmelere uygun olarak yayınlanmıştır.)

KONDA
ARAŞTIRMA VE DANIŞMANLIK



İÇİNDEKİLER

1. YÖNETİCİ ÖZETİ.....	4
2. TOPLUMDA REKABETÇİLİK VE REKABET ALGISI	6
2.1. Toplumda Rekabetçilik	6
2.2. Rekabetçi Kişilik Toplumda Yaygın mı?	8
2.3. Rekabet ve İşbirliği.....	11
2.4. Birey-Toplum-Devlet ve Rekabetçilik.....	15
2.5. Hayat Pratikleri ve Rekabetçilik.....	17
2.5.1. Mutlu olarak çalışacağı iş	17
2.5.2. Başarı tanımı.....	19
2.5.3. Rekabetçi toplum güçlü devletten veya gelişen ekonomiden önemli mi?	20
2.6. Rekabetçilik Açısından Toplumda Farklılık ve Kümelenmeler	23
2.7. Rekabet: Geleneksel ve Modern Algılar	28
3. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ.....	31
3.1. Araştırmanın Genel Tanımı	31
3.2. Örneklem.....	31
4. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI	33
4.1. Deneklerin Profili	33
4.2. Rekabetçilik Algısı	39
5. TERİMLER SÖZLÜĞÜ.....	44





1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapora esas olan araştırma 7-8 Şubat 2015 tarihlerinde 30 ilin merkez dahil 97 ilçesine bağlı 154 mahalle ve köyünde 2722 kişiyle hanelerinde yüzyüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

AYIN TEMASI: TOPLUMDA REKABETÇİLİK VE REKABET ALGISI

Ülke insanında rekabetçi duygular, yaklaşımlar var mı? Rekabet algısı ve tanımı ne? Hangi alanlarda rekabetçilik varken hangi alanlarda rekabetin değil dayanışmanın gerekli olduğu kanaati var? Bu ve benzeri sorulara cevap üretebilmek amacıyla bu ayın teması olarak “toplumda rekabetçilik ve rekabet algısı” seçtik. Bu konuyu, kişilik, rekabet-işbirliği, toplum-devlet-rekabet başlıkları altında 3 boyutuyla anlamaya ve analiz etmeye çalıştık.

Rekabetçi kişilik boyutundaki sorulardan, “*ya hep ya hiç benim yaşam felsefemdir*” diyenler yüzde 38, “*İstedğim şeyi elde etmek için her yolu denerim*” diyenler yüzde 41 oranındadır. “*Hayatta hiçbir zaman risk almam*” diyenler yüzde 28 oranındayken, “yanlış” cevabı verenler yüzde 52 oranındadır. Yani bu yüzde 52 insan “*hayatta her zaman risk alırım*” anlamına gelen cevap vermektedir. Bu bulgulardan toplumun beşte ikilik bir bölümünün oldukça rekabetçi bir kişiliğe sahip olduğu söylenebilir.

Rekabet ve işbirliği boyutunda toplumun rakiplerle ilişki kurmaktan yana durduğu gözlenmektedir. “*Karşılıklı yardımlaşma iş ve sosyal yaşamda ortak başarı getirir*” cümlesini toplumun yüzde 86’sı doğru, “*Rakiplerimle asla arkadaşlık kurmam*” cümlesini ise toplumun yalnızca yüzde 22’si doğru bulmaktadır. Diğer bir deyişle toplumun yüzde 62’si rakipleriyle ilişki kurmayı doğru bulmaktadır.

“*Başarılı insanlar buldukları yere başkalarının yardımlarıyla geldiklerini bilirler*” cümlesini de “*Kıyasıya rekabet herkes için zararlıdır*” cümlesini yüzde 54 doğru bulmaktadır.

Birey-toplum-devlet boyutunda, “*kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır*” cümlesine yüzde 64 doğru cevabı vermektedir. “*Rekabet toplumun gelişmesini sağlar*” fikrinde olanlar yüzde 70 oranındadır. “*Ekonomik hayatın yasalarla düzenlenmesi eşitlik sağlar*” fikrine toplumun 63’ü doğru demektedir. “*Devlet piyasaya müdahale etmemelidir*” fikrine doğru diyenler yüzde 38 oranındayken, bu fikre karşı çıkanlar yüzde 39 oranındadır.

Gündelik hayat pratiği olarak, toplum için “mutlu olarak çalışacağı iş” gelecek garantisi olan iş anlamına gelmektedir (yüzde 44). İkinci sırada ise yüzde 37 oranında söylenen “insani çalışma koşullarıdır”. Topluma göre başarının esas tanımı ise “mutluluk / huzur” (yüzde 44) ve biraz da maddi kazançtır (yüzde 24).

Seçim yapmak zorunluluğu olsaydı toplumun yüzde 43’ü güçlü bir devlet, yüzde 35’i gelişen bir ekonomi, yüzde 22’si rekabetçi bir toplumu seçmektedir.

Kişilik boyutundaki bazı sorulara verilen yanıtlar “modernleşme/çağdaşlaşma” yolunda yolun yarısında bulunulduğuna işaret etmektedir. Görüşülen kişilerin “kendi



niteliklerini” tanımaktan uzak ve farklı “seçeneklerin” bulunduğu habersiz oldukları ya da bunu tercih ettikleri/ettirildikleri açıktır.

Toplumda geleneksel toplumsallaşma araçlarının hâlâ etkili olduğu ve çağdaş rekabet kavramının henüz yerleşmediğini görülmektedir.

Görüşülen kişilerin eşitlikten ve gelişmeden ne anladıklarının çelişkili olduğu görünmektedir. Bu tutumların daha çok grup içi tutumları yansıttığını ve **“ortak” hedef için “rekabetten” ziyade “işbirliği” tutumunun** tercih edildiği söylenebilir. Bu tutumlar, aslında, geleneksel yapının izleridir. Bununla birlikte, toplumun 2/3’ünün “rakiplerle” arkadaşlık eğiliminde bulunmasının **gelenekselden modernliğe geçiş göstergesi** olduğu ifade edilebilir.

Sonuç olarak;

- ✓ Deneklerin rekabet meselesinin bazı boyutlarının bazı sorularına ilişkin olarak gelenekselden (eski) çağdaş (modern) rekabet anlayışına doğru gelişme sağladıklarını;
- ✓ Ancak, gerek kişisel, gerek toplumsal yönden gerekse rekabet-işbirliği boyutuna ilişkin olarak geleneksel yapı ve anlayışın etkisinde ya da bu yönde algıya sahip olduklarını göstermektedir.

Aslında bu yaklaşım; ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda rekabetçi, eşitlikçi ve çoğulcu bir yapının gelişmesini engelleyecektir. Bir başka deyişle, merkezîyetçi-adem-i merkezîyetçi, devletçi-özel girişimci, özgürlükçü-sınırlayıcı siyasal yapıların gelişimi bu yaklaşımdan etkilenmektedir.



2. TOPLUMDA REKABETÇİLİK VE REKABET ALGISI

“Rekabet, üstünlük sağlama amacı ile diğerlerine, rakiplere karşı yürütülen yarışma etkinliklerinin bütünüdür. Bu terim işletmecilik, iktisat, çevrebilim, spor ve sanat dallarını da içeren alanlarda sıkça kullanılmaktadır. Rekabet bireyler arası olduğu gibi demografik, sosyolojik, kültürel, ekonomik ya da siyasi kümeler arasında da olabilir.

Rekabet, içsel ya da dışsal getirileri de içeren çeşitli sonuçlara yol açabilir. Bazı alanlardaki rekabet (ve sonuçları), bireylerin ya da toplumların yaşam savaşını ya da hayatta kalma ihtimalini doğrudan etkileyebilir (örneğin kaynak ya da toprak kazanımları). Diğer bazı alanlardaki (örneğin piyasa alanı ya da siyasi alandaki) rekabet (ve sonuçları) ise belirli bir tarihsel andaki toplumsal değerlerin sonucu olarak ortaya çıkmış olup, temel olarak bireysel ve toplumsal yaşamın niteliğini etkiler.”¹

Wikipedia’da yer alan yukarıdaki tanım belki idealize edilmiş bir rekabet tanımı olarak değerlendirilebilir. Ama toplumsal yaşamda rekabetin mi ya da dayanışmanın, yardımlaşmanın mı daha doğru sonuçlar üreteceği de anlamlı ve gerekli bir soru.

Ülke insanında rekabetçi duygular, yaklaşımlar var mı? Rekabet algısı ve tanımı ne? Hangi alanlarda rekabetçilik varken, hangi alanlarda rekabetin değil de, dayanışmanın gerekli olduğu kanaati var?

Bu ve benzeri sorulara cevap üretebilmek amacıyla Marmara Üniversitesi’nden Prof. Dr. Ömer Faruk Gençkaya’nın danışmanlığında, bu ayın teması olarak “toplumda rekabetçilik ve rekabet algısını” seçtik.

2.1. Toplumda Rekabetçilik

Uluslararası rekabet endeksi alanında da kullanılan sorular arasından bir sonraki sayfada yer alan tablodaki 16 soruyu kullandık. KONDA Barometrelerinin ortak bulgusu olarak dikkatimizi çeken, ülkemiz insanının “iyi, doğru, güzel” tanımlarıyla “gündelik hayat pratikleri” arasında oluşan farklılığı da dikkate alarak üç soruyu da biz tasarladık.

Sorular kurgulanırken dört ayrı alan (ya da boyut) düşünüldü: Kişilik özellikleri olarak rekabetçilik; rekabet ve işbirliğine dayalı alanlarda kanaat ve değerler; birey, toplum ve devlet arasındaki ilişkilerde (bir bakıma kamusal alanda) rekabet; ve gündelik hayat pratiklerinde rekabet algısından üreyen ya da bu algının gerçek hayattaki karşılıklarına dair ipuçlarını ortaya çıkarabileceğimiz sorular kullanmayı hedefledik.

¹ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Rekabet>



Kişilik	Ya hep ya hiç benim yaşam felsefemdir.
	İstediğim şeyi elde etmek için her yolu denerim.
	Hayatta başka insanlara göre daha yukarılarda yer almak isterim.
	Hayatta hiçbir zaman risk almam.
	Sonunu düşünen kahraman olamaz.
Rekabet ve İşbirliği	Kıyasıya rekabet herkes için zararlıdır.
	Arkadaşlarıma ancak kendi işimi bitirdikten sonra yardımcı olurum.
	Karşılıklı yardımlaşma iş ve sosyal yaşamda ortak başarı getirir.
	Başarılı insanlar buldukları yere başkalarının yardımlarıyla geldiklerini bilirler.
	Rakiplerimle asla arkadaşlık kurmam.
Birey-toplum-devlet ilişkileri	Ekonomik hayatın yasalarla düzenlenmesi eşitlik sağlar.
	Devlet piyasaya müdahale etmemelidir.
	Uluslararası müsabakalarda ayırım yapmadan kendi takımlarımızı tutarım.
	Bireylerin ekonomik faaliyetleri toplumun refahı için denetlenebilir.
	Kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır.
	Rekabet toplumun gelişmesini sağlar.
Hayat pratikleri	İsteyerek, mutlu olarak çalışacağınız iş konusunda maaşı dışında hangisi sizin için en önemli unsurdur?
	Başarı kelimesi sizin için ne ifade ediyor?
	Seçim yapmak durumunda olsaydınız, hangisinin en önemli olduğunu söylerdiniz? (Gelişen ekonomi / Rekabetçi toplum / Güçlü devlet)

Araştırmanın bulguları üzerinden faktör analizi yapıldığında, en anlamlı sonuçları üreten 7 soru ve 3 boyut ortaya çıkmaktadır. Bu üç boyut ve her bir boyutu oluşturan sorular araştırmanın tasarımında tanımlananlarla aynıdır. Bu nedenle analizler yapılırken bu üç boyut esas alınmıştır.



Sorular	Boyutlar			
	1	2	3	
Kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır.	,707 ²	-,503	-,011	Toplum ve devlet boyutu
Rekabet toplumun gelişmesini sağlar.	,671	-,534	-,046	
Ya hep ya hiç benim yaşam felsefemdir.	,527	,621	-,231	Kişilik boyutu
İstediğim şeyi elde etmek için her yolu denerim.	,544	,612	-,234	
Kıyasıya rekabet herkes için zararlıdır.	,012	,186	,707	Rekabet ve işbirliği boyutu
Karşılıklı yardımlaşma iş ve sosyal yaşamda ortak başarı getirir.	,189	,179	,575	
Başarılı insanlar buldukları yere başkalarının yardımlarıyla geldiklerini bilirler.	,378	,048	,453	

2.2. Rekabetçi Kişilik Toplumda Yaygın mı?

Kabaca bakıldığında toplumun rekabetçi kişilikler bakımından üçe ayrıldığı görülmektedir. Beş sorunun cevapları arasında bazı farklılıklar olsa da bir tarafta beşte ikilik, diğer tarafta yine beşte ikilik ve nötr ya da orta alanda beşte birlik bir cevap dağılımı gözlenmektedir.

“Ya hep ya hiç benim yaşam felsefemdir” diyenler yüzde 38 oranındayken, böyle düşünenler yüzde 39 oranındadır.

“İstediğim şeyi elde etmek için her yolu denerim” diyenler yüzde 41 iken, böyle olmadığını belirtenler yüzde 39 oranındadır.

“Hayatta başka insanlara göre daha yukarılarda yer almak isterim” diyenler yüzde 37 oranındayken, istemeyenler yüzde 42 oranındadır.

