

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**İNTERNET MEDYASINDA YABANCI ALGISI
(ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLER ÖRNEĞİ)**

**Hazırlayan
Ayça BİLMEZ**

**Danışman
Doç. Dr. İbrahim E. Bilici**

Yüksek Lisans Tezi

Nisan 2019

KAYSERİ

T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

İNTERNET MEDYASINDA YABANCI ALGISI
(ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLER ÖRNEĞİ)

Hazırlayan
Ayça BİLMEZ

Danışman
Doç. Dr. İbrahim E. Bilici

Yüksek Lisans Tezi

Bu çalışma; Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi
tarafından
Yüksek Lisans Tez Projesi Kapsamında 8327 kodlu proje ile
desteklenmiştir.

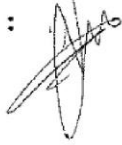
Nisan 2019
KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Ayça BİLMEZ

İmza :





T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Tez Başlığı:

**İnternet Medyasında Yabancı Algısı
(Almanya'da Yaşayan Türkler Örneği)**

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 172 sayfalık kısmına ilişkin, 09/04/2019 tarihinde **Turnitin** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı: %1dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Giriş dahil
- 2- Ana Bölümler dahil
- 3- Sonuç dahil
- 4- Alıntılar dahil/hariç
- 5- Kapak hariç
- 6- Önsöz ve Teşekkür hariç
- 7- İçindekiler hariç
- 8- Kaynakça hariç
- 9- Özet hariç
- 10- Yedi (7) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 09/04/2019

Adı Soyadı : Ayça BİLMEZ
Öğrenci No : 403 133 16 03
Anabilim Dalı : Gazetecilik
Bilim Dalı : Gazetecilik
Program Adı : Tezli Yüksek Lisans

Danışman: İbrahim E. BİLİCİ

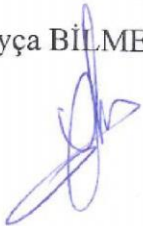
Öğrenci: Ayça BİLMEZ

YÖNERGEYE UYGUNLUK SAYFASI

“İnternet Medyasında Yabancı Algısı (Almanya’da Yaşayan Türkler Örneği)” adlı Yüksek Lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazma Yönergesi ’ne uygun olarak hazırlanmıştır.

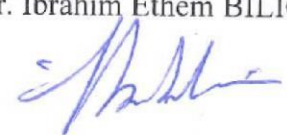
Tezi Hazırlayan

Ayça BİLMEZ



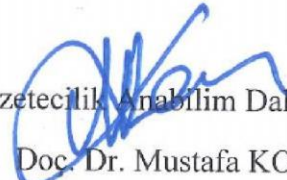
Danışman

Doç. Dr. İbrahim Ethem BİLİCİ



Gazetecilik Anabilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Mustafa KOÇER



KABUL ONAY SAYFASI

Doç. Dr. İbrahim Ethem BİLİCİ danışmanlığında Ayça BİLMEZ tarafından hazırlanan “İnternet Medyasında Yabancı Algısı (Almanya’da Yaşayan Türkler Örneği)” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında **Yüksek Lisans tezi** olarak kabul edilmiştir.

26/04/2019

JÜRİ:

Danışman : Doç. Dr. İbrahim E. BİLİCİ

Üye : Doç. Dr. Yaşar ZORLU

Üye : Dr. Öğretim Üyesi Murat BAŞARIR

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 13.05.2019 tarih ve 21 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

13.05.2019

Prof. Dr. Celaleddin ÇELİK
Enstitü Müdürü



ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Yüzlerce yıldır toplumların gelişip şekillenmesinin yegâne unsuru olan iletişim olgusu ve habercilik, bugün, gelişen teknolojinin de etkisiyle, toplumları ve dünyayı biçimlendirmeye devam etmektedir. Bu tez çalışmasında, Türkiye’de son yıllarda yaşanan gelişmelerin ve Almanya-Türkiye siyasi ilişkilerindeki dalgalanmaların, Alman internet medyasına nasıl yansıdığı, nasıl bir Türk ve Türkiye imajı oluşturulduğu, buna bağlı olarak; Almanya’daki Türklerin neler yaşadığı, hangi sorunlarla karşılaştığı incelenmeye çalışılmıştır.

Her aşamasını büyük bir memnuniyet ve mutlulukla gerçekleştirdiğim bu tez çalışmasında, konunun önemini ve değerini belirleyerek fikirleriyle bana ışık tutan, yalnızca akademik yolculuğumda değil, aynı zamanda hayata dair pek çok konuda desteklerini esirgemeyen, beni yönlendiren ve teşvik eden değerli danışman hocam Doç. Dr. İbrahim Ethem Bilici’ye sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Tezimin kapsamını belirleme sürecinde, bana zaman ayırıp katkılarını sunan değerli hocalarım Prof. Dr. Mustafa Akdağ ve Doç. Dr. Salih Güran’a, anket sorularımın geliştirilmesi noktasında yardımlarını esirgemeyen kıymetli hocalarım, Prof. Dr. Hakkı Büyükbaş ve Doç. Dr. Michael Kuyucu’ya ve tezimi okuma nezaketi gösteren sayın jüri üyelerine teşekkürlerimi sunuyorum.

Tez çalışmam kapsamında, görüşmeler ve anketler gerçekleştirdiğim tüm gurbetçilerimize bana vakit ayırdıkları için şükranlarımı sunuyorum.

Son olarak, maddi ve manevi destekleriyle bana güç veren çok kıymetli anne ve babama sonsuz şükranlarımı sunuyorum. Zorlu geçen akademik yolculuğumda her daim yanımda oldukları için minnettarım.

Ayça BİLMEZ

Nisan 2019, KAYSERİ

İNTERNET MEDYASINDA YABANCI ALGISI (ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLER ÖRNEĞİ)

Ayça BİLMEZ

**Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi, Nisan 2019
Danışman: Doç. Dr. İbrahim E. BİLİCİ**

ÖZET

Bu araştırmada, Türkiye’de meydana gelen gelişmelerin Almanya internet medyasında nasıl aktarıldığı, yanlış bilgilendirmenin olup olmadığı, bu bağlamda, Almanya’da yaşayan gurbetçilerimizin yaşamlarına olan doğrudan veya dolaylı etkilerin neler olduğu, internet haberlerin incelenmesi ve vatandaşın görüşünün karşılaştırılması yoluyla; anket, içerik analizi, söylem çözümlemesi ve göstergebilimsel çözümleme yöntemleri kullanılarak incelenmiştir.

Araştırmanın ilk iki bölümünde kavramsal tanımlamalar yapılmıştır. Birinci bölümde; temsil, internet medyası, kamuoyu ve propaganda ele alınırken; ikinci bölümde Almanya’ya işçi göçü ve İslamofobi konulardan bahsedilmiştir. Almanya medyasında yer alan haberler incelenirken, haber metinleri için içerik analizi ve elde edilen bulguları yorumlama noktasında söylem analizi; önemli olduğu düşünülen haber fotoğrafları için de göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada, gurbetçilerin düşünceleri ve deneyimleriyle karşılaştırıldığı için, Almanya’da yaşayan Türklere çevrimiçi anket uygulanmıştır. Alman medyasında yer alan haberlerden ‘2017 Anayasa Referandumu’ ve ‘Basın Özgürlüğü’ konuları seçilmiştir. Diğer aşamada gurbetçilerimizin bu haberlere dair ne düşündükleri, ne yaşadıkları ve nasıl etkilendikleri konusunda genel çerçeveyi anlamak üzere, www.avrupadakiurbetcimiz.com adlı internet sitesinden çevrimiçi anket düzenlenmiştir. Son aşamada ise haberlerde yer alan Türkiye ve Türk sunum ve temsili ile Almanya’da yaşayan, olan biteni takip eden, gelişmelerin içinde yer alan veya en azından gelişmelerden kişilerarası iletişimle haberdar olan gurbetçilerle yapılan anketin sonuçları karşılaştırılmıştır.

Alman internet medyasındaki haber analizlerinin bulguları genel hatlarıyla: Türkiye'nin kargaşa içinde, birbiriyle çatışan insanlarla dolu, kutuplaşmış olduğu, anayasa ve insan haklarının görmezden gelindiği, yasaların çiğnendiği, basının kontrol altında tutulduğu, gazeteciler ve Avrupalılar için tehlikeli bir ülke olduğu şeklindedir. Bu ifadelerle, Avrupa'da olumsuz Türkiye imajı yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Zaten son yıllarda yükselen İslamofobi ile bağıntılı olarak, Türklere bakış açısı yeterince sancılı bir süreçteyken, yapılan haberlerle, köktendinci, gerici, yobaz, Avrupa dışı Türk insanı profili yaratılmaktadır. Yapılan anket çalışmasının sonuçlarına göre ise Alman internet medyasında yapılan olumsuz haberlerin, Almanya'da yaşayan Türklere doğrudan etki ettiği; etnik kökene ve dine dayalı ayrımcılık ötekileştirme ve baskılarla karşılaştıkları görülmüştür. Katılımcılar, sorunların kökeninde medyanın ve siyasetin olduğunu vurgulayarak; eğitimden, işe, gündelik pratiklerden, arkadaşlık ilişkilerine kadar sosyal ve psikolojik sorunlarla karşılaştıklarını dile getirmişlerdir.

