

İŞTE YENİ TÜRK TİPİ



Meltem
KARA

- TNS araştırma şirketinin gerçekleştirdiği Türkiye profili araştırmasının sonucunda yeni Türk tipi ortaya çıktı.
- Türk insanı borçlu, faturalarını ödemekte zorlanıyor ama eğitimi dışında yaşam kalitesinden memnun.
- Bıyıktan sakala yöneliyor, kilo alıp göbekleniyor, dijital yaşama ayak uyduruyor.
- Değerlerini koruyor, şansa inanıyor. Aileler Başbakan'ın önerisine uyarak ortalama 2.5 çocuk yapıyor. » 30'da

Sorunlarımız var ama 'daha mutlu' hissediyoruz, sakal ve kiloda artış görünüyor

■ Meltem KARA

TÜRKİYE'nin içinden geçtiği değişim sürecinin, tüketici profiline yansyan etkilerini görmek amacıyla TNS araştırma şirketinin 5 yılda bir gerçekleştirdiği Türkiye Profili Araştırmasının 6'ncısı, toplumun yeniliklerle gelenekleri harmanlayan bir yapıya doğru gittiğini ortaya koydu. Araştırma sonuçları, Türk toplumunun borçlu olsa da, eğitimi dışında yaşam kalitesinden memnun olduğunu gösteriyor. Türkler, geçtiğimiz yıllara göre kendini daha mutlu ve huzurlu hissederken, dijital yaşama da ayak uydurmaya başladı. Değerlerinden kopmayan ve şansa inanmayı sürdüren Türk halkı, cinselliği toplumsal ve bireysel hafızadaki mahremiyetini korumaya devam ediyor. Halk artık fiziksel özelliklerine de dikkat etmeye başlarken, erkeklerin bıyaktan sakala yöneldiği görülüyor.



TNS'nin Türkiye Profili Araştırması'nın sonuçları, Türk toplumunun borçlu olsa da, faturalarını ödemekte zorlansa da, eğitimi dışında yaşam kalitesinden memnun olduğunu gösteriyor. Vatandaşlar geçtiğimiz yıllara göre kendini daha mutlu ve huzurlu hissederken, fiziksel özellikleri de değişiyor. Sakallı erkek sayısı yükseliyor, kilolarda artış dikkati çekiyor.

İkamet edilen semtte yaşanan sorunlar

Sorun	Oran (%)
Aktivite yapacak yer eksikliği	43.7
Spor alanları eksikliği	39.2
Park, yeşil alan eksikliği	34.2
Altyapı eksikliği	30.6
Güvenlik eksikliği	28.8
Hava kirliliği	28.7
Güvenlik eksikliği	24
Ulaşım araçları eksikliği	23.2
Sağlık kurumu eksikliği	22.5
Okul eksikliği	19.7
Cami eksikliği	11.3



İş ararken eş-dost daha çok işe yarıyor

Nasıl iş buluyoruz

Yöntem	Oran (%)
Eş-dost	49
Referans	13.7
Bayuru	11.5
Sınav	9.5
Gazete ilanı	3.4
İşkur	3
İnternet	1.5
Dağıtım	0.6
Diğer	7.7

2005 yılında işinden hiç memnun olmayanların oranı yüzde 6.1'di.

İnternetin en büyük amacı 'arkadaşlık'

■ TEMEL psikolojik ve sosyal ihtiyaçlar iletişim ve teknoloji araçları üzerinden etkin bir şekilde gideriliyor. Türkiye'de internet kullanımındaki en büyük amaç sosyal paylaşım sitelerini ziyaret etmek ve arkadaş edinmek. Bu amaçla interneti kullananların oranındaki artış dikkat çekiyor. Bundan 5 yıl önce 46.8 olan bu oran 2011 yılında yüzde 77.7'ye çıktı. İnternete başvurmada e-posta, bilgi edinmek, müzik dinlemek ve bankacılık işlemleri geliyor.

Piknik yapanlar şimdi AVM'ye gidiyor

■ Ailelerin bir araya geldiğinde yapmaktan hoşlandığı aktivitelerin başında halen piknik geliyor. Ancak son dönemde sayılan hızla artan ve tüm illere yayılmaya başlayan alışveriş merkezlerini (AVM) dolanma aktivitesi de pikniği zorluyor. Ailecek aktivite yapmayanlar oranı ise yüzde 9.4'te. ■ Türk insanının ev eğlencesi televizyon, günde ortalama 3.10 saat izleniyor. 3 saat televizyon izleyenlerin oranı yüzde 28.6 olurken, haftaiçi hiç televizyon izlemediğini belirtenlerin oranı 0.2 olarak belirleniyor.

5 yılda mutluluk arttı

Araştırmaya göre, Türk insanı kendini huzurlu ve mutlu hissediyor. Bir önceki araştırmanın yapıldığı tarih olan 2005'te kendini mutlu hissedilen Türklerin oranı yüzde 72.8 olurken, şimdi bu oran yüzde 87.6'ya yükseldi. TNS Türkiye Genel Müdürü Arzu Kumar, halkın daha mutlu olmasıyla ilgili şunları söyledi: "Bunu, son yıllarda daha istikrarlı bir ülke olma yolunda ilerleyen Türkiye'de halkın geleceğe daha umutlu bakması olarak yorumluyoruz. Diğer taraftan popüler kültürün yansımaları ve yeni tüketim araçlarıyla yaşamın kolaylaşması, pratikleşmesi ve yine kültürel yapımdan eksik olmayan 'hamdolsun, şükürler olsun' anlayışına bir bütün olarak bağlayabiliriz."