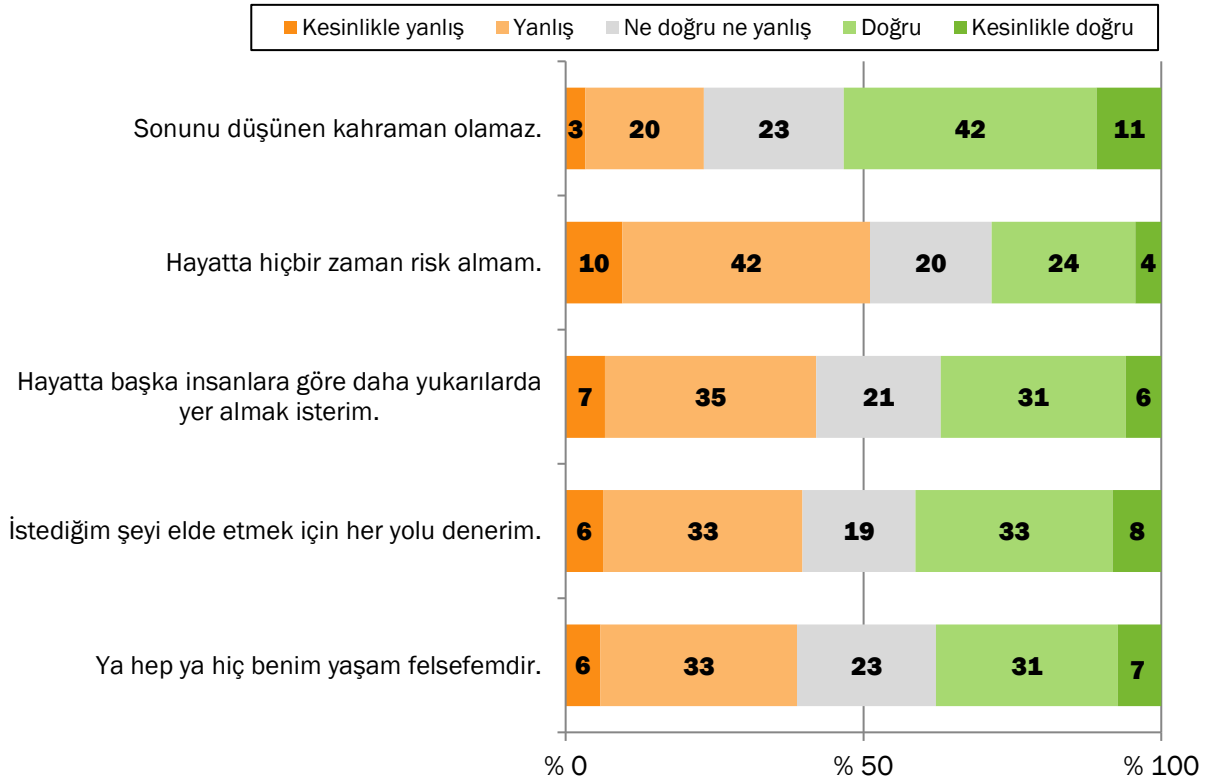
“Hayatta hiçbir zaman risk almam” diyenler yüzde 28 oranındayken, bu önermeye “yanlış” cevabı verenler yüzde 52 oranındadır. Yani bu yüzde 52 insan “hayatta her zaman risk alırım” anlamına gelecek şekilde cevap vermektedir.

“Sonunu düşünen kahraman olamaz” diye düşünenler yüzde 53 oranındayken, tersini düşünenler yüzde 23 oranındadır.

² Bu tabloda yer alan sayılar 1'e ne kadar yakınsa, o sorunun o boyutu açıklama gücü o denli yüksektir.



Rekabetçilik / Kişilik



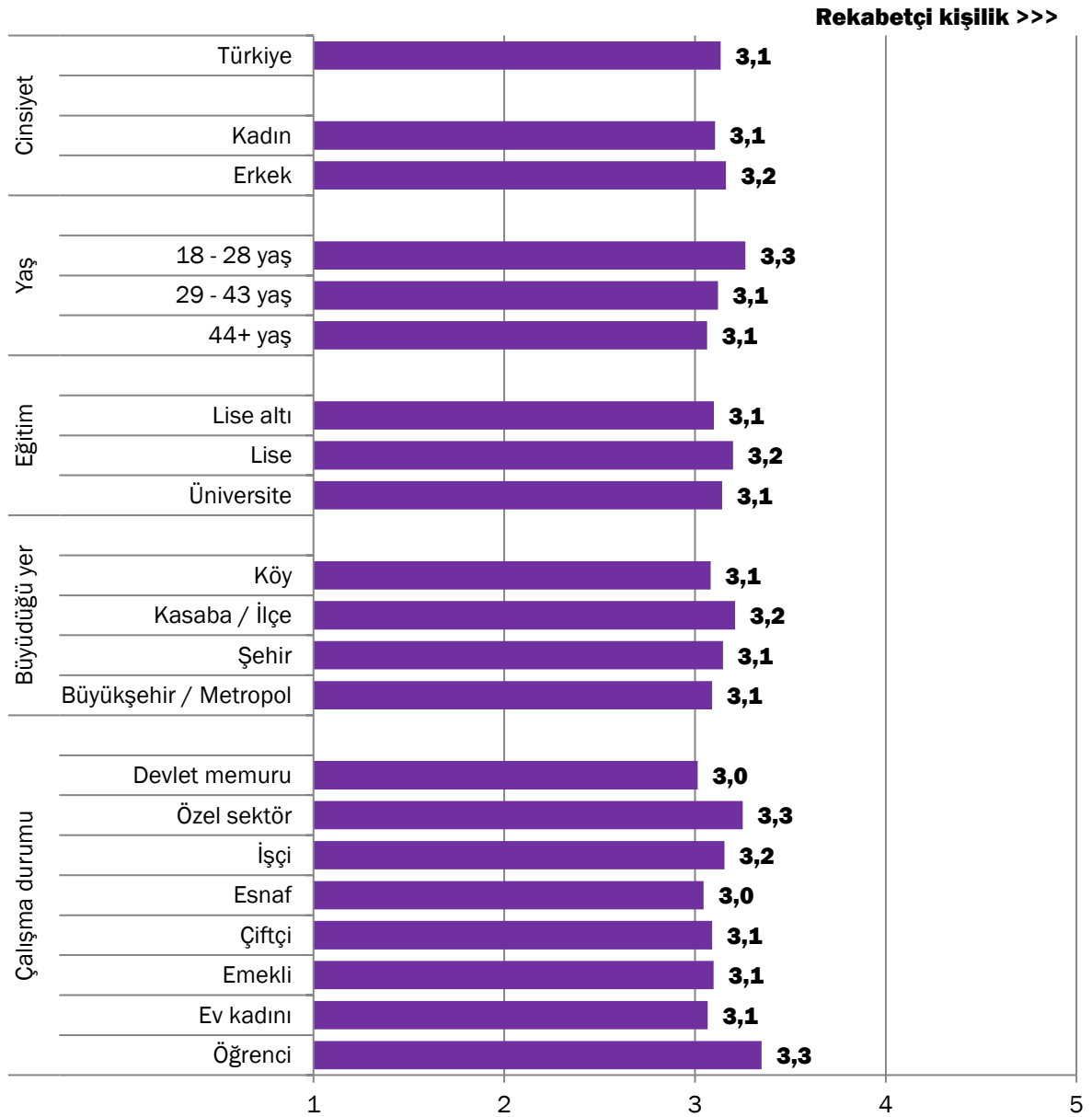
Bu bulgulardan toplumun beşte ikilik bir bölümünün oldukça rekabetçi bir kişiliğe sahip olduğu söylenebilir. Öte yandan cevapların ortalamaları alındığında (aşağıdaki grafik) toplum ortalamasının neredeyse ortada bir pozisyon ürettiği görülmektedir.

Rekabetçilik / Kişilik





Rekabetçi Kişilik Boyutu

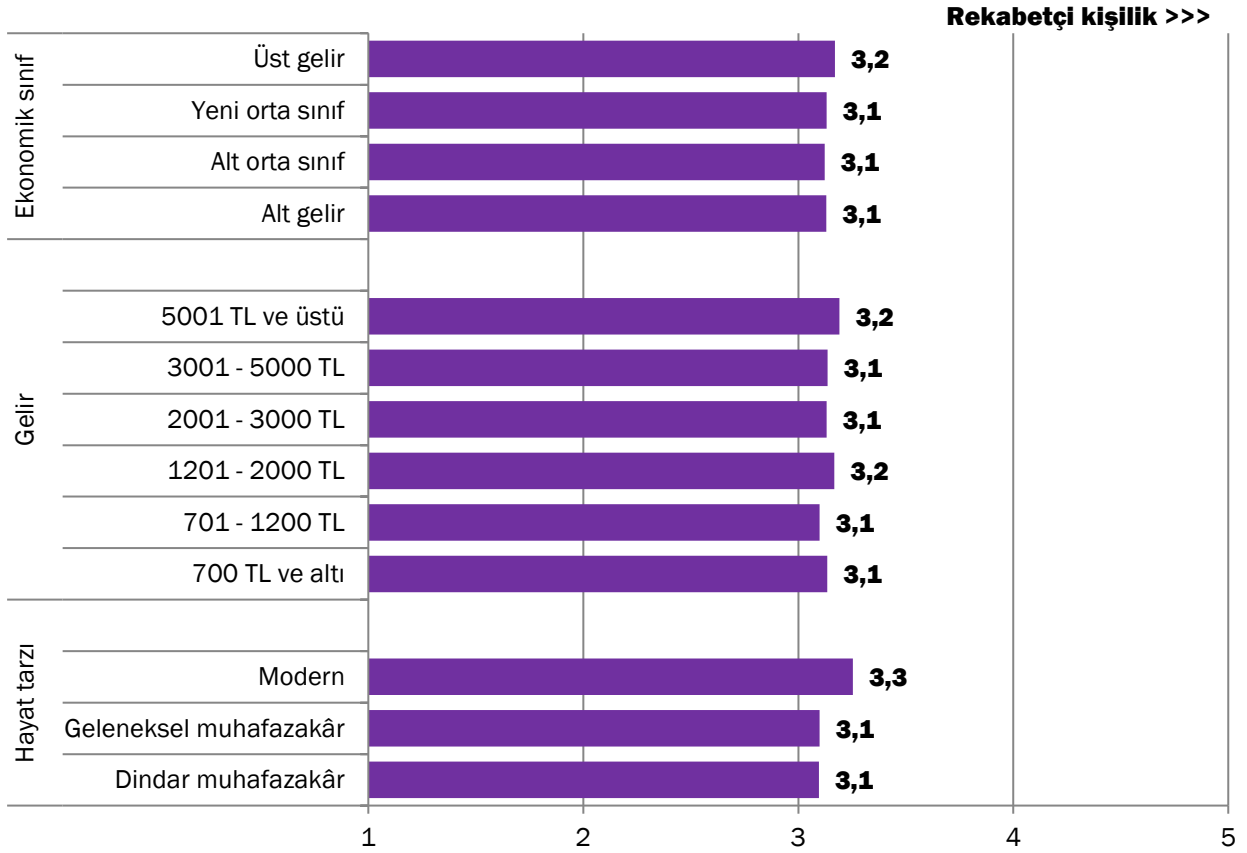


Erkekler kadınlara nazaran, gençler orta yaş ve 44 yaş üstüne nazaran biraz daha rekabetçi kişiliğe sahip görünmektedirler ama fark kayda değer değildir. Eğitim seviyesi de özel bir farklılık üretmemektedir. Öğrenciler ve özel sektör çalışanları bir nebze daha rekabetçi kişiliğe yatkın görünmektedirler. İlginç bulgulardan biri metropollerde yetişenlerin kırsal kesimlerde yetişenlerle benzer derecede rekabetçiliğe kişiliğe sahip oluşlarıdır.

Ekonomik sınıflar arasında küçük de olsa bir farklılık olmadığı gözlenirken, modern hayat tarzına sahip olanlar diğerlerine kıyasla bir nebze daha rekabetçi kişiliğe sahip görünmektedirler.



Rekabetçi Kişilik Boyutu



2.3. Rekabet ve İşbirliği

Rekabet ve işbirliği boyutuna bakıldığında, toplumun rakiplerle ilişki kurmaktan yana durduğu gözlenmektedir.

“Karşılıklı yardımlaşma iş ve sosyal yaşamda ortak başarı getirir” cümlesini toplumun yüzde 86’sı doğru bulmaktadır.

“Rakiplerimle asla arkadaşlık kurmam” cümlesini yalnızca toplumun yüzde 22’si doğru bulmaktadır. Diğer bir deyişle toplumun yüzde 62’si bu cümleye “yanlış” cevabı verirken, rakipleriyle ilişki kurmayı doğru bulmaktadır.

“Başarılı insanlar buldukları yere başkalarının yardımlarıyla geldiklerini bilirler” cümlesini yüzde 54 insan doğru bulmaktadır.

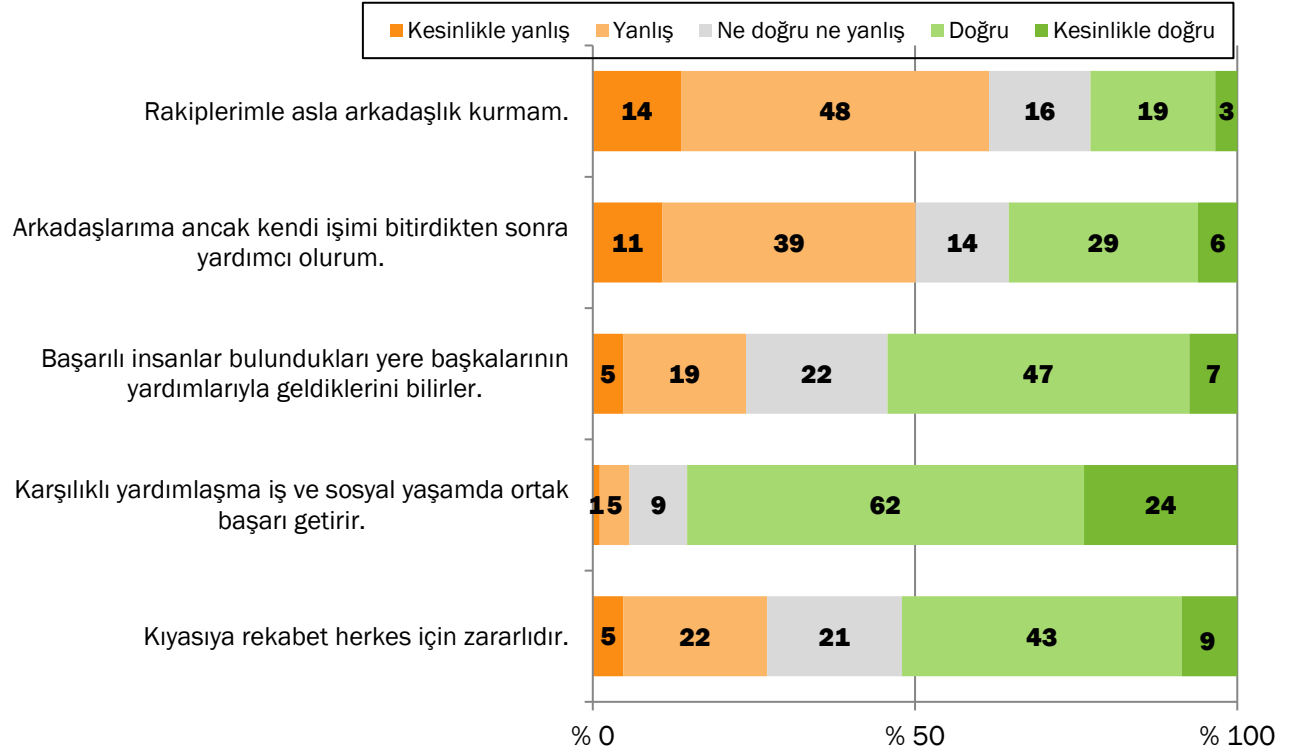
“Kıyasıya rekabet herkes için zararlıdır” cümlesini yüzde 54 doğru bulmaktadır.