Bu çalışmanın neticesinde elde edilen bulgular, Alman internet medyasında ve Almanya'da ciddi bir Türk ve Türkiye sorunu olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: *Alman İnternet Medyası, Alman İnternet Medyasında Türkiye, Almanya'da Türkler, Türk Göçmenler*

**PERCEPTION OF FOREIGN IN INTERNET MEDIA (EXAMPLE OF
TURKS LIVING IN GERMANY)**

Ayça BİLMEZ

Erciyes University, Social Sciences Institute M. sc. Thesis, April 2019

Supervisor: Doç. Dr. İbrahim E. BİLİCİ

ABSTRACT

In this study, how the events in Turkey, has been transferred on the German media, whether there has been misinformation and in this aspect, what the direct and indirect affects on the expats who reside in Germany, analysis of internet news and comparison with residents of opinions, survey, content analysis, discourse analysis and semiotic analysis methods have been analyzed.

In the first two parts of the study, conceptual definations have been made. In this aspect, in the first part; presentation, media of internet, public opinion and propaganda have been defined. In the second part, labor immigration to Germany and concept of Islamophobia have taken place. To analysis the news of take part on the German media, for news text ,content analysis have been used, to evaluate the findings discourse analysis have been used and for the news photos which thought to be important, semiotic analysis method have been applied. Because, as the thoughts and experiences have been compared in the research, an online survey have been implemented to Turkish people who reside in Germany.

Among the news on the German media the topics: ‘ Constitution Referendum 2017’ and ‘freedom of press’ have been chosen. In the next part, for the general framework to understand, how our expat's have been affected by these news, what they experienced, and what they think about these news, an online survey have been applied on the website named avrupadakigurbetcimiz.com.

At the end stage, have been compared with news of the Turkey and the Turkish presentation and representation on the German media, results of the surveyed with expats in Germany who follow up with what is gone on, which took place in the progress or at least those who has informed of the progresses by interpersonal communication.

It has been found that results of news on the German internet media, generally as follows: Turkey has been described by German media, as a chaotic place which full of conflicting people with each other and polarized, laws and the human rights ignored, media kept under control and as a country where dangerous for Journalist and Europeans. A negative image of Turkey in Europe is tried to be created by these expression. In recent years Turkey has already had a negative image a linked with rising islamophobia. German media has created with the news, retrogressive, fundamentalist, non- European Turkish people profile.

According to the survey results have been showed that because of made negative news in the German internet media directly have been effected the reside Turkish in Germany they exposed to discrimination, othering and pressures based on ethnicity and religion. Participants have been emphasized that there is media and politics at the basis of problem. they have said that from education to work, from daily practices to frendship, came across with social and psychological problems.

Result of in this study obtained findings have been revealed that in the Germany and on the German internet media exist a serious Turkish and Turkey problem.

Key Words: *German Internet Media, Turkey In The German Internet Media, Turkish In The Germany, Turkish Immigrants*

AUSLÄNDISCHE WAHRNEHMUNG IM INTERNET-MEDIEN (BEISPIEL FÜR IN DEUTSCHLAND LEBENDE TÜRKEN)

Ayça BİLMEZ

Erciyes Universität Institut für Sozialwissenschaften Masterarbeit, April 2019

Der Berater: Doç. Dr. İbrahim E. BİLİCİ

ZUSAMMENFASSUNG

In dieser studie wird untersucht, wie die entwicklungen in der Türkei auf die Internetmedien in Deutschland übertragen werden, ob es fehlinformationen gibt, welche direkten oder indirekten Auswirkungen es auf das leben unserer in Deutschland lebenden ausländer in diesem zusammenhang hat. Die rezension der Internet-nachrichten und der vergleich der ansichten der bürger wurden anhand von umfrage-, inhaltsanalysen, diskursanalysen und demonstrativen wissenschaftlichen analysemethoden untersucht.

In den ersten beiden abschnitten der forschung wurden konzeptionelle beschreibungen gemacht. In diesem zusammenhang werden im ersten kapitel die repräsentation, die Internetmedien, die öffentliche meinung und die propaganda angesprochen. Im zweiten kapitel wurden arbeitsmigration und Islamophobie in Deutschland erwähnt. Bei der untersuchung der nachrichten in den Deutschen Medien wurden die inhaltliche analyse der nachrichtentexte und die diskursanalyse zum zeitpunkt der interpretation der gewonnenen erkenntnisse, sowie die demonstrationsmethode der wissenschaftlichen analyse der nachrichtenfotos, die als wichtig erachtet wurden, verwendet.

Im vergleich zu den gedanken und erfahrungen von expats wurden in der studie Online-Umfragen auf in Deutschland lebende Türken angewendet. Die nachrichten aus den Themen *Verfassungsreferendum 2017* und *Pressefreiheit* wurden ausgewählt. In der anderen Phase wurde der Online-Fragebogen von der website www.avrupadakigurbetcimiz.com organisiert, um den allgemeinen rahmen dessen zu verstehen, was unsere Exchors über diese berichte denken, was sie erleben und wie sie betroffen sind. In der schlussphase wurde die umfrage mit dem Türkischem Ausländeramt geführt, die in Deutschland mit der darstellung der Türkei und der Türken in den nachrichten lebt, in welchen entwicklungen sie sich befinden oder zumindest wie die zwischenmenschliche kommunikation ist bzw. ob sie die entwicklungen kennen. Die ergebnisse wurden verglichen.

Die ergebnisse der nachrichtenanalysen in den Deutschen Internet-Medien sind wie folgt: Die Türkei ist in Aufruhr, voller Menschen die aufeinander prallen, sie ist ein polarisierter Ort, sie ignoriert die Verfassung und die Menschenrechte, verstößt gegen die Gesetze. Die presse ist unter kontrolle und ist eine gefährliche das land für Journalisten und Europäer. In diesen Aussagen wird das negative bild der Türkei in Europa populär gemacht. Schon in den letzten jahren entwickelte sich eine zunehmende Islamophobie. Mit diesen nachrichten erleidet die Türkei einen hinreichend schmerzhaften prozess. Profile wie fundamentalistisch, retentiv, voreingenommen, und nicht-europäisch werden dadurch erschaffen.

Nach den durchgeführten Ergebnissen der umfrage, stellte sich heraus, dass die negativen nachrichten die Türken, welche in Deutschland leben, betreffen. Es wurde festgestellt, dass die diskriminierung aufgrund der ethnischen herkunft und der ethnischen religion mit der andersartigkeit entstehen und dadurch die Türken mit dem druck der gesellschaft konfrontiert werden. Die teilnehmer betonten, dass Medien und die Politik die ursprünge der probleme seien. Sie hätten dadurch soziale und psychologische probleme. Des weiteren gäbe es dadurch probleme bei der bildung, arbeit, alltagspraktiken bis hin zu problemen bei freundschaftsbeziehungen. Diese probleme wurden bei der Umfrage zum Ausdruck gebracht.

Die ergebnisse dieser studie ergaben, dass es in den Deutschen Medien ernsthafte probleme mit der Türkei und den Türken gibt.

Stichworte: *Deutsche Internet-Medien, Deutsche Internet-Medien, Türkei, Türken in Deutschland, Türkische Einwanderer*

İÇİNDEKİLER

İNTERNET MEDYASINDA YABANCI ALGISI (ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLER ÖRNEĞİ)

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI	ii
YÖNERGEYE UYGUNLUK.....	iii
KABUL VE ONAY	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	viii
ZUSAMMENFASSUNG.....	x
İÇİNDEKİLER	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xviii
KISALTMALAR	xix
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Medyada Temsil	6
1.1.1. Yanlış Temsil.....	9
1.1.2. Temsilde Söylemin Yeri	10
1.2. İnternet Medyası	11
1.3. Kamuoyu.....	15
1.3.1. Siyasal Rejimler ve Kamuoyu	16
1.3.1.1. Demokratik Toplumlarda Kamuoyu.....	17
1.3.1.2. Totaliter Rejimlerde Kamuoyu	17
1.3.1.3. Az Gelişmiş Ülkelerde Kamuoyu	18
1.3.2. Kamuoyunu Oluşturan Kaynaklar	18
1.3.2.1. Psikolojik Etkenler.....	18
1.3.2.2. Sosyolojik Faktörler.....	19
1.3.2.2.1. Aile	19
1.3.2.2.2. Okul	20
1.3.2.2.3. İş çevresi	20
1.3.2.2.4. Sosyal çevre	21
1.3.2.2.5. Din	21

1.3.2.2.6. Kanaat Önderleri.....	22
1.3.3. Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Önemi.....	23
1.3.3.1. Suskunluk Sarmalı	24
1.3.3.2. Gündem Belirleme	25
1.4. Propaganda.....	26
1.4.1. Propaganda Çeşitleri	27
1.4.1.1. Kara Propaganda	27
1.4.1.2. Beyaz propaganda	27
1.4.1.3. Gri propaganda.....	28
1.4.1.4. Lenin Türü Propaganda.....	28
1.4.1.5. Nazi Propagandası.....	29
1.4.2. Propaganda sürecinde medyanın önemi	32