Hazır gıda büyüyor

Türk halkı, sağlığından da memnun gözüküyor ancak yüzde 92.4'ünün düzenli olarak sağlık muayenesi yaptırma alışkanlığı bulunmuyor. Aldığı sağlık hizmetlerini de iyi olarak değerlendiren Türkler, sağlık sorunlarıyla karşılaşmadan önce doktora gitmiyor. Beslenme alışkanlıklarına bakıldığında ise, kahvaltılı geleneğinden vazgeçilmiyor. Ailecek akşam yemeği yeme geleneği devam ederken, ekmeğin tüketiminde de azalma görülüyor. Buna karşılık, hazır gıdalar yükselişe geçiyor. Organik ürünler konusunda bilgi ve ilgi eksikliği olan halkın yalnızca yüzde 12.4'ü her fırsatta organik ürün kullandığını belirtiyor.

Bıyık azalıyor, sakal artıyor

Araştırmada erkeklerin fiziksel özellikleriyle ilgili en çok dikkat çeken nokta ise bıyık-sakal bırakma oldu. Bıyık bırakanların oranı yüzde 33.9'a düşerken, sakal bırakan erkeklerin oranı yüzde 23.9'a yükseldi. Geçmiş yıllara göre kişisel bakıma daha fazla önem vermeye başlayan Türk insanının halen yüzde 78.8'i bakım için doğal uygulamalar yapmıyor. Türk insanının yüzde 7'si ise cilt tipini bilmiyor.

Ortalama kilo 65.1

Son yıllarda beslenmesine dikkat etmeye başlayan Türk insanı, buna rağmen kilo aldı. Bir önceki araştırmanın yapıldığı tarih olan 2005'te ortalama 63.4 kilo olan Türk kadını, 2011'de ortalama 65.1 kiloya çıktı. Erkekler ise, ortalama 71.8 kilodan 72.8 kiloya yükseldi. Kilonadan memnun olanların oranı da yüzde 77.3'e çıktı.

Başbakan'ın sözü tutuyor 3 çocuk isteyen artıyor

■ TÜRKİYE'de ailelerin sahip olduğu ortalama çocuk sayısı 2.5 olarak görülüyor. Bir ailede en uygun bulunan çocuk sayısı 2 olarak görülürken, 3 çocuk da yüksek bir rakamla onu takip ediyor. ■ 2005 yılında 2 çocuk düşüncesi yüzde 56.7, 3 çocuk düşüncesi ise 26.4 oranındayken, son 5 yılda 2 çocuk düşüncesi yüzde 50.8'e, 3 çocuk düşüncesi ise yüzde 30.9'a çıktı. Bunda da Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın 'en az 3 çocuk' önerisinin etkili olduğu düşünülüyor. ■ Anne ve bebek ilişkisine bakıldığında ise, anne adayları artık hamilelik süresince daha fazla aktivite yapıyor ve daha fazla ürün kullanıyor. Annelerin çocuğu emzirme süresi ortalama 9.8 ay olarak gözüküyor.

Çoğumuzun saçları düz kelliğe giderek azalıyor

■ TNS'nin araştırmasına göre, Türk insanının yansından fazlası düz saçlı. Yüzde 59.4'ü düz saçlı olan Türklerin yüzde 33.7'si dalgalı saçlı, yüzde 6.4'ü ise kıvrık saçlı. Kelliğe ise, son 14 yıldır aralıksız azalıyor, bu oran şu anda 0.5'e indi.

Yenilikleri gelenekleriyle harmanlayan renkli toplum

■ TÜRKİYE'de, toplumun son 20 yılda geçirdiği önemli değişim ve devinin, yakından izlenmesi gereken yeni bir resmi ortaya koyduğunu söyleyen TNS Türkiye Genel Müdürü Arzu Kumar, araştırma sonuçlarını şöyle değerlendirdi: "Tüketim hızla arttı, çeşitlendi ve kalıpları değişti. Resim, çok parçalı ve çok bilinmeyenlidir. Araştırma sonuçları, Türkiye'nin renkli profilini, hem içerik hem de zamansal olarak geniş bir bakış açısıyla sunuyor. Türkiye toplumu yenilikleri korkusuzca kucaklarken, geleneklerden vazgeçmiyor; bundan keyif alıyor. Yani, yenilikleri gelenekleriyle harmanlayan renkli bir fotoğraftan bahsediyoruz. Artık daha çoğumuzun cep telefonu var, İnternete erişim imkanımız ve kullanımımız geçmiş yıllara göre daha fazla, pek çok kategoride daha fazla hazır gıda tüketiyoruz. Bize sunulanlarla değişirken, değişmeyen yanlarımız da var. Kahvaltılı yapma alışkanlığımızdan vazgeçmiyoruz, üstelik bu öğünde tükettiğimiz ürünler ve çeşitliği de baki... Öğünlerimizi yemek için daha çok 'masa'ya oturmuş, ama yer sofrasından da vazgeçememişiz. Akşam yemeklerine tüm aile fertleri bekleniyor ve ailecek yeme alışkanlığımız devam ediyor. Buna karşın, evlilik öncesi flörtü uygun bulma durumumuzda yıllar içinde ciddi bir değişim söz konusu değil."



Araştırma nasıl yapıldı

- Araştırma Türkiye'nin 24 ilinde, 15 yaş ve üstü kır ve kent nüfusunu temsil eden örneklem üzerinde yürütüldü.
- Araştırmaya 2 bin 72 kişi katıldı.
- Kadın oranı yüzde 50.1, erkek oranı yüzde 49.9 oldu.
- Araştırmaya katılanların en büyük çoğunluğu yüzde 36.6'sı ilkökullü mezunları oluşturdu.
- Araştırmaya katılanların yüzde 64.8'i çalışmıyor.