“Arkadaşlarıma ancak kendi işimi bitirdikten sonra yardımcı olurum” yüzde 35 doğru, yüzde 50 yanlış demektir. Bu yüzde 50 bir bakıma arkadaşlarla dayanışmayı kendi işini bitirmekten bağımsız olarak düşündüğünü ifade etmektedir.



Genel ortalamalardan bakıldığında toplumun rekabetten daha çok işbirliğinden yana durduğu görülmektedir.

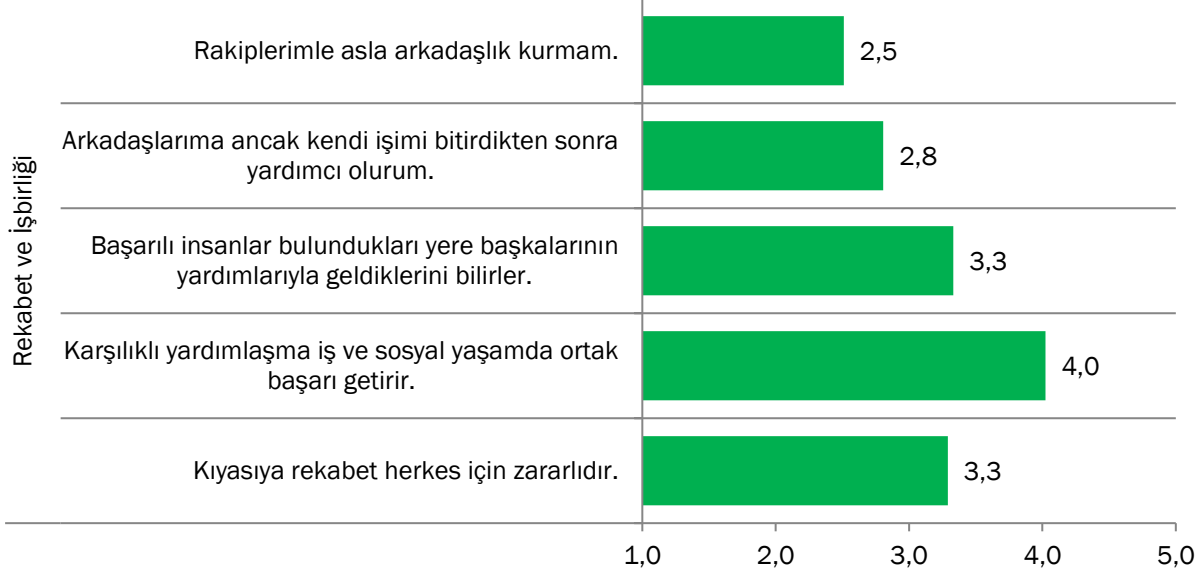
Rekabet ve İşbirliği





Rekabet ve İşbirliği

Rekabetçilik >>>



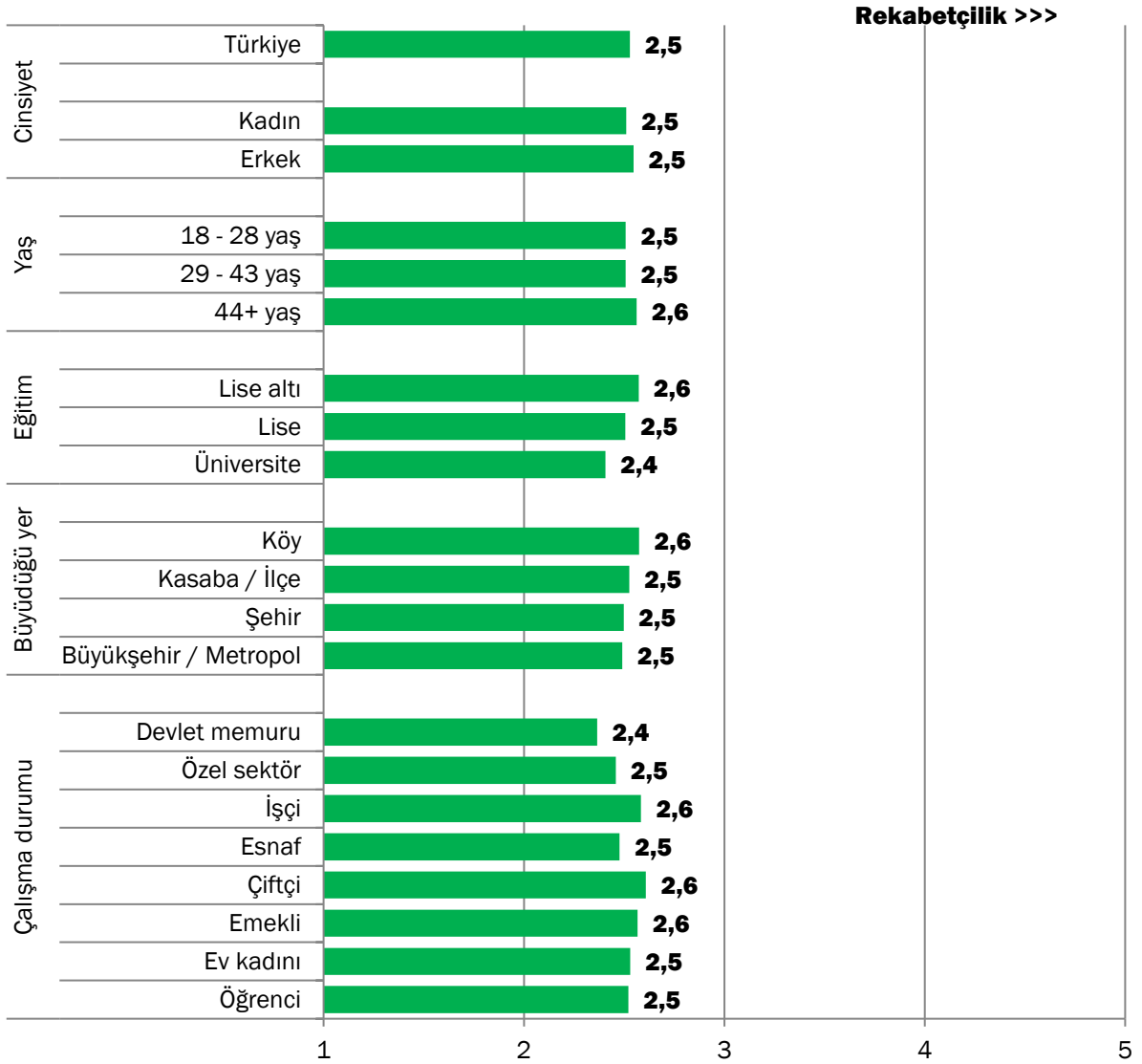
Rekabet ve işbirliği boyutunda genel ortalamaları hesaplayabilmek için işbirliğini öne çıkaran soruların cevapları önce terse çevrilerek (yani soru işbirliğini değil rekabeti öne çıkaracak şekilde çevrilerek) ortalama hesaplanmıştır.

Hesaplanan ortalamalar üzerinden bakıldığında, cinsiyet, yaş, eğitim ve iş gibi demografik farklar rekabete yatkınlık konusunda farklılık üretmemekte ve tüm kümeler rekabettense işbirliğine daha yatkın tutum göstermektedirler.

Benzer biçimde ekonomik sınıf ve sosyolojik kümelerin tümü benzer biçim ve dozda rekabetçilikten daha çok işbirliğine yatkın görünmektedirler.



Rekabet ve İşbirliği Boyutu





2.4. Birey-Toplum-Devlet ve Rekabetçilik

Toplum hayatının düzenlenmesinde rekabetin yerine insanların nasıl baktığı, 6 soru ile anlaşılmasına çalışılmıştır.

“Kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır” cümlesine yüzde 64 doğru bulmaktadır.

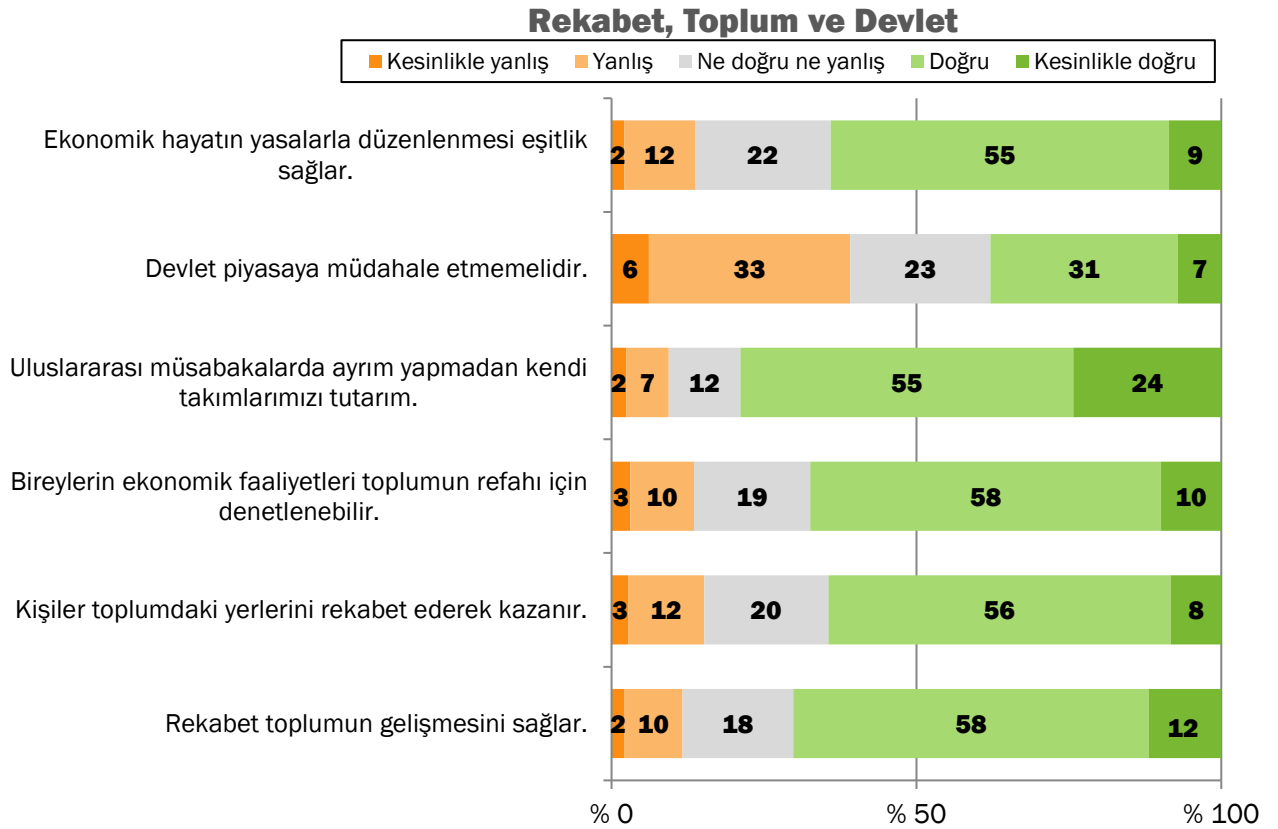
“Rekabet toplumun gelişmesini sağlar” fikrinde olanlar yüzde 70 oranındadır.

“Ekonomik hayatın yasalarla düzenlenmesi eşitlik sağlar” fikrine toplumun 63’ü doğru demektedir.

“Devlet piyasaya müdahale etmemelidir” fikrini doğru bulanlar yüzde 38 oranındayken, karşı çıkanlar yüzde 39 oranındadır.

Toplumun yüzde 79’u “uluslararası müsabakalarda ayırım yapmadan kendi takımlarımızı tutarım” demektedir.

“Bireylerin ekonomik faaliyetleri toplumun refahı için denetlenebilir” fikrine yüzde 68 olumlu bakmaktadır.