2. BÖLÜM

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA İŞÇİ GÖÇÜ VE İSLAMAFOBİ

2.1. İşçi göçü.....	33
2.2. Türkiye'den Almanya'ya İşçi Göçü	34
2.3. Göçün Sosyolojik Boyutları: Uyum süreci ve ertesi	37
2.3.1. Asimilasyon.....	38
2.3.2. Adaptasyon / Entegrasyon	39
2.3.3. Çok Kültürlülük ve Kültürleşme	40
2.3.4. Ötekileştirme	40
2.3.5. Ayrımcılık ve Irkçılık	41
2.3.6. Misafir İşçilikten Vatandaşlığa Geçiş	43
2.3.7. Almancı/ Alamancı Olgusu	45
2.4. İslamofobi	48
2.4.1. İslamofobi'nin Oluşumunda Şarkiyatçılığın Yeri	50
2.4.2. Avrupa'da İslamofobi.....	51
2.4.3. 11 Eylül'ün İslamofobi 'ye Etkisi	53
2.4.4. Türk Göçmen Kimliğinde İslam.....	54

3. BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1. Yöntem.....	57
3.1.1. Çevrimiçi Anket	58
3.1.2. İçerik Analizi	59
3.1.3. Söylem Çözümlemesi	60
3.1.4. Göstergebilimsel Çözümleme	61
3.2. Araştırma Soruları ve Hipotez	63
3.3. Nüfus ve Örneklem	64
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	65
3.5. Bulgular	66
3.5.1. İnternet Gazeteleri	66

3.5.1.1. Bild. De.	67
3.5.1.2. Spiegel Online.....	67
3.5.1.3. Zeit Online	67
3.5.1.4. Taz. De.	68
3.5.2. Referandum Haberleri Bulguları	68
3.5.2.1. Referandum Haberlerinin Sayısı.....	69
3.5.2.2. Referandum Haberlerinin Kategorileri	71
3.5.2.3. Referandum Haberlerine Dair Söylemler	74
3.5.3. Basın Özgürlüğü Haberlerinin Bulguları.....	86
3.5.3.1. Basın Özgürlüğü Haberlerinin Sayısı	87
3.5.3.2. Basın Özgürlüğü Haberlerinin Kategorileri.....	88
3.5.3.3. Basın Özgürlüğü Haberlerine Dair Söylemler	92
3.5.4. Haber Fotoğrafları Bulguları	103
3.5.4.1. Bild Referandum Haber Fotoğrafları	105
3.5.4.2. Bild Deniz Yücel Haber Fotoğrafları.....	110
3.5.4.3. Spiegel Referandum Haber Fotoğrafları	113
3.5.4.4. Spiegel Deniz Yücel Haber Fotoğrafları	116
3.5.4.5. Zeit Referandum Haber Fotoğrafları.....	119
3.5.4.6. Zeit Deniz Yücel Haber Fotoğrafları	121
3.5.4.7. Taz Referandum Haber Fotoğrafları	123
3.5.4.8. Taz Deniz Yücel Haber Fotoğrafları.....	127
3.5.4.9. Haberlerdeki Türkiye Algısı	129
3.5.5. Çevrimiçi Anketin Bulguları	131
3.5.5.1. Pilot Çalışma Bulguları.....	134
3.5.5.2. Kapalı Uçlu Sorular	138
3.5.5.3. Açık Uçlu sorular	151
3.5.5.4. Ankete Katılanların Genel Yargıları	165
3.5.5.5. Türklerle İlgili Ön Kabuller	166
3.5.5.6. Ankete Katılan Almanya'daki Türk Vatandaşlarının Türkiye'den Beklentileri.....	166
3.5.6. Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri	167
SONUÇ	171
KAYNAKÇA	176
EKLER.....	194
ÖZGEÇMİŞ	201

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Lenin Ve Nazi Propagandası Karşılaştırması	31
Tablo 2. Referandum Haberlerinin Sayısı.....	69
Tablo 3. 21 Mart- 21 Nisan Arası Referandum Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılım..	69
Tablo 4. Bild İnternet Sitesi Kategorileri	71
Tablo 5. Spiegel İnternet Sitesi Kategorileri.....	72
Tablo 6. Zeit İnternet Sitesi Kategorileri	72
Tablo 7. Taz İnternet Sitesi Kategorileri.....	73
Tablo 8. Ülkenin İçinde Bulunduğu Duruma Yönelik Söylemler	75
Tablo 9. Anayasa Değişikliğiyle İlgili Kullanılan Kelimeler	77
Tablo 10. Cumhurbaşkanı İle İlgili Söylemler.....	78
Tablo 11. Seçimin Niteliğine Dair Söylemler.....	81
Tablo 12. Seçim Sonucunun Halktaki Yankısına Yönelik Söylemler	83
Tablo 13. Türkiye’de Basın Özgürlüğü Haberlerinin Sayısı	87
Tablo 14. 17 Şubat- 17 Mart Arası Basın Özgürlüğü Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı.....	87
Tablo 15. Bild İnternet Sitesi Kategorileri.....	88
Tablo 16. Spiegel İnternet Sitesi Kategorileri.....	89
Tablo 17. Zeit İnternet Sitesi Kategorileri	90
Tablo 18. Taz İnternet Sitesi Kategorileri.....	91
Tablo 19. Yücel’in Tutuklanmasına İlişkin Söylemler	92
Tablo 20. Yücel’in Tutuklanmasına Verilen Tepkiler	95
Tablo 21. Deniz Yücel’in Serbest Bırakılmasına İlişkin Taleplerin Sıklıkları	96
Tablo 22. Yargılamaya Yönelik Söylemler	97
Tablo 23. Durumun Türk- Alman İlişkilerine Etkisi İle İlgili Söylemler	99
Tablo 24. Türkiye’de Gazeteciliğin Durumuyla İlgili Söylemler	101
Tablo 25. Türkiye’de Basın Özgürlüğü İle İlgili Söylemler	103
Tablo 26. Anket Çalışmasına Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	138
Tablo 27. Anket Çalışmasına Katılanların Yaşa Göre Dağılımı.....	138
Tablo 28. Anket Çalışmasına Katılanların Medeni Duruma Göre Dağılımı	139
Tablo 29. Anket Çalışmasına Katılanların Vatandaşlık Durumuna Göre Dağılımı.....	139

Tablo 30. Anket Çalışmasına Katılanların Almanya’da Yaşadıkları Yıla Göre Dağılımı	140
Tablo 31. Anket Çalışmasına Katılanların Almanya’ya Göç Etme Sebeplerine Göre Dağılımı.....	140
Tablo 32. Anket Çalışmasına Katılanların Mesleklerine Göre Dağılımı.....	141
Tablo 33. Anket Çalışmasına Katılanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı.....	141
Tablo 34. Anket Çalışmasına Katılanların Haberleri Takip Ettikleri Ülkenin Medyasına Göre Dağılımı	142
Tablo 35. Anket Çalışmasına Katılanların Haberleri Takip Etme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	142
Tablo 36. Haberlerin Takip Etme Sıklığı ve Takip Ettikleri Medyanın Karşılaştırılması	143
Tablo 37. Alman Medyasındaki Türk ve Türkiye Haberlerinin İçeriklerine Yönelik Sorulara Verilen Cevaplara İlişkin Analiz Sonuçları.....	144
Tablo 38. Alman Medyasındaki Türk ve Türkiye Haberlerinin Gurbetçilere Üzerindeki Etkilerine Yönelik Verilen Cevaplara İlişkin Analiz Sonuçları	146
Tablo 39. Alman Medyasındaki Türk ve Türkiye Haberlerinin Gurbetçilere Üzerindeki Fiziksel, Psikolojik ve Sosyolojik Etkilerine Yönelik Verilen Cevaplara İlişkin Analiz Sonuçları	148
Tablo 40. Sizce Almanya Medyasında Olumsuz Türk İmajının Oluşturulmasına Neden Olan, Türklerle İlgili Asıl Sorun Nedir? Sorusunda Öne Çıkan Konu Başlıkları	151
Tablo 41. Sizce Almanya Medyasında Olumsuz Türk İmajının Oluşturulmasına Neden Olan, Türklerle İlgili Asıl Sorun Nedir? Sorusuna Katılımcıların Öne Çıkan Cevapları.....	152
Tablo 42. Size Göre Bu Sorunun Temelinde Yatan Sebepler Nelerdir? Sorusunda Öne Çıkan Konu Başlıkları	155
Tablo 43. Size Göre Bu Sorunun Temelinde Yatan Sebepler Nelerdir? Sorusuna Katılımcıların Verdiği Bazı Cevaplar	155
Tablo 44. İşiniz, Komşu Çevreniz Ve Gündelik Hayatınızda Bununla İlgili Ne Gibi Olaylar Yaşıyorsunuz? Sorusunda Öne Çıkan Konu Başlıkları.....	158
Tablo 45. İşiniz, Komşu Çevreniz Ve Gündelik Hayatınızda Bununla İlgili Ne Gibi Olaylar Yaşıyorsunuz? Sorusuna Katılımcıların Öne Çıkan Cevapları.....	159
Tablo 46. Bu Sorunun Çözülmesi, Kötü İmajın Düzeltilmesi İçin Neler Yapılması Gerektiğini Düşünüyorsunuz? Sorusuna Yönelik Çözüm Önerileri.....	162
Tablo 47. Bu Sorunun Çözülmesi, Kötü İmajın Düzeltilmesi İçin Neler Yapılması Gerektiğini Düşünüyorsunuz? Sorusuna Yönelik Çözüm Önerilerinden Detaylı İncelemeye Değer Bulunan Örnekler	163

Tablo 48. Almanya Medyasının İçerikleri Sonucu Tespit Edilen Başlıca Sorunlar ve Sebepleri.....	167
---	-----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Bild Gazetesi Referandum Haber Fotoğrafı 27 Mart 2017.....	105
Şekil 2. Bild Gazetesi Referandum Haber Fotoğrafı 18 Nisan 2017	106
Şekil 3. Bild Gazetesi Referandum Haber Fotoğrafı 17 Nisan 2017	107
Şekil 4. Bild Gazetesi Referandum Haber Fotoğrafı 20 Nisan 2017	108
Şekil 5. Bild Gazetesi Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 17 Şubat 2017.....	110
Şekil 6. Bild Gazetesi Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 1 Mart 2017	111
Şekil 7. Bild Gazetesi Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 3 Mart 2017	112
Şekil 8. Spiegel Referandum Haber Fotoğrafı 17 Nisan 2017.....	113
Şekil 9. Spiegel Referandum Haber Fotoğrafı 18 Nisan 2017.....	114
Şekil 10. Spiegel Referandum Haber Fotoğrafı 22 Nisan 2017.....	115
Şekil 11. Spiegel Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 7 Mart 2017	116
Şekil 12. Spiegel Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 13 Mart 2017.....	118
Şekil 13. Zeit Referandum Haber Fotoğrafı 17 Nisan 2017	119
Şekil 14. Zeit Referandum Haber Fotoğrafı 17 Nisan 2017	120
Şekil 15. Zeit Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 27 Şubat 2017	121
Şekil 16. Zeit Deniz Yücel Haber Fotoğrafı 1 Mart 2017.....	122
Şekil 17. Taz Referandum Haber Fotoğrafı 16 Nisan 2017.....	123
Şekil 18. Taz Referandum Haber Fotoğrafı 17 Nisan 2017.....	124
Şekil 19. Taz Referandum Haber Fotoğrafı 18 Nisan 2017.....	125
Şekil 20. Taz Deniz Yücel Haber Fotoğrafları 28 Şubat 2017	127
Şekil 21. Taz Deniz Yücel Haber Fotoğrafları 28 Şubat 2017	128

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
BAP	: Bilimsel Araştırma Projeleri
Bkz.	: Bakınız
Çev.	: Çeviren
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
KİA	: Kitle İletişim Aracı
ODTÜ	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	: Türk Dil Kurumu
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Vs.	: ve saire
Vb.	: ve benzeri

GİRİŞ

Almanya ve Türkiye arasında çok eskilere dayanan siyasi ve ekonomik münasebetler, bugün tüm güncelliğiyle sürmektedir. Sanayi bakımından gelişmiş olan Avrupa ülkeleri, özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, genç nüfus ve istihdam eksikliği ile paralel giden iktisadi problemlerle mücadele etmekteydi. Bu sebeple, Doğu ülkelerinden sanayide çalıştırmak üzere işçi göçleri başlamıştı. 1960'lı yıllarda Avrupa'ya başlayan Türk işgücü göçü ve günümüzde Avrupa'nın büyük çoğunluğuna yayılmış olan ve ciddi bir oran teşkil eden Türk nüfusu, gerek Avrupa gerek Türkiye açısından önemli bir sosyal, kültürel ve siyasi alanı oluşturmakta; bu durumun getirisi olarak yine sosyal, kültürel ve siyasal sorunlar meydana gelmektedir. Almanya'ya işçi göçü tarihi boyunca, ırkçı yaklaşımlarla saldırılan Türkler, evleri yakılacak noktaya varan şiddet eylemlerine maruz kalmışlardı. 2000'lerin başına kadar süren eylemler, son yıllarda azalmış, Türklerin Almanya'daki varlığı artık kabul edilmişti. Ancak Ortadoğu'da Işid gibi terör örgütlerinin yükselmesi, Avrupa'da bombalı saldırılar düzenlemeleri, İslamofobi ve yabancı düşmanlığını yeniden alevlendirmiştir.

Bu bağlamda bir dönüm noktası sayılabilecek 11 Eylül saldırıları ve sonrasında Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde meydana gelen terör olayları, yabancı düşmanlığının hızla yaygınlaşmasıyla birlikte İslamofobi ve Doğu toplumlarına yüklenen diğer nitelikler, Batılı insanın zihninde silinmesi neredeyse imkânsız olumsuz Doğu imgesi oluşmasına neden olmuştur. 15 Temmuz 2016'da yaşanan darbe girişimi ise Almanya ve Türkiye siyasi ilişkilerinde adeta dönüm noktası olmuş, Almanya hararetli biçimde Türkiye ve Türklerle ilgili olumsuz çağrışımlar yapan konuları basında işlemiş, Almanya'daki gurbetçiler ise o tarihten itibaren yeniden ırkçılık, dışlama, ötekileştirme sorunlarıyla karşılaşmaya başlamışlardır.

Bu çalışmanın amacı, öncelikle medyadaki temsillerin, hedef toplumdaki kamuoyunun çevresinde ne tür tepki, tavır ve davranışlar oluşturduğunu ve ne gibi sonuçlara sebep olduğunu tespit etmektir. Batı medyasının Avrupa merkezci, tekerci tavrı; medya üzerinden gündem belirleme ve yönlendirme kabiliyeti, yanlış ve genellikle olumsuz haberlerle Doğu ülkelerinin yanlış temsili, özellikle de bu araştırmanın odağında yer alan Alman internet haberciliğinde Türkiye ve Türklerin temsili özelinde incelenmiştir. Son yıllarda Türkiye Cumhuriyeti'nin Avrupa ülkeleriyle olan siyasetindeki iniş çıkışlar, Türkiye'de yaşanan gelişmelerin politik ilişkilere konu edilmesi ve ilişkiler üzerindeki gündem belirleme gücü, Avrupa'daki Türklerin yaşamlarına nasıl yansıdığı, sorunların tespiti bu araştırmanın temel amacıdır.

Araştırmanın temel problemi, Alman medyasında nasıl bir Türk imgesi inşa edildiği, yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımlardan Almanya'da yaşayan vatandaşlarımızı 'nasıl' etkilendikleri; bu konudaki yaygın kanaatlerinin, sorunun kökeninde yatan asıl sebebin ve çözüm yollarının neler olabileceğini anlamaktır. Çalışmanın temel savı da, 'Alman internet medyasında Türkiye ve Türklerle ilgili olumsuz imaj yaratacak nitelikte haberler vardır ve Almanya'da yaşayan Türkler'in büyük çoğunluğu bu haberlerden dolayı, dışlama ve ayrımcılıkla karşılaşmaktadırlar' şeklindedir. Tezin birinci ve ikinci bölümünde konularla bağıntılı olan kavramların tanımlanması yapılmıştır. Birinci bölümde; medyada temsil, kamuoyu, propaganda konuları üzerinde durulurken, ikinci bölümde; Türkiye'den Almanya'ya işçi göçü ve İslamofobi kavramları ele alınmıştır. Son bölümde ise Alman internet medyasından Bild, Zeit, Spiegel ve Taz gazetelerinden toplam 639 haber çözümlenmiş, 200 gurbetçi ile çevrimiçi anket gerçekleştirilmiştir.

Tez çalışması kapsamında ilk etapta, Avrupa'da Türklerin yoğun olarak yaşadıkları ülkeler seçilmek istenmiştir. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı verilerine göre yaklaşık 9 milyon Türk vatandaşı Avrupa ülkelerinde ikamet etmektedir. Bunların arasında Almanya'da yaşayan Türkler, 3,4 milyonluk nüfusu ile %19,2 oranına tekâmül ederek, Avrupa'daki en yoğun Türk göçmen nüfusunu oluşturmaktadırlar. Fransa'da 650 bin, Hollanda'da 450 bin, Belçika'da 220 bin ve İngiltere'de yaklaşık 73 bin Türk göçmen yaşamaktadır. Farklı akademisyenlerle, kongrede veya bizzat yapılan görüşmelerle, zamansal sınırlılık ve maddi yetersizlikler başta olmak üzere pek çok engelden dolayı 9 milyonluk Türk göçmen evrenine ulaşmanın son derece güç olduğu ve daraltılması

gerektiği konusunda hemfikir olunmuştur. Nihayetinde, Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı verilerine göre, yaklaşık 3 milyon nüfus ile Türk göçmenlerin en yoğun yaşadıkları ülke olan Almanya evreninde çalışma yapmaya karar verilmiştir. İşgücü göçü anlaşmasının ilk olarak Almanya'yla yapılması ve Alman basınının tarihteki yeri ve önemi de Almanya'yı seçmememizde önemli birer unsur oluşturmıştır.

Çalışmada öncelikle pilot inceleme yapılmış, şu an Almanya'da yaşayan farklı meslek gruplarından ve Almanya'nın farklı bölgelerinden on Türk göçmen ile (Whatsapp, Skype, Messenger gibi sosyal ağlar vasıtasıyla) görüşülmüştür. Görüşmelerde genel olarak Alman medyasında Türkiye ile ilgili yapılan haberlerin siyaset ve basın özgürlüğü üzerinde yoğunlaştığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Katılımcılar bu konularda Türkiye'nin yanlış temsil edildiğini, dolayısıyla orada yaşayan Türk vatandaşların da bu yanlış temsilden dolayı sorunlar yaşadıklarını dile getirmişlerdir.