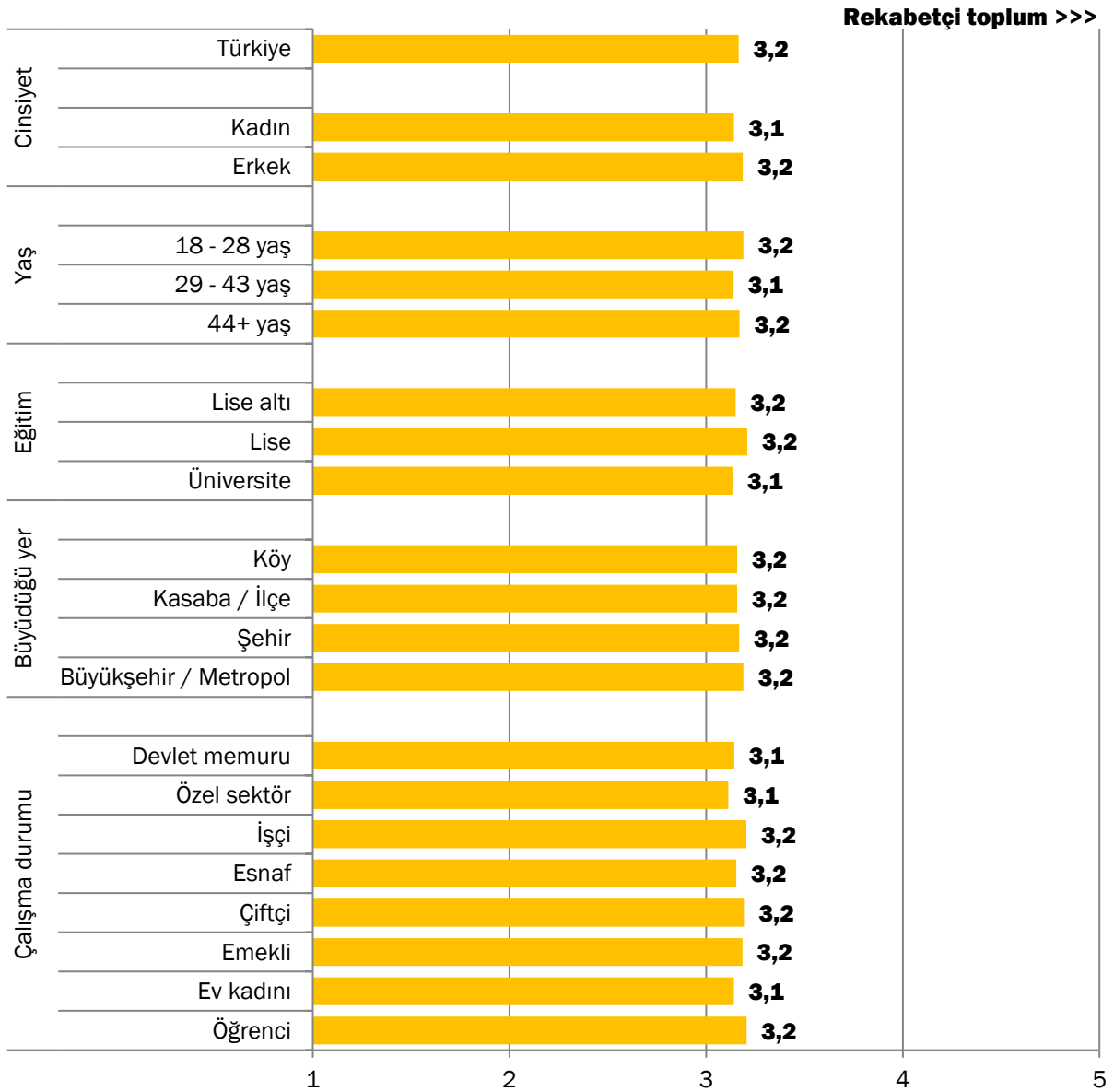


Her ne kadar rekabetin toplumun gelişmesini sağladığı ve kişilerin toplumda yerlerini rekabetle kazandıkları fikirleri genel kabul görse de, toplumun üçte ikisinin refah, eşitlik, şoven duygular gibi nedenlerle aslında toplumsal ve ekonomik yaşamda rekabete sıcak bakmadığı, devletin denetiminden yana olduğu anlaşılmaktadır.



Demografik veya sosyolojik gruplar arasında devlet ve toplumda rekabetçilik boyutundaki tutumda çok küçük ayrımlar dışında hiçbir farklılık gözlenmemektedir.

Devlet ve Toplum Boyutu



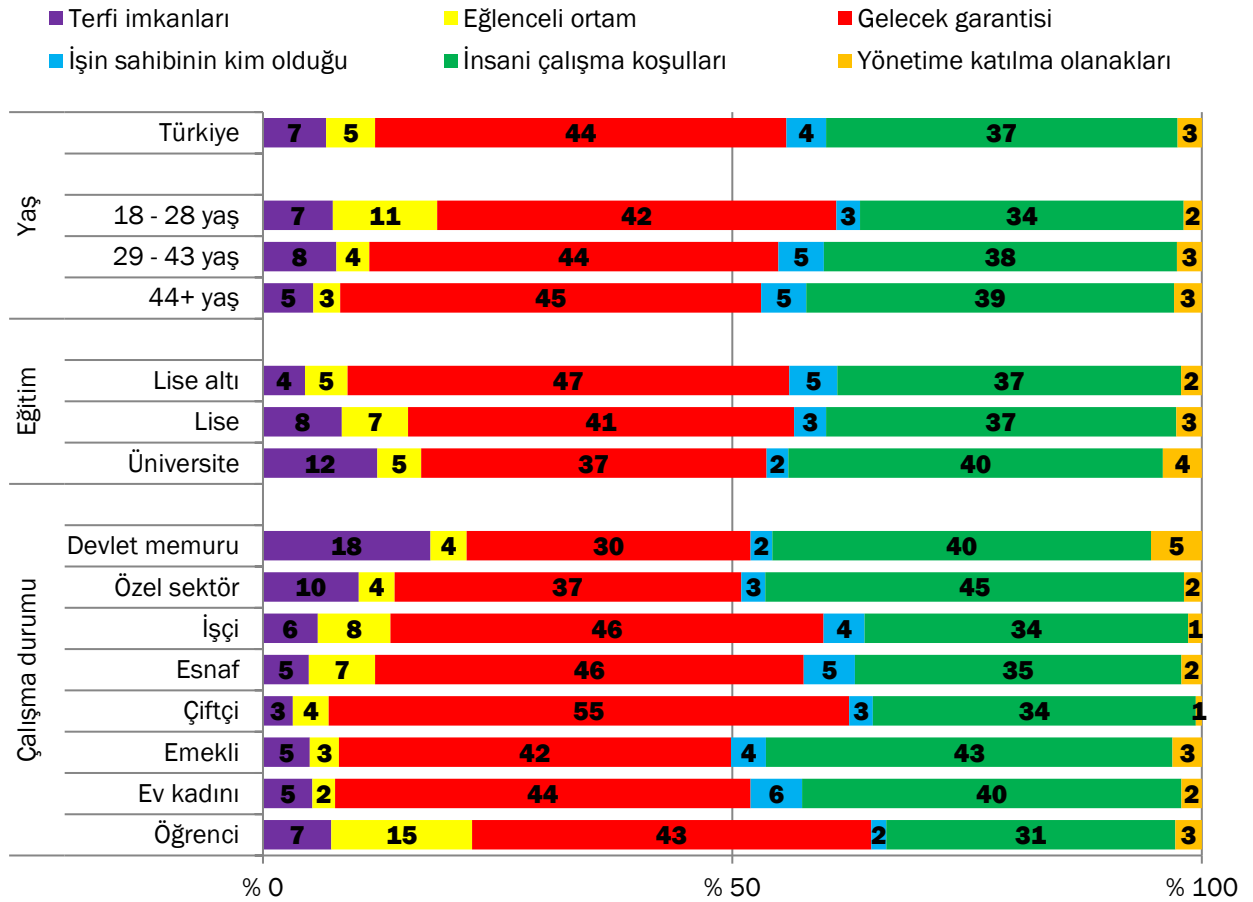


2.5. Hayat Pratikleri ve Rekabetçilik

2.5.1. Mutlu olarak çalışacağı iş

Toplumun “mutlu olarak çalışacağı iş” en öncelikli olarak gelecek garantisi sağlayan iş anlamına gelmektedir (yüzde 44). İkinci sırada ise yüzde 37 oranında söylenen “insani çalışma koşullarıdır”. Terfi imkanları (yüzde 7), eğlenceli ortam (yüzde 5), işin sahibinin kim olduğu (yüzde 4) ve yönetime katılma olanaklarının (yüzde 3) işteki mutluluktaki payları görece düşüktür.

Mutlu olarak çalışacağı iş konusunda, maaşı dışında hangisi sizin için en önemli unsurdur?



Görüldüğü gibi toplumun mutlu olacağı iş tanımı rekabet, kariyer, yönetime katılma gibi unsurlar üzerinden değil gelecek kaygısı, insani çalışma koşulları gibi daha temel beklentiler unsurlar üzerinden gelişmektedir.

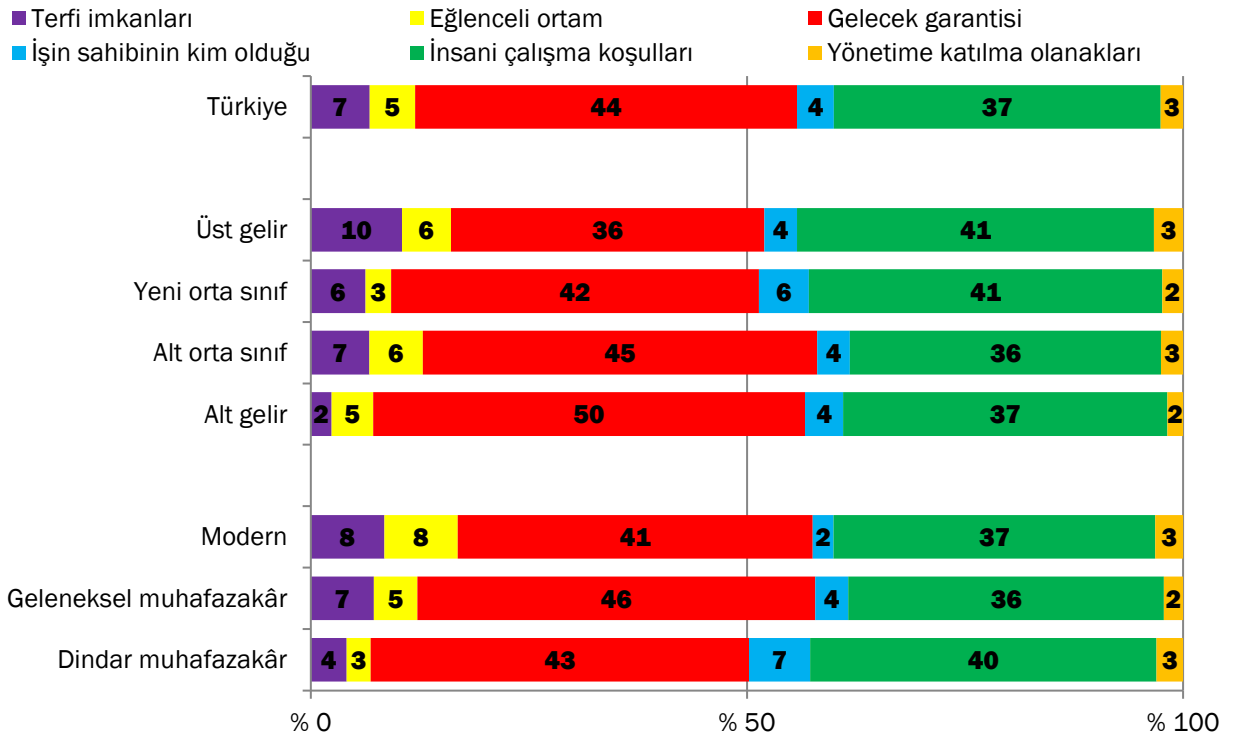
Kadınlar ve erkekler arasında bu sıralama değişmemektedir. Gençlerde temel fark eğlenceli ortam beklentilerinin (yüzde 11) genel ortalamadan dikkat çekici biçimde daha yüksek olmasıdır. Bununla beraber, küçük farklarla da olsa, sıralama toplumdaki sıralama ile aynıdır.



Eğitim seviyesi d¼řt¼k¼e “gelecek garantisi” olduk¼a ¼ne ¼ıkmakta, y¼kseldik¼e terfi imkanları daha fazla ¼nemsemektedir. Fakat y¼netime katılma talebinde kayda değer bir değişiklik g¼zlenmemektedir.

Devlet memurları i¼in terfi imkanları ve ¼ęrenciler i¼in eğlenceli ortam diğer k¼melere kıyasla daha ¼ne ¼ıkmaktadır.

Mutlu olarak ¼alıřacaęı iř konusunda, maaşı dışında hangisi sizin i¼in en ¼nemli unsurdur?



Ekonomik sınıflar arasında alt gelirlielerde gelecek garantisi kayda değer bi¼imde daha fazla ¼nemsenirken, ¼st gelirlielerde terfi imkanları diğerlerine kıyasla artıyor g¼r¼nmektedir. Benzer eğilim hayat tarzı k¼meleri arasında da g¼zlenmektedir. Modernler gelecek garantisini ortalamaya kıyasla bir miktar daha az, terfi imkanlarını ise biraz daha fazla ¼nemsemektedir.

Fakat s¼z¼n¼ ettiğimiz farklılıklar son derece k¼çük olup, gelecek garantisi ve insani ¼alıřma koşulları t¼m demografik, sosyolojik ve ekonomik k¼melenmelerde olduk¼a dikkate değer oranlarda ¼ne ¼ıkmaktadır.

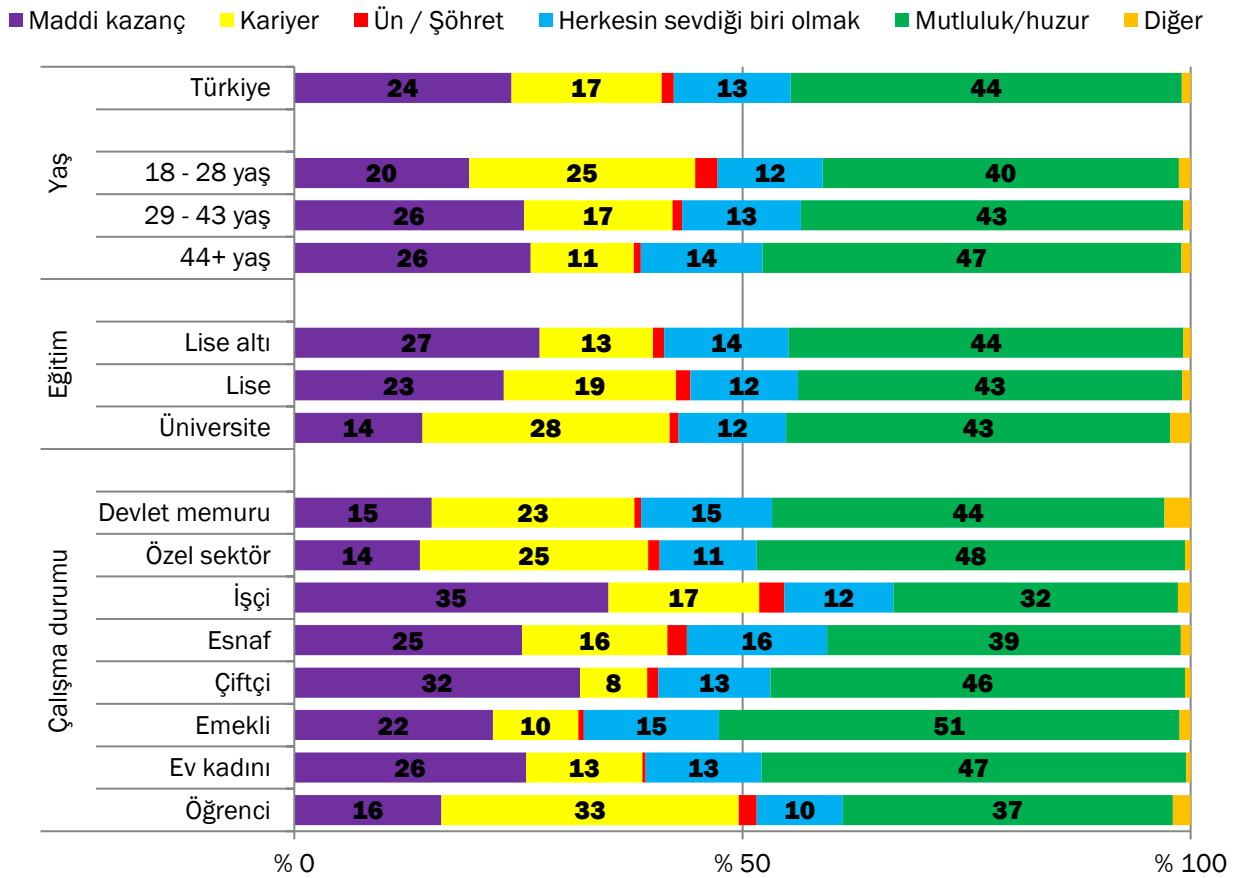


2.5.2. Başarı tanımı

Topluma göre başarının temel tanımı “mutluluk / huzur” (yüzde 44) ve kısmen maddi kazançtır (yüzde 24). Sonrasında sırasıyla kariyer (yüzde 17), herkesin sevdiği biri olmak (yüzde 13) ve ün / şöhret gelmektedir.