Haberleri seçme aşamasında, ev kundaklama, cami saldırısı ve çocukları ailesinden koparma gibi doğrudan şiddet eylemi olarak adlandırılabilir mevzular irdelenmek istenmişti. Fakat Alman basınının, tabiatıyla kendi için olumsuzluk oluşturacak olan bu haberlere çok az sayıda yer vermesi, bu haberleri analiz etmeyi güçleştirmiştir. Almanya'nın en popüler gazetelerinden Bild'de Türk etiketiyle aratılarak son bir yılda yapılmış tamamı tek tek incelenen 1000 haberde, ağırlıklı olarak şu konulara değindikleri tespit edilmiştir: Darbe girişimi, Anayasa Referandumu, Türkiye-Almanya ilişkileri – Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ekseninde-, Türkiye'deki terör olayları, tutuklu gazeteciler - özellikle Deniz Yücel-. Haberlerin çok büyük çoğunluğunu Türkiye'deki siyasi olaylar oluşturmaktadır. Buradan yola çıkarak, Türkiye ile ilgili yapılan haberlerin zirveye ulaştığı referandum seçim dönemi süreci ve yine benzer dönemde tutuklanan Alman-Türk muhabiri Deniz Yücel özelinde; 21 Mart- 21 Nisan ve 17 Şubat- 17 Mart tarihleri arasında Türk Anayasa Referandumu ve Türkiye'de basın özgürlüğü konulu haberlerin incelenmesine karar verilmiştir.

Mevcut siyasi konjonktür, pilot çalışma ve Türklerle ilgili yapılan haberlerin niteliklerinden hareketle, Referandum ve Basın Özgürlüğü olarak belirlenen iki ana başlıktaki haberler, Alman basınında öne çıkan gazetelerin internet sitelerinden edinilmiştir. Alexa 2017 verilerine göre Almanya'nın en çok tıklanan ilk iki haber sitesi *Bild* ve *Spiegel* ile pilot çalışmada katılımcıların tamamının dikkati çektiği *Zeit* ve *Taz* gazetelerinin eklenmesi ise farklı ideolojik eğilimlere sahip bu dört seçilmiştir. İnternet

gazetelerinin seçilmesinin gerekçesi ise şu şekildedir: İnternetin son derece yaygınlaştığı, sosyal sınıf, statü fark etmeksizin hemen herkesin her yerden (tablet, cep telefonu, bilgisayar) ulaşabileceği, ucuz, kolay erişilebilir bir enformasyon aracı olması ve kısa zamanda çok geniş kitlelere hitap edebilmesi bakımından bu popüler mecradan yararlanılmak istenmiştir. Ayrıca sayılan gazetelerin basılı hallerinin, incelenen dönemdeki arşivlerine ulaşma olanağımızın olmaması, bu ulusal gazetelerin internet haber sitelerini incelemeye dâhil etmemizin ikinci sebebidir.

Çalışmanın ana temasının etki- tepki incelemesi oluşu, karşılaştırmalı bir analiz yapma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Almanya medyasında yer alan Türkiye ve Türk konulu haberlerin sunuluş biçimlerinin Almanya’da yaşayan gurbetçimizi dolaylı veya doğrudan, hangi yönde etkilediğinin araştırıldığı bu tez çalışmasında temelde iki inceleme yöntemi kullanılmıştır. İlk olarak *Bild*, *Spiegel*, *Zeit* ve *Taz* gazetelerinde Türkiye ve Türklerle ilgili yazılmış olan; ‘Referandum ve ‘Basın Özgürlüğü’ konularındaki haberlerden, 21 Mart- 21 Nisan ve 17 Şubat- 17 Mart tarihleri arasındaki haberlere içerik çözümlemesi yapılmıştır. Haber fotoğraflarının gerektirdiği noktada göstergebilimsel analiz yöntemi, bulguların yorumlanması sürecinde söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır.

Diğer aşamada, gurbetçilerimizin bu haberlere dair ne düşündükleri, ne yaşadıkları ve nasıl etkilendikleri konusunda genel çerçeveyi anlamak üzere bu araştırma için açılmış olan, www.avrupadakigurbetcimiz.com adlı internet sitemizden çevrimiçi anket düzenlenmiştir. Sosyal Bilimler alanında en yaygın kullanılan veri toplama tekniklerinden anket, bu tez çalışması için evrenin büyüklüğü hasebiyle tercih edilmiştir.

Son aşamada ise haberlerde yer alan Türkiye ve Türk sunum ve temsili ile Almanya’da yaşayan, bizzat olan biteni takip eden, gelişmelerin içinde yer alan veya en azından gelişmelerden kişilerarası iletişimle haberdar olan Türkiyeli gurbetçilerle yapılan anketin sonuçları karşılaştırılmıştır. Her ikisi arasında tutarlılık olduğu tespit edilmiştir. Burada asıl hedefimiz, medyanın temsil ve kamuoyu oluşturma düzeylerini ve yarattığı etkileri, güncel haberler ve hassas bir konu olan yurtdışındaki Türkler üzerinden anlamaya çalışmaktır.

Özellikle de son yıllarda Türkiye’de yaşanan gelişmelere göre Batı basınında yer alan haberlerin Avrupa’daki Türk göçmenlerin Avrupa’daki yaşamlarını zorlaştırmaları, ırkçılık, İslam ve göçmen karşıtlığı gibi konularda baskı yapımları, bu konuda güncel bir

araştırma yapma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Almanya'daki Türklerle ilgili yapılan çalışmalar genellikle T.C. Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı tarafından alan araştırmaları olarak yer almaktadır. Türkiye'ye gelme dönemleri, tutum ve davranışları, aile içi ilişkiler, kuşaklara göre entegrasyon ve kültürel değişimler şeklindeki konular ele alınmıştır. RTÜK'ün de Almanya'daki Türklerin televizyon izleme alışkanlıklarıyla ilgili bir çalışması mevcuttur. Bu çalışmalar Türklerin oradaki yaşamlarıyla ilgili saha araştırmaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun dışında Başbakanlık'ın göçün 50. Yılına özel yaptığı 50 Alman-Türk ile yapılan röportajlardan oluşan bir raporu vardır. Yine Başbakanlıkla göçün 50.yılında Berlin'de sempozyum düzenlenmiştir. Göç konusunda yazılmış birçok kaynak mevcuttur. Bunlar göç ile ilgili olarak ekonomik, siyasi, sosyolojik, sosyal-psikolojik, eğitim, sağlık şeklindeki konuları kapsamaktadır.

Alman basını ile ilgili olarak literatürde Türkiye Avrupa Birliği ilişkilerinin Alman basınına yansımaları konuları ağırlıktadır. Makaleler bazında, Türk Kimliği, Türk- Alman işbirliği, STK ve Dernekler, Almancı olgusu, Entegrasyon, Euro-Türkler şeklinde sosyolojik tabanlı araştırmaların varlığından söz edilebilir. Sempozyumlar ve resmi raporlar da mevcuttur. Fakat habercilik gibi ziyadesiyle üzerinde durulması gereken bir mecrada konu ile ilgili olarak güncel ve nedensellik bağı üzerine inşa edilmiş bir çalışmanın eksikliği söz konusudur. Üstelik Alman basınının Türk göçmenler üzerindeki etkileri üzerine karşılaştırmalı ve geniş kapsamlı bir çalışmanın yokluğu göze çarpmaktadır.

Bu çalışmada, benzerlerinden farklı olarak, internet haber medyası iletilerinin aktardığı mesajların nelere sebep olduğunu gurbetçi vatandaşların bizzat kendi ifadeleri, deneyim, gözlem ve yaşadıklarına dayanarak tespit etmek ve sorunların temelinde yatan nedenleri tespit ederken, olası çözüm yolları da önermek ve literatüre kayda değer bir katkı ifade etmek amaçlanmıştır. Propaganda, Alman basını, Türk göçmenleri farklı konular olarak bir çalışma başlığı altında toplayarak ve birden fazla araştırma yöntemi (Anket, İçerik Analizi, Söylem Analizi, Derinlemesine Mülakat, Göstergebilimsel Çözümleme) kullanılarak elde edilen verileri daha zengin hale getiren, karşılaştırmalı bir çalışma olarak bu tez diğer çalışmalardan ayrılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Medyada temsil

Çağımızda medya, toplumsal yarar işlevlerinin ötesinde, çıkar ilişkileri doğrultusunda hareket eden, tarafsızlık, nesnellik, dengelilik özelliklerini yitirmeye yüz tutmuş bir kavram haline gelmiştir. Medya ekonomisinde meydana gelen köklü değişmeler, sermaye, mülkiyet ve siyasetle arasında oluşan organik bağ, medyayı toplumsal sorumluluklardan sıyrıp, fırsatçı ve yanlı bir forma dönüştürmüştür. Bu durum medyada etik problemler yaşanması sonucunu da beraberinde getirmiştir.

Medya kuruluşlarının dramatik dönüşümü, eskiden olduğundan daha kalabalık bir kitleyle karşı karşıya gelmesi bakımından daha ciddi sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle son dönemlerde astronomik bir hızla toplumun her katmanına nüfuz eden internet teknolojileri, medyada yer alan bir temsilin olumlu veya olumsuz yönünü, meydana gelen gelişmeleri dakikalar içerisinde küresel ölçekte yayabilirliği açısından, temsil, kamuoyu, propaganda, kavramlarına güncel bir boyut kazandırmıştır.

Medyanın geniş kitleler üzerindeki etkisi, sunum ve temsil konusunu önemli hale getirmektedir. Medyada temsil, temelde egemen olanlar ve egemen olanların belirlediği normları ifade etmektedir. Medya salt gerçekliği temsil etmekten çok gerçekliği yaratmakta, yeniden inşa etmektedir. Bu yaratma ve inşa sürecinde medyanın ekonomi politiği, sunumların karakterizasyonu üzerinde belirleyici bir role sahiptir. Irk, din, dil, etnik köken, milliyet, toplumsal cinsiyet, statü, sınıf, cinsiyet unsurlarının tamamı ve daha fazlası, medyanın temsil sürecine etki eder.