Görüldüğü gibi, kişinin mutlu olacağı iş tanımında olduğu gibi başarı tanımlaması da duygusal bir yerden yapılmaktadır. Fakat mutlu olunacak iş tanımından biraz farklı olarak, farklı grupların başarı tanımı birbirinden daha fazla ayrılmaktadır.

Başarı kelimesi sizin için ne ifade ediyor?



Başarı tanımı olarak gençlerde kariyer, yaş ilerledikçe de mutluluk/huzur kayda değer biçimde yükselmektedir. Farklı eğitim seviyelerinde başarı tanımı olarak huzur aynı ağırlıkta görünmekle beraber, lise altı eğitimliler maddi kazancı, üniversite eğitimliler kariyeri daha öne çıkarmaktadır.

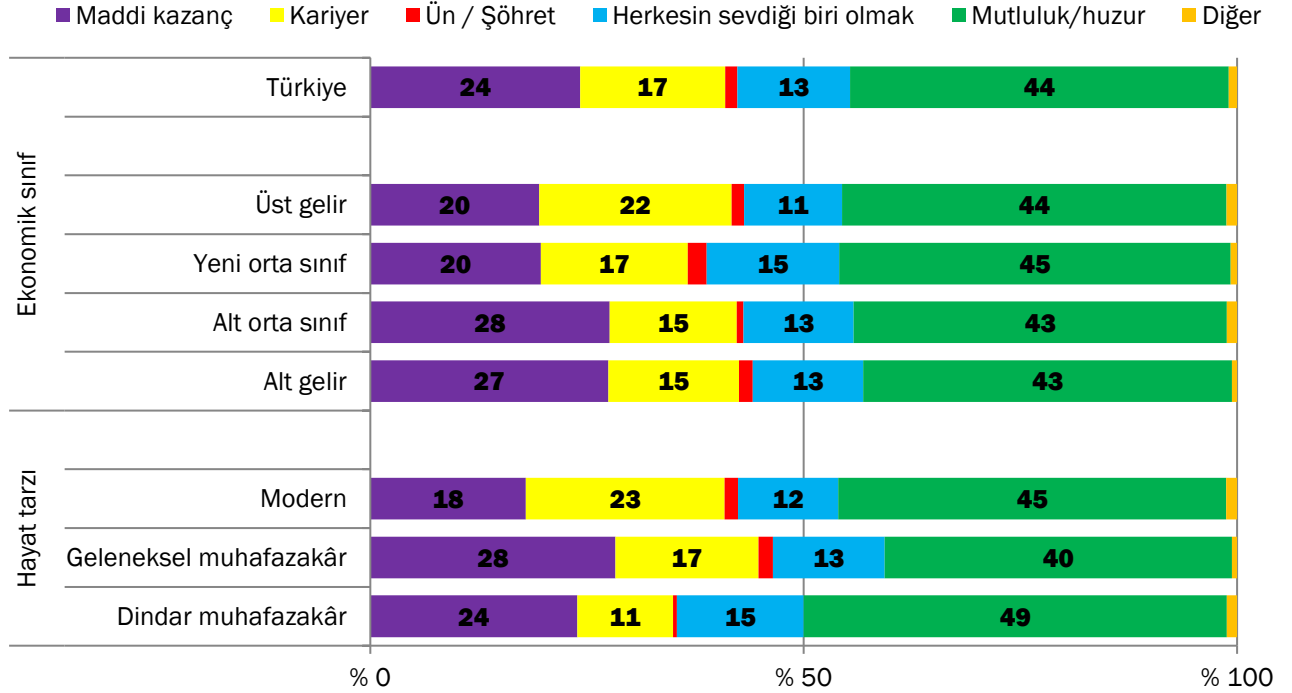
İşçilerde ve çiftçilerde maddi kazanç, öğrencilerde ve özel sektör veya devlet çalışanı beyaz yakalılarda kariyerin başarı tanımı olarak ağırlığı artmaktadır.

Sınıf yükseldikçe kariyer, düştükçe maddi kazanç başarı tanımı olarak daha fazla tercih edilmektedir. Benzer biçimde modernler arasında kariyer, muhafazakarlar arasında ise maddi kazanç ağırlık kazanmaktadır.



Aslında görüldüğü gibi toplum oldukça gerçekçidir. Her küme kendi koşulları ve ihtiyaçları üzerinden soğukkanlı bir sıralama yapmaktadır.

Başarı kelimesi sizin için ne ifade ediyor?



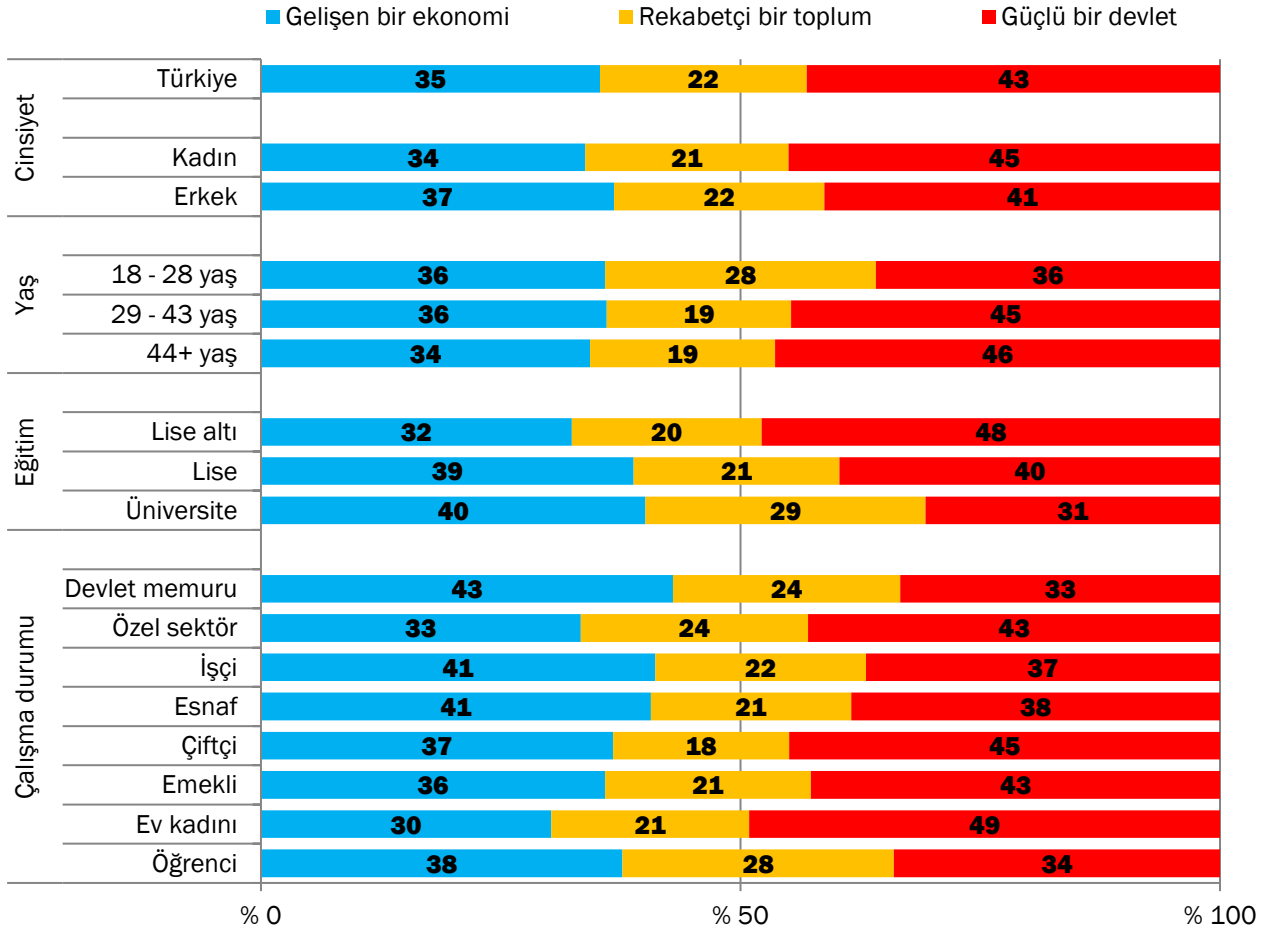
2.5.3. Rekabetçi toplum güçlü devletten veya gelişen ekonomiden önemli mi?

Eğer bir seçim yapmak zorunluluğu olsaydı, toplumun yüzde 43'ü güçlü bir devletin, yüzde 35'i gelişen bir ekonominin, yüzde 22'si rekabetçi bir toplumun daha önemli olduğunu ifade etmektedir.

Bu noktada, bu soruyu sormamıza daha önce sorduğumuz bir sorunun ilham vermiş olduğunu belirtelim. Eylül 2012'de yaptığımız "Anayasaya Dair Algı ve Beklentiler Araştırması"nda güçlü devlet, kalkınmış ekonomi ve insancıl toplum arasında benzer bir tercih sorulmuştu. Görüştüğümüz kişilerin yüzde 40'ı "güçlü devlet", yüzde 39,7'si "istikrarlı ekonomi", yüzde 20,3'ü de "insancıl toplum" tercihi yapmıştı.



Seçim yapmak durumunda kalsaydınız, hangisinin en önemli olduğunu söylediniz?



Gençler arasında rekabetçi toplum, orta yaş ve üstündekiler arasında güçlü devlet daha fazla önemsenmektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe güçlü devlet vurgusu belirgin şekilde artmaktadır. Öğrencilerde ve beyaz yakalı çalışanlarda rekabetçi toplum bir parça öne çıkarken, ev kadınları güçlü devlete daha fazla vurgu yapmaktadırlar.

Ekonomik kümeler arasından üst gelir grubu rekabetçiliğe bir nebze daha yatkın gibi görünürken, diğer kümeler arasında fark gözlenmemektedir.

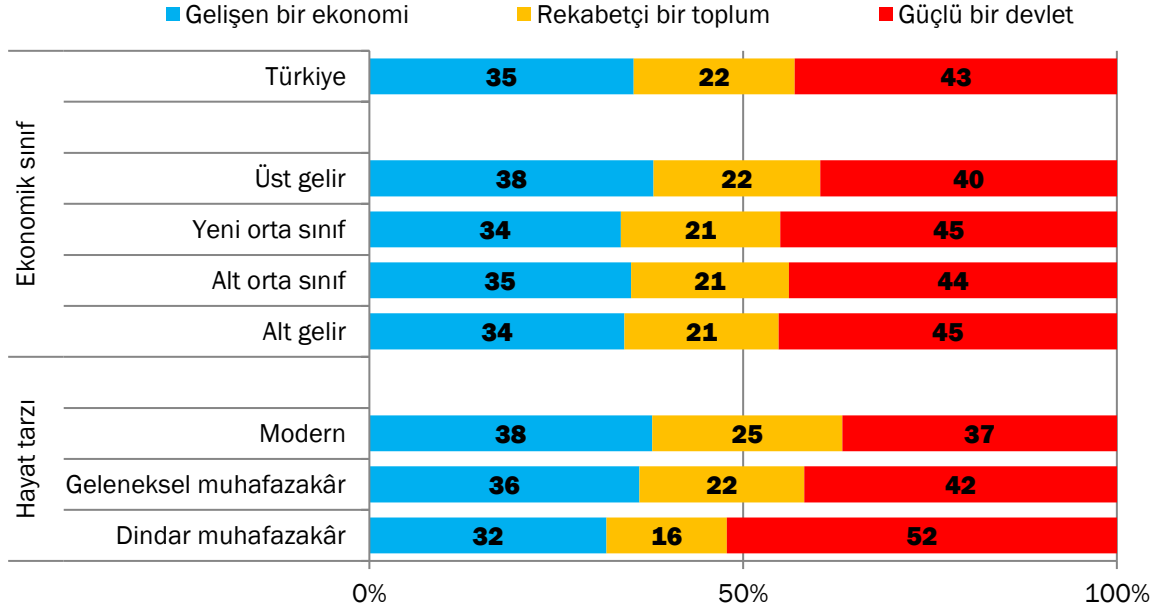
Modern hayat tarzına sahip olanlar gelişen ekonomi ve rekabetçi toplum tercihleri artarken, muhafazakarlık arttıkça güçlü devlet tercihi kayda değer biçimde artmaktadır.

Nispeten güçsüz olan kesimlerin devlete ağırlık verdikleri söylenebilir.

Sonuçta rekabetçi toplum hiçbir kümede en fazla önemsenen tercih olmasa da gençler, öğrenciler, üniversite mezunları ve modern hayat tarzına sahip olanlar arasında toplum tercihe göre daha fazla önemsendiğini görüyoruz.



Seçim yapmak durumunda kalsaydınız, hangisinin en önemli olduğunu söylediniz?

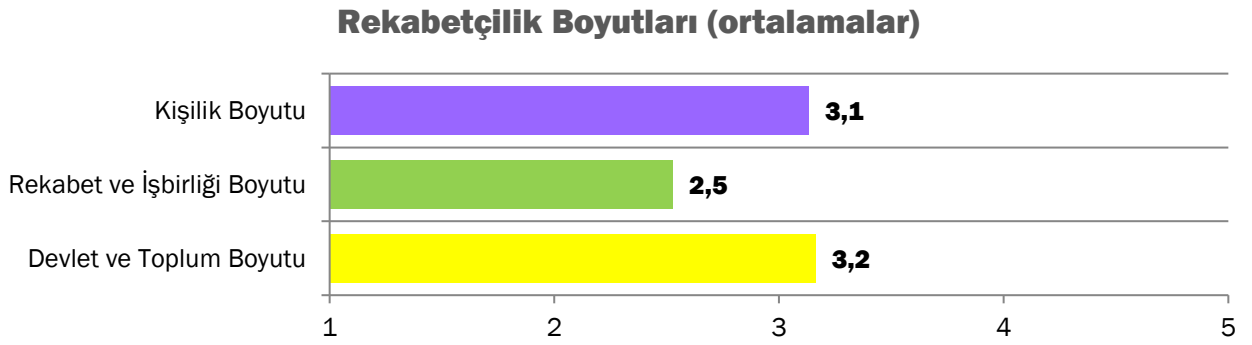




2.6. Rekabetçilik Açısından Toplumda Farklılık ve Kümelenmeler

Toplumdaki rekabetçiliğe dair üç boyut üzerinden verilen cevapların ortalamaları alındığında toplumun esas itibarıyla rekabetçi bir yapısının olmadığı görülmektedir.

Rekabetçi kişilik ve devlet-toplumda rekabetçilik boyutlarında verilen cevapların ortalamaları orta noktada, rekabet ve işbirliği boyutundaki cevapların ortalaması ise işbirliğinden yana olacak şekilde oluşmaktadır.

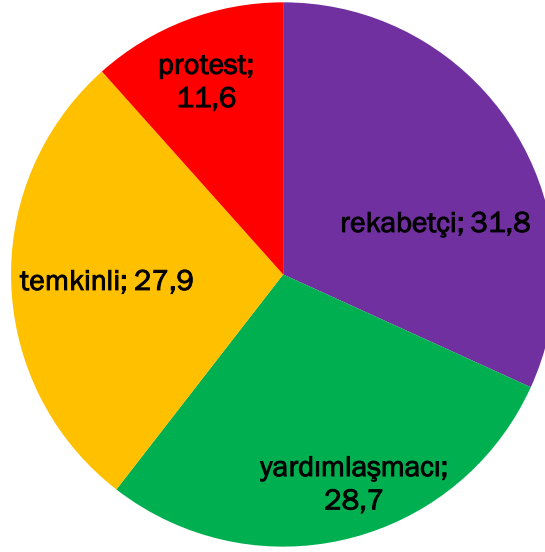


Önceki bölümlerde analiz etmeye çalıştığımız bulgulardan da anlaşıldığı kadarıyla tek tek sorular bazında küçük farklar dışında toplum içindeki herhangi bir kümenin diğerlerinden öne çıkmadığı görülmektedir.

Fakat cevapların tümü bir arada ele alınarak istatistikî kümeleme analizi (*clustering analysis*) yapıldığında, aşağıdaki grafikte görülen dört farklı küme oluşmaktadır. Kümeleme analiziyle oluşan dört kümeye, cevaplara ve oluşan farklılıklara bakarak “rekabetçi”, “temkinli”, “yardımlaşmacı” ve “protest” isimlerini verdik.



Rekabetçilik bakımından toplumdaki kümelenmeler



En rekabetçi kişiliğe sahip olanların bulunduğu küme toplumun yüzde 32'sini oluşturmaktadır. Yardımlaşmacı küme yüzde 29 oranındayken, rekabetçilik bakımından temkinli diyebileceğimiz küme yüzde 28 oranındadır. Yardımlaşmacılığın da rekabetçiliğin de düşük olduğu, bir bakıma meseleyle ilgisi çok düşük olan ve adına protest dediğimiz küme ise yüzde 12 oranındadır.

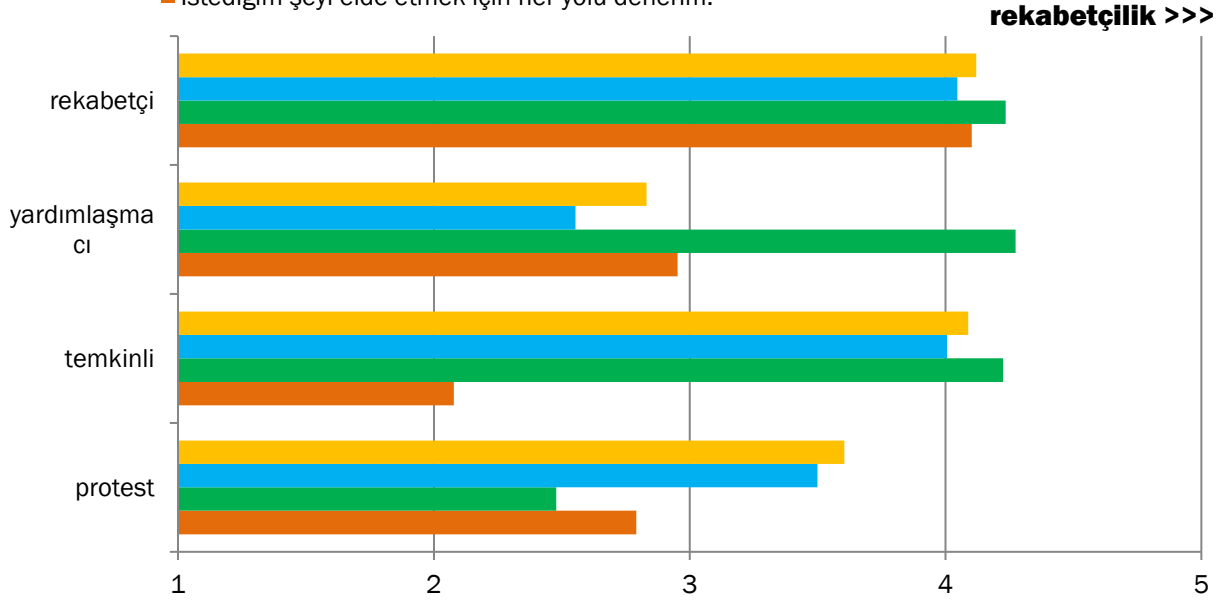
Aşağıdaki grafik bu dört kümenin profilinin ve farklılaştıkları alanları göstermektedir. Protest küme dışındakilerin tümü toplumda yardımlaşmacı karakter göstermektedirler. Fakat rekabetçi küme hem rekabetçilikten yanadır hem de rekabetçi kişilik karakterine sahiptir.

Temkinli kümenin rekabetçi kümeden temel farkı rekabetçi kişilik sahibi olmamalarıdır. Yardımlaşmacı küme ise hem yardımlaşmadan yanadır, hem toplumsal yaşamda dayanışma ve denetimden yanadır.



Rekabetçilik kümeleri

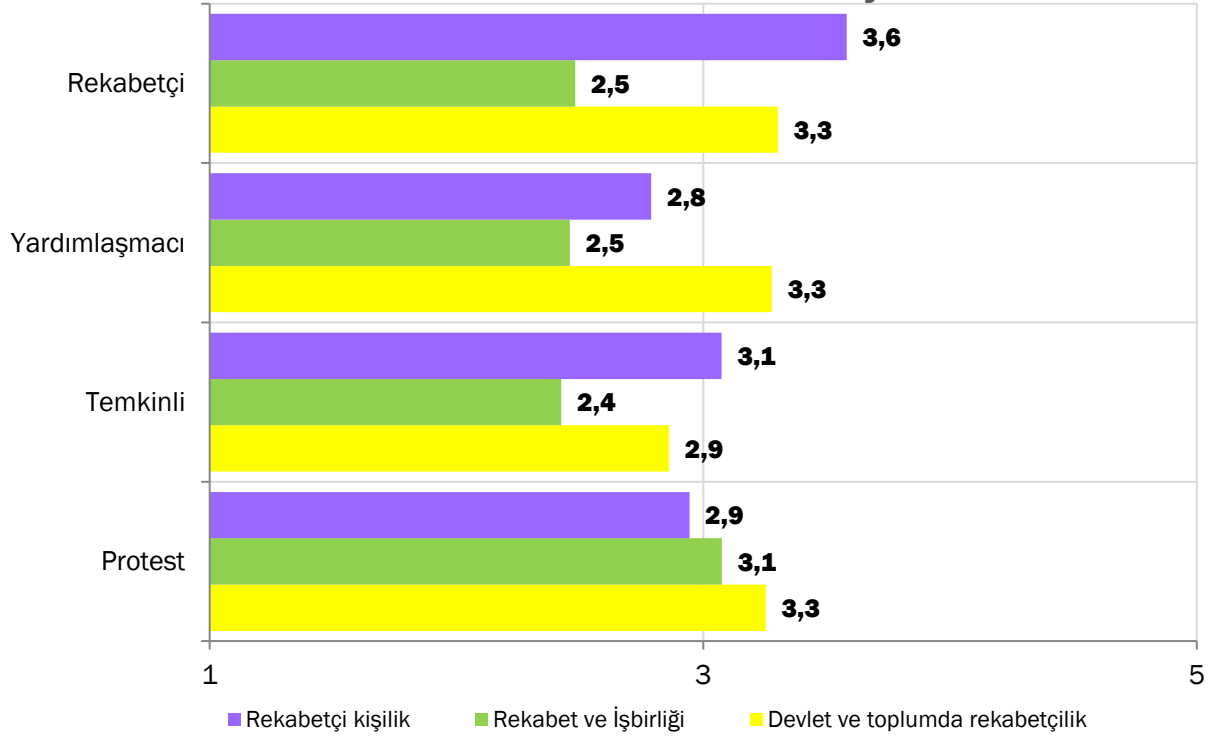
- Rekabet toplumun gelişmesini sağlar.
- Kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır.
- Karşılıklı yardımlaşma iş ve sosyal yaşamda ortak başarı getirir.
- İstediğim şeyi elde etmek için her yolu denerim.



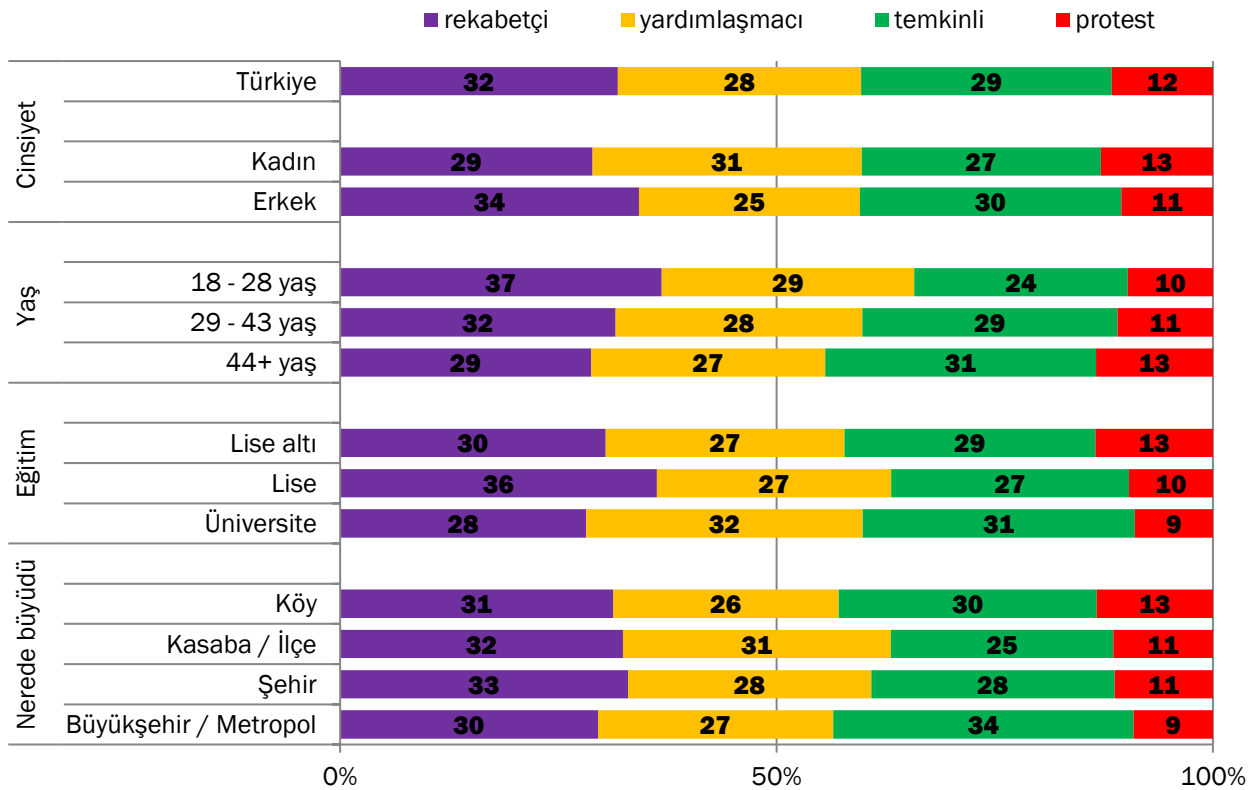
Erkekler kadınlara kıyasla daha rekabetçi görünüyorlar. İnsanlar gençleştikçe rekabetçi olanlar, yaşlandıkça temkinli olanlar artıyor. Lise eğitilmişler kendilerinden hem daha eğitilmiş hem de daha eğitimsiz olanlara kıyasla biraz daha rekabetçiler.