Temsil, söylemsel ya da görsel olarak, nesnenin, toplumun, grubun, bireyin yerine geçmesi, aslına göndermede bulunması, anlamlandırması şeklinde tanımlanabilir. Temsil, yalnızca, doğal nesnenin yeniden üretilen kopyaları olarak değil, karmaşık teknik, anlatı ve ideolojik aygıtların bir yapısı olarak yorumlanır. Anlam üreticisi olarak negatif veya pozitif kimliklendirme yapar (Durham ve Kellner, 2006). Medyanın yarattığı gerçeklik üzerine, daha önce hiç aklımızda olmayan şeylerin bile en ateşli savunucuları haline gelebiliriz.

Medyada temsil konusunda öne çıkan araştırmacılardan biri Stuart Hall 'dır. Hall, temsil konusunda dil, dilin kodları ve anlam üzerinde durmaktadır. Her sözcüğün düz anlamının dışında yan anlama da sahip olduğunu, bu durumda dil ve temsil konusundaki ilişkinin basit olmadığını, bu yan anlamları/kodları bilmenin sunulan şeyi anlamlandırmada önemli olduğunu ifade etmektedir. Temsil sistemini insanlar ve olayları, kafamızın içinde sürdürdüğümüz kavram kümesi veya zihinsel temsillerle bağdaştırır. Kavramlar, her birimizin zihninde farklı yorumlanabilme yoluna sahipse de benzer sonuçlarda ortak kültüre bağlı olarak ortaya çıkabileceğini, fakat sadece kültürün değil, ortak dil kullanımının temsil veya benzer kavramları paylaşmada son derece gerekli olduğunu belirtir (Hall, 1997). Söz konusu kavramların anlamını bilmek için o dil içinde karşılığının dilin kültürel kodları aracılığıyla çözülebileceğini, medyada toplumların kimliklerinin basmakalıp söylemlerle inşa edildiklerini, ötekinin konumlandırılmasının negatif özelliklerle (savaş, felaketler, açlık vs.) ya da yok sayılarak yapıldığını aktarmaktadır.

Hall, temsille ilgili olarak üç farklı yaklaşımdan söz eder: yansıtıcı yaklaşım, niyetli yaklaşım ve inşacı yaklaşım. Yansıtıcı yaklaşımda dilin tıpkı bir ayna gibi gerçek dünyada nesnelerde, kişilerde, düşüncede ya da olayda, sözün içinde var olan gerçek anlamını yansıttığını savunur. Bu yaklaşım Hall'e göre yetersizdir. Çünkü dil, dünyadaki her şeyin anlamını tam olarak yansıtamaz. Niyetli yaklaşımda ilkinin tam tersi olarak, konuşmacı ya da yazarın kendine has anlamlar üreterek dünyayı belirlediğini öne sürer. İnşacı yaklaşıma göre ise dil yoluyla anlam üretildiğini ifade eder (Hall, 2013, s. 10).

Bu çalışmada, temsilde, dilin inşacı yapısı üzerinde durulmuştur. Temsilde inşacı yaklaşım bizi, hegemonya, ideoloji ve söylem kavramlarına götürmektedir. Medya, mülkiyete ve politikaya bağımlı söylemler, anlamlar yaratarak egemen sınıfı veya görüşü

yeniden yüceltir. Bu süreçte bir takım inşa stratejileri uygulanmaktadır. Meşrulaştırma, saklama/ kaydırma, birleştirme, bölme, şeyleştirme/somutlaştırma (Kazancı, 2002) şeklinde kategorize edilen bu stratejiler, haber çözümlemede kullanılmaktadır. Bunların dışında, basmakalıp –stereotype- ve önyargılara dayalı unsurlar yaratılır. Hâkim görüşün güdümünde olan medya, belirli grupları basmakalıp söylemlerle temsil eder. Bu hâkim görüş sadece siyasal iktidardan değil, toplumun geleneksel ve kültürel özelliklerinden de kaynaklanıyor olabilmektedir.

Bilgi ve teknolojiyi elinde bulunduranlar, yaratma ve yönlendirme gücüne de sahiptirler. Yaşadığımız bilgi çağı içerisinde egemenlik ilişkileri bilgi ve teknolojiyi elinde tutanlardadır. Kitle iletişim araçları da “kitle toplumu”nun şartlarında yeniden üretilmesi gereken politik ilişkilerin bir teknolojisi olarak gündeme girmiştir (Bostancı, 1998, s. 161). Günümüzde Batı’nın elinde tuttuğu bilgi aracılığıyla ürettiği teknoloji, geri kalanları tanımlama yetkisini de ona vermektedir. Uluslararası haber ajansları, temsil konusunda önemli ereklerdir. Ajanslar kimin, nasıl temsil edileceği, neyin haber olup olmayacağı ya da nasıl olacağı konusunda elemeler yaparak gündemi belirlerler.

Uluslararası medyada temsil genellikle, Batının gelişmişliği Doğunun ise geri kalmışlığı, egzotikliği, vahşiliği, yoksulluğu gibi özellikleriyle gerçekleştirilmektedir. Uluslararası haber üretim ve dağıtım hizmeti, uzun yıllar AP (Associated Press), UPI (United Press International), AFP (Agence France Presse), Reuters ve TASS’ın önderliğinde yürütülmüştür. Bugün ise başlıca haber tekelleri; AP, AFP ve Reuters’tır (Girgin, 2002, s. 179). Bu tekellerin ürettiği haberler, ABD, İngiltere, Fransa gibi günümüzün egemen devletlerinin istekleri doğrultusunda dünyaya haber akışını sağlarlar. Haberler çoğunlukla Batı’nın egemenliğini yeniden yücelten, mükemmelleştiren, örnek olarak dünyaya gösteren içeriktedirler.

Haber ajanslarının dünyanın her yerinde merkezi ve muhabirleri bulunmakta, yapılan haberleri uluslararası çapta televizyon kanallarına, gazetelere, radyolara, internet medyasına servis etmektedirler. Böylece dünyanın farklı bölgelerinde yaşanan gelişmeler, haber ajanslarının yansıttığı kadarıyla bilinir. Özellikle çevre ülkeler diye de adlandırılan az gelişmiş ülkeler, teknoloji ve bilgi eksikliğinin de bir sonucu olarak, kendi ülkelerinde, hatta belki kendi şehirlerinde, mahallerinde meydana gelen bir olayı, merkez olarak adlandırılan Batılı egemen devletlerin muhabirlerinin yaptığı haberlerden öğrenmekte; iyi veya kötü, onlar nasıl sunuyorsa hem kendileri hem de dünya onları

bu şekilde tanımış olmaktadır. Üçüncü dünya ülkeleri eğer haberlerde yer alacaklarsa bunun için belirli koşulları da sağlamış olmalıdırlar. Ancak bir felaket, darbe, kriz gibi hayati önem taşıyan konularda Batı medyasının gündemini meşgul edebilirler. Sadece haberlerde değil, belgeseller, sinema filmleri, şarkıların video klipleri gibi farklı alanlarda da benzer bir görüntü neşredilmektedir.

Örneğin belgesel kanallarında Batılının yaşadığı metropoldeki evinden izlediği vahşi doğa, az gelişmiş ülkelerin sıra dışılığı olarak temsil edilmektedir. Zihin Yönlendirenler kitabında Schiller, siyasi bağlamda yayın yapmayan National Geographic'in bile eğitim ve bilgilendirme kisvesi altında, Batı dışı toplumları egzotik biçimde tanıtarak dünyanın merkezinde Batının olduğunu, geri kalanın ise görece ilkel, hayvanlar ve değişik bitkilerle iç içe, medeniyet yoksunu toplumlar olarak gösterildiğini, bunun da egemen güçlere hizmet eden bir zihin yıkama üslubu olduğunu söylemektedir (Schiller, 1993).

Temsil unsurları habere bakıldığında hemen göze çarpmamakta, metnindeki kalıp yargılar, seçilen sözcükler, kullanılan fotoğraflar, noktalama işaretleri incelendiğinde ortaya çıkmaktadır. Bu incelemenin ardından söz konusu haberin nasıl çerçevelendiği, hangi ideolojiyle ilişkili olduğu, neyi ön plana çıkarıp neyi geri planda bıraktığı anlaşılmaktadır. Elliot, Murdock ve Schlesinger, haber metni ile ilişkili olarak program formatlarının “gevşek” (loose) ya da “sıkı” (tight) olmasına göre de ayırım yaparlar. Bu ayırma göre, “sıkı” format, farklı okumalara olanak tanımaz. “Gevşek” format ise farklı okuma biçimlerine izin verir (Mora, 2011). Haber metinleri sıkı (tight) metinler olması sebebiyle, içlerinde bulundurdıkları anlam her zaman apaçık ortaya çıkmayabilir, bu yüzden söylemsel çözümleme ile derinlemesine inceleme gerektirmektedir.

Temsil belirli ideolojilere bağlı sembolleştirme veya markalaştırmada da kullanılır. Toplumsal ve kültürel kodlar birer temsildir. Giyim, kuşam, takılar, semboller, ülkelerin bayrakları, marşları, yemek yapma biçimleri, ibadetleri vb. hemen her şey toplumsal kodlara dâhil edilebilir. Bu kodlar dolayısıyla da özellikle medyada söz konusu toplum, grup, ırk, sınıf vb. üzerinden temsiller gerçekleştirilir.