Rekabet kümelerinde rekabet boyutları



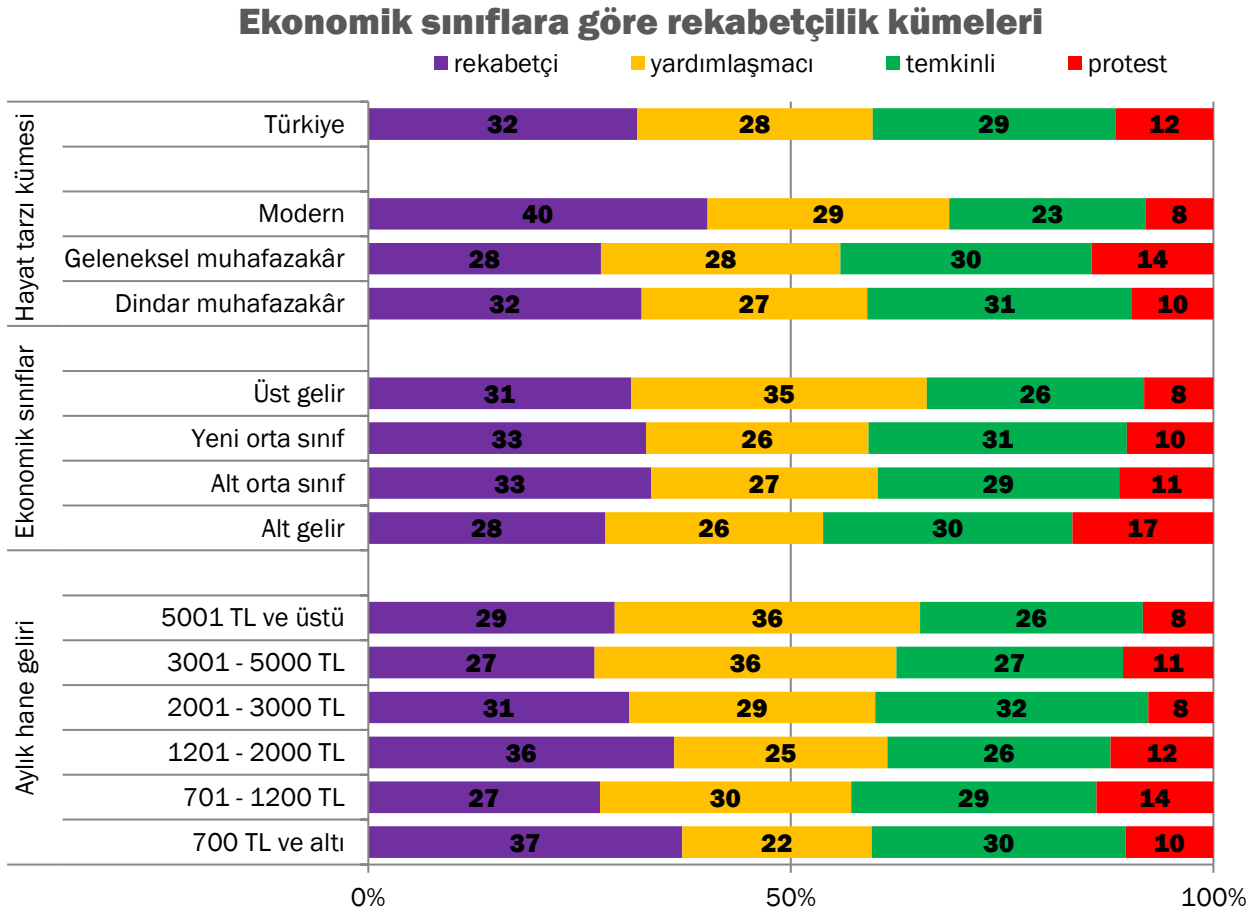
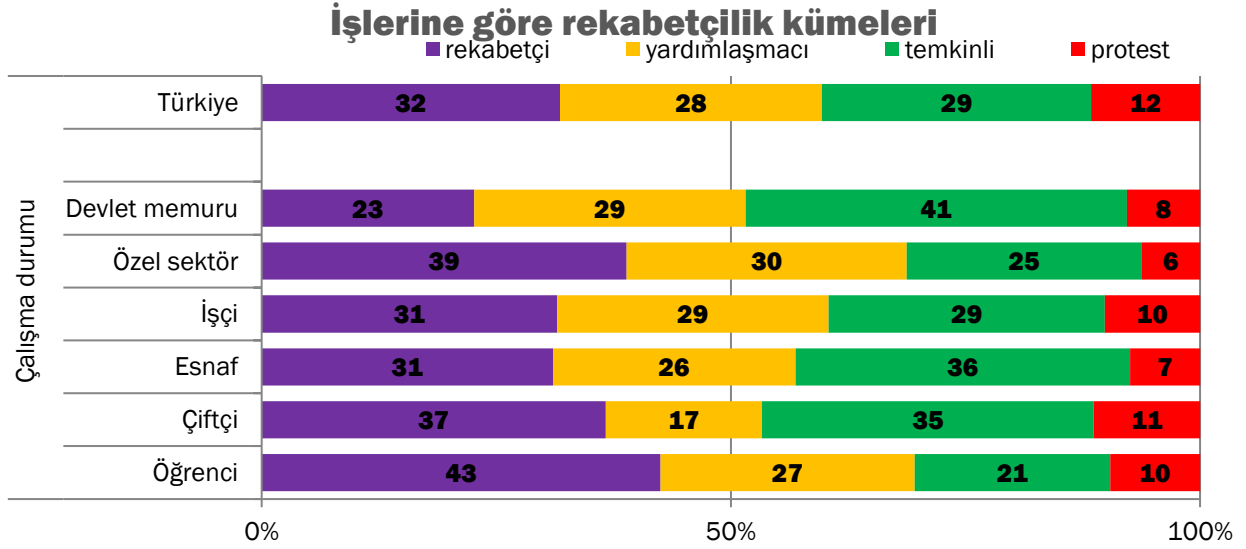
Demografik gruplarda rekabetçilik kümeleri





Öğrenciler arasında rekabetçi kümeye ait olan insanlar daha fazla. Çiftçi, esnaf ve devlet memurları arasında ise temkinliler daha yüksek oranda yer alıyorlar.

Modernler arasında rekabetçiler, dindar muhafazakarlar arasında temkinliler öne çıkıyor.





2.7. Rekabet: Geleneksel ve Modern Algılar

Prof. Dr. Ömer Faruk Gençkaya

Kişisel rekabet anlayışının, kişilerin toplumsal yapıdaki yerlerini belirlemede önemli bir unsur olduğu söylenir. Bir oyun sahnesi olarak yaşam çeşitli rollerin kişilere dağıtıldığı bir süreçtir. Bazı oyunculara kendilerine uygun olmayan roller verilse, iyi oyuncular gözden çıkarılsa ve hep kötüler kazansa da yaşam devam eder. İnsanlık tarihindeki değişimler bireylerin iletişim ve işbirliğine dayanır, ancak bireyler içine doğdukları ortama uygun olup olmadıklarını bilmeden “deneye yanıla” yaşamda kendilerine bir yer edinmeye çalışırlar. Bireylerin, toplumsal işlevlerin bir dağıtıcısı olarak rekabetin sağlayacağı “verimlilik” ya da “adalete” ilişkin varsayımlar geliştirmeden, yaşama ilişkin “tercihleri” hatalı olabilir ve kendilerine “en uygun” (yaşam) seçeneklerini belirlemeleri zorlaşır.

Rekabet kavramı toplumda genellikle “düşmanca” bir anlayışı ifade eder. Buna karşılık, bireyler çocukluktan başlayarak belli “yargılarla” yaşamlarını biçimlendirirler. Bireyler, genellikle, konu hakkında farkında olmadan tercihte bulunurlar (çoğunlukla başkaları onlar adına tercih yaparlar). Bunun sonucunda, farkında olarak ya da olmadan bir toplumsal süreçte “rakip” konumuna gelebilir ya da farkında olarak ötekilerine bilinçli olarak “karşıt” (muhalif) olur ya da olmayabilir. Özellikle kurumsallaşmış rekabetin (örneğin partiler) gruplar arası “güveni” olumsuz etkilediği açıktır. Bireylerin toplumdaki konumlarını belirleyen bir başka unsur, önceden belirlenmiş ve sabit “kalıtsal” unsurdur. Bireyin kişisel niteliklerine bakmadan ve herhangi bir karşılaştırma yapmadan toplumdaki “işlevi”ne karar verilir. Toplumsal statü rekabeti engelleyen ve muhafaza etmeye yönelik bir durumdur ve sürekli olarak toplumsal değişimlerin yaratacağı rahatsızlıklardan kaçınmayı hedefler. Rekabet, modern yaşamın bir özelliğidir ve “eski dünyanın” güçlü toplumları yapısal olarak rekabetçi değildiler. Rekabet, kişisel özgürlükler, toplumsal değişim ve seçim (tercih) araçlarının etkililiğine bağlı olarak yoğunluk kazanır. Bu bağlamda, toplumsal koşulların rekabetin yoğunluğunu belirlediğini söylemek olanaklıdır.

KONDA'nın Şubat 2015 saha çalışmasında “rekabet” kavramı üç boyutta irdelenmektedir. Bunlar, rekabetin “kişisel tutum” boyutu, “birey-toplum-devlet ilişkileri” boyutu ile “rekabet ve işbirliği” ilişkisi boyutudur.

Rekabetin kişisel tutum boyutu (24-27. sorular) deneklerin iki ana kategoride yer aldığı ancak göstermektedir. “Ne doğru ne yanlış” tercihlerini “kesinlikle doğru” ve “doğru” seçenekleriyle birleştirdiğimizde ise rekabetin “düşmanca” bir tutumu besleyen bir işlev olarak anlaşıldığı söylenebilir. 24. ve 25. sorulara verilen yanıtlar “modernleşme/çağdaşlaşma” yolunda yolun yarısında bulunduğu işaret etmektedir. Bu sorulara verilen yanıtlar deneklerin “kendi niteliklerini” tanımaktan uzak ve farklı “seçeneklerin” bulunduğu habersiz olduklarını ya da bunu tercih ettikleri/ettirildikleri açıktır. Bununla birlikte, “doğal ortam” ve “çaresizlik” yaklaşımını anımsatan bu tutumlar (24 ve 25. sorulara doğru, kesinlikle doğru ile ne doğru ne yanlış şeklinde yanıt verenlerin sayısı) ile “toplumsal koşulların” (değişim ve muhafazakâr hegemonya) etkisiyle 26 ve 27. sorulara yanıt vermişlerdir. 24 ve 25. sorulara verilen yanıt dağılımı esas alındığında 26. Soruya verilen yanıtların yukarıya



doğru hareketlilik (upward mobility) yaklaşımını da doğrulayacak biçimde daha çok “doğru” yönünde olması beklenirdi. Bu sonucu, geleneksel toplumsallaşma araçlarının hala etkili olmasıyla açıklayabiliriz. Son olarak, deneklerin değişim/dönüşüm süreci ile toplumsal ve ekonomik koşulların etkisiyle “risk” alma eğiliminde oldukları ifade edilebilir. 27. Soruya verilen yanıtların dağılımı 24 ve 25. sorulara verilen yanıtlarda ortaya çıkan modern/geleneksel bölünmenin her iki yönünü de doğrulamaktadır.

Rekabetin birey-toplum-devlet ilişkileri boyutunun göstergelerine (34-39. sorular) verilen yanıtlar tutarlılık göstermemektedir. Rekabetin toplumu geliştireceği deneklerin %71’i tarafından (doğru ve kesinlikle doğru yanıtları) desteklenmektedir. Bununla birlikte, bu sorulara verilen yanıtlar rekabetin kişisel boyutuna verilen yanıtlarla birlikte düşünüldüğünde, rekabet anlayışının toplumun gelişmesine yol açmayacağı ileri sürülebilir. Hayatta başka insanlara göre daha yukarılarda yer almak isterim (26. soru) sorusuna verilen yanıtlar ortalama olarak iki kategoride oluşurken, Kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır (38. soru) sorusuna verilen yanıtlarla çelişmektedir. Aslında bu soruya verilen yanıtların denegin kendisinden ziyade başkalarına (lider, iş adamı vb.) atıfla verildiği söylenebilir. Bu aslında bir güçsüzlük ve çaresizlik ifadesi ve öykünmedir. Rekabetin bir fonksiyonu olarak piyasa ekonomisine yaklaşım (35. soru) deneklerin yanıtlarının iki ana kategoride toplanmasına neden olurken; Ekonomik hayatın yasalarla düzenlenmesi eşitlik sağlar (34. soru) ile Bireylerin ekonomik faaliyetleri toplumun refahı için denetlenmelidir (37. soru) sorularına verilen yanıtların dağılımı çağdaş rekabet kavramının henüz yerleşmediğini göstermektedir. Bu yanıtlar kişisel nitelikleriyle rekabet gücüne sahip olacak bireyleri engelleyici, korumacı ve sınırlayıcı, statükocu bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu durum, 39. soruya verilen yanıtın irdelenmesini gerektirmektedir. Deneklerin eşitlikten ve gelişmeden ne anladıkları çelişkili görünmektedir. Kısaca, bu sorulara verilen yanıtlar bir yandan 24 ve 25. sorulara verilen yanıtlarla uyumluluk öte yandan 38 ve 39. sorulara verilen yanıtlarla uyumsuzluk içerisindedir. Aslında, denekler rekabeti bir yarış olarak görmektedirler. Uluslararası müsabakalarda ayırım yapmadan kendi takımlarını tutan (36. soru) denekler bu yarışta kendini tanıma, niteliklerinin farkına vararak geliştirme yerine “ne olursa olsun” takım tutmak gibi bir işlev olarak algılamaktadırlar.

Rekabet-işbirliği boyutunu ölçen dört göstergeye verilen yanıtlara bakıldığında (28-33. sorular), kıyasıya rekabetin herkes için zararlı olduğu düşünülerek (%52, 28. soru), özveri (29. soru), dayanışma (30. soru), vefakârlık (32. soru) ve adanmışlık (31. soru) rekabet-işbirliği ilişkisindeki açık tutumlarını göstermektedir. Bu tutumların daha çok grup içi tutumları yansıttığını ve “ortak” hedef için “rekabetten” ziyade “işbirliği” tutumunun tercih edildiği söylenebilir. Bu tutumlar, aslında, geleneksel yapının izleridir. Bununla birlikte, 33. soruya verilen yanıt deneklerin 2/3’ünün “rakiplerle” arkadaşlık eğiliminde bulunmasının gelenekselden modernliğe geçiş göstergesi olduğu ifade edilebilir.