1.1.1. Yanlış Temsil

Temsil kavramının bir diğer boyutunu hatalı temsil oluşturmaktadır. Hatalı ya da yanlış temsil, temsilin taraflı ve inşacı boyutuna göndermede bulunur. Oxford Dictionaires yanlış temsili (misrepresentation) şu şekilde tanımlamıştır : ‘Bir şeyin doğası hakkında

yanlış veya yanıltıcı bir açıklama yapma eylemi veya suçu’’ (<https://en.oxforddictionaries.com/definition/misrepresentation>). Yanlış temsil, günümüzde medyada etik sorunların başında gelmektedir. Normal temsilde olduğu gibi hatalı temsilde de ötekinin nasıl konumlandırılacağı meselesinde, egemen paradigma anahtar konumdadır.

Temsil kavramı söylem, ideoloji ve hegemonya kavramlarıyla bağdaştırılmaktadır. Çünkü egemen erklerinin yönlendirdiği medya, onların ideolojisini ve buna uygun bir dil daha uygun bir ifadeyle *söylem* kullanılmasını öngörmektedir. Zira temsil kavramı tek başına açıklanmak istediği zaman eksik kalacaktır. Bu tez çalışmasının özelinde temsil, ekonomik, politik, dinsel ve kültürel bağlamda Türkiye imajının yanlış veya hatalı temsiliyle doğrudan ilişkilidir.

1.1.2. Temsilde Söylemin Yeri

Söylem konuşulan konu hakkındaki belirli bir bilginin bir dilde ifadesinin sağlanmasıdır. Rastgele yapılmaz, belirli kodları içerisinde bulundurur. Dil ve temsil yoluyla gerçekleştirilir. Temsilin pozitif veya negatif yönler içermesi, söylem aracılığıyla somutlaştırılır. Belirli kodlar içeren ve bir inşa sürecine sahip olan söylem, temsilin niteliğini belirleyeceğinden, bu tez çalışmasında yer verilmiştir.

Stuart Hall'e göre söylem konuşulan konu hakkındaki belirli bir tür bilginin dil grubu içinde ifadesinin sağlanmasıdır. Bir konu hakkındaki ifadeler belirli bir söylem içinde yapıldığında, o söylem konuyu belirli bir şekilde inşa edebilmeye olanak sağlamaktadır. Hall'e göre söylem birçok farklı geleneksel kurum tarafından üretilebilir (hastane, hapisane, aile, akıl hastanesi vs.).

Söylemler kapalı sistemler değildir, bir söylem, başka bir söylemdeki unsurları çizerek, onları kendi anlam ağlarına bağlar. Söylemsel formasyon içindeki ifadelerin hepsinin aynı olması gerekir (Hall, 1992: 291). Söylem, arzuyu yalnızca ortaya koyan şey değildir; aynı zamanda da arzusunun nesnesi olan şeydir ve zira söylem yalnızca kavgaları veya baskı sistemlerini açıklayan şey değil, ama onun için, onun vasıtasıyla mücadele edilen şey, ele geçirilmesi istenen erktir (Foucault, 1987:23-34).

Bir söylem, bir araya getirilmiş düzenlenmiş bir dizi ifadedir. Söylem bir dizi kural tarafından düzenlenir belirli ifadelerin dağıtımına ve dolaşımına yol açar (Mills, 2003,

s. 54). Dilin içinde yeniden üretilen söylemsel güç (domiance), eşitsizlik ve dildeki rollerin anlaşılmasını sağlamaktadır. Söylem, güç ve iktidar yapıları arasındaki ilişkiyi incelemektir (Dijk, 1988, s. 250-279). Politika, medya veya bilim belli bir güç kaynağıdır. Bu nedenle politikacılar, medya çalışanları ve bilim adamları mesleklerinden dolayı kendilerine özgü bir söylemsel güce sahip olurlar (Devran, 2010, s. 27).

Haber söylemi, haberin taşıdığı ideolojik işlevlerin geniş ölçekte yankı uyandırabilmesi ve medyanın çok güçlü bir araç olması nedeniyle, söylem konusunun toplumsal etki üzerindeki en önemli açıklamasını içerir. Haber söylemi politik ve ekonomik ilişkilerle doğrudan bağlantılı olarak, egemen erklerin düşüncelerine göre gündelik pratikleri belirler. Haber yapısı yanlılık sorunu haberin söylemine doğrudan etki etmektedir. Haber hazırlanma sürecinde kaynak kişilerle kurulan ilişkiler ve haberin kullandığı dil söylemi belirler. Haber dili gündelik dili kullanarak tüm kod sistemini de içinde barındırır (İnal, 1995, s. 117).

Normları üreten egemen kesim için kitle iletişim araçlarında boy göstermek her zaman iyi bir fikir değildir. Bu yüzden haber metinlerinde sembolik seçkinlere yer verilmektedir. Söylem seçkini ve söylem düşkünü şeklinde iki grupta adlandırılan bu kimseler, haber yapım aşamasına doğrudan etki eder. Sembolik seçkinler ve söylemleri, söylem türlerini, bilgi miktarını ve başlıkları, argümanların seçimini veya sansürünü ve retorik süreçlerin doğasını belirler (Mora, 2009, s. 421). Söylem seçkinleri bu yönüyle kanaat önderliği görevini de yerine getirmektedir. Söylem seçkini toplumda hâkim, güçlü, söz sahibi olan, yönlendirme kabiliyetine sahip, medya ve iktidar üzerinde denetleyici olan elit azınlığı; söylem düşkünü ise; genellikle suçlu, fail, mağdur gibi olumsuz niteliklerle gündeme gelen sıradan halkı ifade eder.

1.2. İnternet Medyası

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle 20. yüzyılın sonunda ortaya çıkan internet, çağımızda yaşamımızın her alanına nüfuz etmiş bir iletişim ve enformasyon aracı haline gelmiştir. Bu zamana kadar görülmemiş bir hızla, bilgiyi küresel ölçekte yayan internet, habercilik ve iletişim kavramlarında da dramatik dönüşümlere işaret etmektedir. Haberciliğin, eğlenme, bilgilendirme, kamuoyu oluşturma işlevlerini geleneksel kitle iletişim araçlarından daha geniş yelpazede daha çok, daha hızlı, daha kolay

erişilebilirlikle ve küresel ölçekte sağlaması bakımından, insanlar tarafından daha çok tercih edilen bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Mc Luhan'ın ileri sürdüğü küresel köy kavramı, internet sayesinde tam olarak anlamlı hale gelmiştir.

1990'da yerel bilgisayar ağlarının ve geniş alan ağlarının birbirine bağlanması ile oluşan, "ağların ağı" olarak da tanımlanan İnternet'in, ABD'de ve daha sonra diğer birçok ülkede üniversite ve devlet kullanımlarının yanı sıra, ticarete, sanayiye, reklamcılığa, gazeteciliğe ve diğer sektörlerle yönelik yansımaları sonucunda, özellikle 1994'de hızlanarak dünyanın birçok ülkesindeki yaşamı etkilemeye başlamıştır (Gürcan, 1998, s. 144- 145).

İnternetin başlangıcı 1969'da askeri amaçlarla kurulmuş, Arpanet olarak bilinmektedir. Türkiye'de ise ODTÜ ve TÜBİTAK işbirliğiyle oluşturulmaya başlamıştır.

1970'lerin ortalarına kadar, askeri sponsorluk, bu tür ağ iletişimlerini mümkün kılan protokollerin ya da talimat setlerinin icat edilmesiyle sonuçlandı. İletim Kontrol Protokolü (TCP) ve İnternet Protokolü (IP), 1970'lerin sona ermesiyle birlikte, kullanması gereken gerekli yazılım talimatları grubunu oluşturdu. 1980'lerin ortalarında kullanılan bir terim olan İnternet, NSFNET omurgasına bağlı olan ve 1991 yılının sonlarına doğru 3.500 olan merkezi olmayan ağ kümesini ifade ediyordu (Schiller, 2000, s. 11).

Bugün, dünyanın herhangi bir ülkesinin, herhangi bir şehrinde, hatta ilçesinde meydana gelen bir olay, dakikalar içerisinde bilgisayarlarımıza, hatta cep telefonlarımız aracılığıyla nerede olduğumuz fark etmeksizin adeta 'cebimize' gelmektedir. Dolayısıyla habercilik sektörü için kaçınılmaz bir dönüşümü gerektirmiştir. Bilindiği gibi yazılı basın radyonun icadıyla, radyo ise televizyonun yaygınlaşmasıyla popülerliğini yitirmişti. Bugün ise internet, bu mecraların tamamını gerisinde bırakan, hepsinin özelliklerini kendi içinde barındıran, görece ucuz ve çok daha hızlı bir kitle iletişim aracı olarak karşımızdadır. Bu durum geleneksel kitle iletişim araçlarının, gazetelerin, radyoların, televizyonların internet üzerinden yayın yaparak kendilerini güncelleme gerekliliğini doğurmuştur.

İnternet gazeteleri ilk olarak ABD'de ortaya çıkmıştır. 1995 yılında ABD'de sekiz büyük gazete (The Washington Post, Times, Mirror, Tribune gibi), online olarak, baskıya hazır gazete sayfalarını anında okurların bilgisayarlarına aktarmak amacıyla bir araya gelerek gazete yayıncılığında sanal dönemi kurumsal düzeyde başlatmışlardır (Kırçıl ve Karagüler, 2003).