Döndürülmüş faktör analizi sonuçları ise deneklerin rekabet anlayışının esas olarak üç boyutu bulunduğunu göstermektedir: kişisel (1. boyut), birey-toplum-devlet ilişkisi (2. boyut) ve rekabet-işbirliği (3. boyut). Faktör analizi sonuçlarına göre, 2. boyutu (birey-



toplum-devlet ilişkisi) oluşturan göstergelerin deneklerin rekabet anlayışı/algısını biçimlendiren en önemli dizge olduğunu göstermektedir. Kişilik boyutunu tanımlayan iki güçlü gösterge” Ya hep ya hiç benim yaşam felsefemdir” ile “İstediğim şeyi elde etmek için her yolu denerim” aynı zamanda 1. boyutun önemli göstergeleridir. Ayrıca, 3. boyutun önemli göstergelerinden “Başarılı insanlar buldukları yere başkalarının yardımlarıyla geldiklerini bilirler” 2. boyutta önemli sayılacak bir değerle yer almaktadır. Geleneksel rekabet anlayışının geçerli olduğu kişilik boyutunda yer alan iki tanımlayıcı ögenin faktör analizi sonuçlarıyla da doğrulamaktadır. Rekabet-işbirliği boyutunda faktör analizi sonuçları sıklık tablosu genel dağılımındaki sonuçları doğrular bir yödedir. Burada, grup içi dayanışma, ortak hedef için işbirliği ve vefa duygusu tanımlayıcı unsurlardır.

Sonuç olarak, “Rekabet” konulu saha çalışmasının gerek genel sıklık tabloları gerekse faktör analizi sonuçları, deneklerin bazı dizgelerin bazı sorularına ilişkin olarak gelenekselden (eski) çağdaş (modern) rekabet anlayışına doğru gelişme sağladıklarını; ancak, gerek kişisel, gerek toplumsal yönden, gerekse rekabet-işbirliği dizgesine ilişkin olarak geleneksel yapı ve anlayışın etkisinde ya da bu yönde algıya sahip olduklarını göstermektedir. Aslında, bu yaklaşım; ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda rekabetçi, eşitlikçi ve çoğulcu bir yapının gelişmesini engelleyecektir. Bir başka deyişle, merkezîyetçi-adem-i merkezîyetçi, devletçi-özel girişimci, özgürlükçü-sınırlayıcı siyasal yapıların gelişimi bu yaklaşımdan etkilenmektedir. Sonuç olarak, Türkiye’de son yıllarda meydana gelişen gelişmelerle elde edilen bulgular arasında ilişki kurulmaya çalışıldığında; “kurumsallaşmış” rekabet anlayışının bir yandan “kutuplaşmayı” artırırken, öte yandan gruplar arası toplumsal güveni azalttığı ve işbirliği yerine çatışmayı öne çıkardığını söylemek olanaklıdır.

Kaynaklar:

Jim Faught, The Concept of Competition in Robert Park's Sociology, *The Sociological Quarterly*, Cilt 27, No. 3 (Sonbahar, 1986), 359-371.

Ryan E. Carlin ve Gregory J. Love, Trust and Cooperation in Representative Democracies:

Partisanship, Stereotypes and Polarization, http://www.upf.edu/dcpis/_pdf/2012-2013/forum/carlin_love.pdf.

Ryan O. Murphy, Kurt A. Ackermann ve Michel J. J. Handgraaf, Measuring Social Value Orientation, *Judgment and Decision Making*, Cilt 6, No. 8, Aralık 2011, 771-781



3. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ

3.1. Araştırmanın Genel Tanımı

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

Araştırmanın saha çalışması 7-8 Şubat 2015 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.

3.2. Örneklem

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

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

Araştırma kapsamında, 30 ilin merkez dahil 97 ilçesine bağlı 154 mahalle ve köyünde 2722 kişiyle hanelerinde yüzyüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

Gidilen il	30
Gidilen ilçe	97
Gidilen mahalle/köy	154
Görüşülen denek	2722

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

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



	Düzey 1 (12 bölge)	Gidilen iller
1	İstanbul	İstanbul
2	Batı Marmara	Balıkesir, Edirne
3	Ege	İzmir, Denizli, Manisa
4	Doğu Marmara	Bursa, Eskişehir, Sakarya
5	Batı Anadolu	Ankara, Konya
6	Akdeniz	Adana, Antalya, Hatay, Mersin
7	Orta Anadolu	Kayseri, Nevşehir, Sivas
8	Batı Karadeniz	Samsun, Tokat, Zonguldak
9	Doğu Karadeniz	Giresun, Trabzon
10	Kuzeydoğu Anadolu	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			20,7	20,7
2	Batı Marmara	2,0	3,3		5,3
3	Ege	3,7	5,9	5,3	14,9
4	Doğu Marmara	1,3	2,6	5,3	9,2
5	Batı Anadolu	0,7		9,8	10,4
6	Akdeniz	3,1	2,7	6,0	11,8
7	Orta Anadolu	1,3	2,0	1,3	4,6
8	Batı Karadeniz	2,6	3,3		6,0
9	Doğu Karadeniz	1,3	2,0		3,3
10	Kuzeydoğu Anadolu	1,3			1,3
11	Ortadoğu Anadolu	1,2	2,0		3,2
12	Güneydoğu Anadolu	2,0	3,4	4,0	9,4
	Toplam	20,6	27,1	52,3	100,0



4. TÜM CEVAP DAĞILIMLARI

4.1. Deneklerin Profili

Cinsiyet	Yüzde
Kadın	49,0
Erkek	51,0
Toplam	100,0

Yaş	Yüzde
18 - 28 yaş	25,6
29 - 43 yaş	34,5
44+ yaş	39,9
Toplam	100,0

Eğitim durumu	Yüzde
Okuryazar değil	5,1
Diplomasız okur	2,9
İlkokul mezunu	35,6
Ortaokul / İlköğretim mezunu	13,6
Lise mezunu	27,9
Üniversite mezunu	13,9
Yüksek lisans / Doktora	1,1
Toplam	100,0



Doğum yeri (bölge)	Yüzde
İstanbul	9,6
Batı Marmara	5,5
Ege	13,8
Doğu Marmara	6,3
Batı Anadolu	6,8
Akdeniz	11,9
Orta Anadolu	7,3
Batı Karadeniz	9,3
Doğu Karadeniz	6,6
Kuzeydoğu Anadolu	3,9
Ortadoğu Anadolu	5,7
Güneydoğu Anadolu	11,5
Yurtdışı	1,9
Toplam	100,0

Nerede büyüdünüz?	Yüzde
Köy	31,6
Kasaba / İlçe	26,0
Şehir	29,4
Büyükşehir / Metropol	13,1
Toplam	100,0



Çalışma durumu	Yüzde
Devlet memuru, şef, müdür vb.	5,1
Özel sektörde memur, müdür vb.	5,8
İşçi	8,1
Küçük esnaf/ zanaatkar/ şöför	6,9
Tüccar/ Sanayici/ İş adamı	,9
Doktor, mimar, avukat vs (Serbest Meslek)	2,2
Çiftçi, ziraatçı, hayvancı	6,0
Diğer	5,4
Emekli	12,3
Ev kadını	32,0
Öğrenci	9,3
İşsiz, iş arıyor	5,1
Çalışamaz halde	,9
Toplam	100,0

Hayat tarzı kümesi	Yüzde
Modern	24,2
Geleneksel muhafazakâr	50,3
Dindar muhafazakâr	25,5
Toplam	100,0

Örtünme durumu	Yüzde
Örtmüyor	27,6
Başörtüsü	51,8
Türban	6,6
Çarşaf, peçe	1,1
Görüşülen kişi bekâr erkek	12,9
Toplam	100,0



Etnik köken	Yüzde
Türk	79,9
Kürt	13,7
Zaza	1,8
Arap	,9
Diğer	3,7
Toplam	100,0

Din / mezhep	Yüzde
Sünni (Hanefi veya Şafii) Müslüman	92,0
Alevi Müslüman	6,1
Diğer	1,9
Toplam	92,9

Dindarlık	Yüzde
İnançsız	2,6
İnançlı	27,5
Dindar	59,4
Sofu	10,5
Toplam	100,0



Haber seyrettiği TV kanalı	Yüzde
Fox TV	15,5
ATV	14,5
TRT	13,1
Kanal D	13,1
Show TV	6,1
Star	5,8
Samanyolu	3,3
Kanal 7	3,0
NTV	2,9
Habertürk	2,6
Halk TV	2,2
Roj / Nuçe / Sterk	1,7
CNNTürk	1,6
Ulusal	1,0
Kanaltürk	,7
Yerel kanallar	,7
Diğer kanallar	8,1
İzlemiyorum	4,0
Toplam	100,0

Hane kişi sayısı	Yüzde
1 - 2 kişi	17,9
3 - 5 kişi	63,2
6 - 8 kişi	16,0
9 ve daha fazla kişi	2,9
Toplam	100,0

Aylık hane geliri (gruplanmış)	Yüzde
700 ve altı	7,6
701-1200	29,4
1201-2000	33,6
2001-3000	17,2
3001-5000	9,2
5000 ve üstü	2,9
Toplam	100,0



Ekonomik sınıflar	Yüzde
Alt gelir	20,6
Alt orta sınıf	37,3
Yeni orta sınıf	22,3
Üst gelir	19,7
Toplam	100,0

Otomobiliniz var mı?	Yüzde
Evet	42,6
Hayır	57,4
Toplam	100,0

Oturulan evin tipi	Yüzde
Geleneksel ev	34,1
Gecekondu	5,2
Apartman	53,2
Lüks konut	7,6
Toplam	100,0

Yerleşim Kodu	Yüzde
Kır	20,6
Kent	27,1
Metropol	52,3
Toplam	100,0



4.2. Rekabetçilik Algısı

Seçim yapmak durumunda olsaydınız, hangisinin en önemli olduğunu söylerdiniz?	Yüzde
Gelişen bir ekonomi	35,3
Herkesin her şeyi başarabileceği rekabetçi bir toplum	21,6
Güçlü bir devlet	43,1
Toplam	100,0

Ya hep ya hiç benim yaşam felsefemdir.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	5,9
Yanlış	33,0
Ne doğru ne yanlış	23,3
Doğru	30,5
Kesinlikle doğru	7,3
Toplam	100,0

İstediğim şeyi elde etmek için her yolu denerim.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	6,3
Yanlış	33,5
Ne doğru ne yanlış	19,0
Doğru	33,1
Kesinlikle doğru	8,1
Toplam	100,0

Hayatta başka insanlara göre daha yukarılarda yer almak isterim.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	6,6
Yanlış	35,4
Ne doğru ne yanlış	20,9
Doğru	31,0
Kesinlikle doğru	6,0
Toplam	100,0



Hayatta hiçbir zaman risk almam.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	9,5
Yanlış	41,6
Ne doğru ne yanlış	20,4
Doğru	24,1
Kesinlikle doğru	4,4
Toplam	100,0

Kıyasıya rekabet herkes için zararlıdır.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	4,7
Yanlış	22,3
Ne doğru ne yanlış	20,9
Doğru	43,4
Kesinlikle doğru	8,6
Toplam	100,0

Arkadaşlarıma ancak kendi işimi bitirdikten sonra yardımcı olurum.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	10,8
Yanlış	39,3
Ne doğru ne yanlış	14,4
Doğru	29,4
Kesinlikle doğru	6,1
Toplam	100,0

Karşılıklı yardımlaşma iş ve sosyal yaşamda ortak başarı getirir.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	1,1
Yanlış	4,6
Ne doğru ne yanlış	8,9
Doğru	61,6
Kesinlikle doğru	23,8
Toplam	100,0



Sonunu düşünen kahraman olamaz.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	3,3
Yanlış	19,9
Ne doğru ne yanlış	23,5
Doğru	42,5
Kesinlikle doğru	10,8
Toplam	100,0

Başarılı insanlar buldukları yere başkalarının yardımlarıyla geldiklerini bilirler.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	4,7
Yanlış	19,1
Ne doğru ne yanlış	21,9
Doğru	46,8
Kesinlikle doğru	7,4
Toplam	100,0

Rakiplerimle asla arkadaşlık kurmam.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	13,7
Yanlış	47,8
Ne doğru ne yanlış	15,8
Doğru	19,4
Kesinlikle doğru	3,4
Toplam	100,0

Ekonomik hayatın yasalarla düzenlenmesi eşitlik sağlar.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	2,1
Yanlış	11,6
Ne doğru ne yanlış	22,3
Doğru	55,5
Kesinlikle doğru	8,6
Toplam	100,0



Devlet piyasaya müdahale etmemelidir.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	6,1
Yanlış	33,0
Ne doğru ne yanlış	23,0
Doğru	30,8
Kesinlikle doğru	7,1
Toplam	100,0

Uluslararası müsabakalarda ayırım yapmadan kendi takımlarımızı tutarım.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	2,4
Yanlış	7,0
Ne doğru ne yanlış	11,7
Doğru	54,6
Kesinlikle doğru	24,3
Toplam	100,0

Bireylerin ekonomik faaliyetleri toplumun refahı için denetlenebilir.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	3,1
Yanlış	10,4
Ne doğru ne yanlış	19,1
Doğru	57,6
Kesinlikle doğru	9,9
Toplam	100,0

Kişiler toplumdaki yerlerini rekabet ederek kazanır.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	2,7
Yanlış	12,5
Ne doğru ne yanlış	20,4
Doğru	56,1
Kesinlikle doğru	8,3
Toplam	100,0



Rekabet toplumun gelişmesini sağlar.	Yüzde
Kesinlikle yanlış	2,1
Yanlış	9,5
Ne doğru ne yanlış	18,1
Doğru	58,3
Kesinlikle doğru	11,9
Toplam	100,0

İsteyerek, mutlu olarak çalışacağınız iş konusunda maaşı dışında hangisi sizin için en önemli unsurdur?	Yüzde
Terfi imkanları	6,7
Eğlenceli ortam	5,2
Gelecek garantisi	43,8
İşin sahibinin kim olduğu	4,2
İnsani çalışma koşulları	37,4
Yönetime katılma olanakları	2,6
Toplam	100,0

Başarı kelimesi sizin için ne ifade ediyor?	Yüzde
Maddi kazanç	24,4
Kariyer	16,7
Ün / Şöhret	1,3
Herkesin sevdiği biri olmak	13,0
Mutluluk/huzur	43,5
Diğer	1,0
Toplam	100,0



5. TERİMLER SÖZLÜĞÜ

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

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



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

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 amadinin gereklerini pek yerine getiremeyen biri

Dinin gereklerini yerine getirmeye çalışan dindar biri

Dinin tüm gereklerini tam yerine getiren dindar biri

Yerleşim Kodu (Örneklemeden gelen veri)

Kır

Kent

Metropol

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

Alt sınıf

Alt orta sınıf

Yeni orta sınıf

Üst sınıf