Dünyadaki diğer pek çok ülkede ve Türkiye’de çevrimiçi yayıncılık ABD ile paralel gelişmiştir. Zaten genel olarak internet teknolojileri Türkiye’de ABD ile eşzamanlı kullanılmaya başlanmıştır. İlk olarak Aktüel dergisi, ardından Lemn dergisi ve Zaman gazetesi online yayına başlamıştır. Birkaç yıl içinde, yüksek tirajlı diğer gazeteler de online yayıncılığa geçmiştir. Bugün ise hemen her gazetenin ve derginin internet sitesi mevcuttur. İlk başlarda, basılı haberlerin aynısı internete aktarılırken, daha sonra internet odaklı haberler yapılmaya başlanmıştır. Bu durum, haber sayısında ve içeriğinde değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Örneğin - 3. Bölümde daha detaylı işlediğimiz- bu tez çalışmasında incelediğimiz gazetelerde haber sayısının, basılı gazeteye oranla çok daha fazla olduğu görülmüştür. Çünkü internet ortamındaki hız savaşımı, iki satır bile olsa haber girişi yapmayı gerektirmektedir. Bu sebeple tamamlanmadan yayımlanmış haberlerde ‘haber detayları veya devamı gelecektir’ şeklinde dipnotlar verildiğine sıkça rastlanmaktadır.

Kitle iletişim araçlarındaki yapısal dönüşüm, medyada sunum, temsil, kamuoyu oluşturma ve propaganda konularına güncellik kazandırdığı gibi, etkililik bakımından da olumlu ve olumsuz yönler geliştirmiştir. İnternet siteleri ilk başlarda tek yönlü enformasyon sağlayan, interaktif olmayan araçlardı. Bu web 1.0 olarak adlandırılan dönemi göstermektedir. Web 2.0 ise internette ve onun etkisiyle internet kullanıcılarında radikal dönüşüm gerçekleştirdi. Web 2.0 denilen, kullanıcının diğer kullanıcılarla ve içinde bulunduğu ağ ile etkileşim kurmasına imkan tanıyan gelişim, hem internet mecrasını değiştirdi hem de bu mecranın kullanım alanlarını hiç tahmin edilmeyen bir şekilde çeşitlendirdi (Büyüksener, 2009:19). Özellikle sosyal medya, ülkelerin iç problemlerinden yönetim biçimlerine, uluslararası alandaki temsillerine ve politikalarına kadar pek çok konuda devrimsel olaylara imza atmıştır. ABD başkanlık seçimlerinde Barack Obama’nın sosyal ağlar aracılığıyla seçim kampanyaları düzenlemesi ve başarılı olması, Twitter üzerinden örgütlenerek başlatılan Arap Baharı, Türkiye’de Gezi Hareketini tetikleyen Twitter Hastag’ları gibi olaylar, internetin etkileşimli ve provokatif yönünü ortaya çıkarmıştır.

İnternetin bu etkileşimli yönü, internet gazetelerine de doğrudan yansdı. Artık insanlar, yapılan haberler hakkındaki görüşlerini, konu ve olaylar karşısındaki tutumlarını, söz konusu gazete hakkındaki düşüncelerini dakikalar içinde paylaşarak, habercilere doğrudan ve kolaylıkla geri bildirim yapabilmektedirler. Bunun dışında haberlerin altında

yer alan yorum kısmında, o siteye giren herkesin görebileceği şekilde kişiler görüşlerini yazabilmektedir. Bu durum kimi zaman tartışmaya varan etkileşimleri beraberinde getirmektedir. Bu tez çalışması bağlamında, incelenen internet gazetelerinin yorumlar kısmının Almanlar tarafından aktif şekilde kullanıldığı görülmüştür. Her haberde onlarca yoruma rastlanmıştır. Ancak bu yorumlar öznellik içerdiği için çalışmaya dâhil edilmemiştir.

İnternet; Ses, veri ve kitle iletişimini tek bir ortamda bütünleştiren yöneşme özelliği, zamanda sınırlılıkları ortadan kaldıran eşzamansızlık özelliği, karşılıklı iletişime olanak sağlayan etkileşim özelliği (Aktaş, 2007) sayesinde insanlar tarafından kolay bir biçimde kabul ve tercih edilen bir mecra haline gelmiştir. Online haberler metin, görsel malzeme, ses ve video görüntüleri, diğer internet sayfalarına bağlantılardan oluşur. Bunlara ek olarak, okurların haberler hakkındaki görüşlerini paylaşabilecekleri bir sohbet odası ya da tartışma bölümlerine de yer verilebilir (Evers, 2010:325-326). Siteye giren kişi sayısı otomatik olarak öğrenilerek, bir çeşit tiraj analizi yapılabilmekte, gazeteler tıklama sayısına göre reklam almaktadırlar. Hipermetin ile bir konu hakkında daha fazla bilgiye erişim sağlama özelliği bulunmaktadır. Yine internet gazetelerinde yer alan hatırlatıcılar ve internet gazetelerinin ücretsiz olması, her grup, yaş, cinsiyet vs.den insanın kullanabilmesi hedef kitlenin internet kullanımını teşvik etmektedir. Coğrafi engelleri ve zamansal sınırlılıkları ortadan kaldırmaktadır. Okuyucunun, anahtar kelimeyi yazıp “ara” butonuna basarak, geleneksel gazetede olduğu gibi sayfaları tek tek dolaşmasına gerek kalmadan, istediği yazıya kolaylıkla ulaşması mümkündür (Gezgin, 2002, s. 32). Arşivlenme özelliği sağladığı bir diğer kolaylıktır. Haberlere her gün ve saatte ulaşmak mümkün olmaktadır.

Bunların dışında, milyonlarca bilgiyi içinde barındıran ve her saniye yenilenen internet, bilgi kirliliğini, güvenilirlik sorununu ve etik problemleri de beraberinde getirmektedir. Mahremiyet, teşhircilik, kaynağın muğlaklığı, web sitesi kurmayı bilen veya blog sayfası açabilen herkesin kendini gazeteci, fotoğrafçı, yazar olarak görmesiyle başlayan mesleki çapraşıklık, internetin hızlı bir mecra olmasından kaynaklanan normalin üstünde hızlı haber yapma neticesinde ortaya çıkan haberin güvenilirliği-doğruluğu sorunu, interaktiflikten kaynaklanan güvenilirlik sorunları, nefret söylemlerinin yükselmesi, siyasetin metalaştırılması, toplumsal olaylar karşısındaki provokasyonun kolayca kitlelere ulaşması ve daha çabuk cereyan etmesi, gerçek olmayan haberlerle toplumu

infiale sevk etme gibi, gazeteciliğin temel ilkelerini doğrudan etkileyen sorunlar oluşmakta ve her geçen gün artmaktadır.

1.3. Kamuoyu

Kamuoyu, günümüz toplumlarında üzerinde en çok durulan, sıklıkla siyaset alanında kullanılan, özellikle demokratik toplumlarda bir bakıma iktidar erklerine yön verdiğine inanılan, bu bağlamda medyada her daim gündeme getirilen, hakkında yoklamalar adı altında araştırmalar yapılan bir kavramdır. Bu kavram en yalın haliyle, kamu yaşantısı ile ilgili olan tartışmalı bir sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubunun veya gruplarının taşıdıkları kanaatin anlatımıdır (Sezer, 1972, s. 5).

Kamuoyu terimi Latince’ deki *publieus* ve *opinion* sözcüklerinden türetilerek Batı dillerine giren ve İngilizce ‘de *public opinion* sözcükleriyle ifade edilen bir kavramdır. Batılı ülkelerden dilimize geçen kamuoyu kavramının karşılığı olarak ilk zamanlar *efkârıumumiye*, *halk efkârı*, *amme efkârı*, *kamu efkârı* gibi kavramlar kullanılmıştır (Atabek, 2002, s. 223).

Kamuoyu terimini gerçek anlamda kavrayabilmek için kamu ve oy bileşenlerini açıklamak gerekmektedir. Zira basitçe toplumun genelinin kanaati şeklinde açıklandığı zaman, tek bir sorun hakkında o kamudaki herkesin aynı düşüncüyü paylaştığı anlaşılabilir. Kamu basitçe geniş gruptur ve herhangi bir grupta etkileşim kamuoyunu oluşturur (Albig, 1956, s. 4). Dolayısıyla, toplumun genelinin anlatmada kullanılan kamu terimi, kamuoyu kavramı içerisinde bu anlatımın ötesinde bir manaya gelmektedir. Belirli sorun karşısında olaya kayıtsız kalan kişi, kamunun da dışında kalır. Bir başka ifadeyle, kamu aslında bir sorun karşısında ortak ilgisi olan bir grubu ifade etmektedir. Belirli sorun veya sorunlar etrafında birleşen farklı gruplar da bu tanımlamalara göre kamu olarak adlandırılmaktadır.

Oy kelimesi ise kanaatleri tanımlama da kullanılır. “Kamu” ve “oy” kelimeleri, bize kamuoyunun var olabileceği koşulları ve uygulayabileceği konuları inceleyebileceğimiz bir temel çizgiyi sunar (Lowell, 1919, s. 28). Oy kavramı rasyonel, kesin, pozitif bilgiye dayanan bir fikirden ziyade, az çok belirli bir eğilim, bir görüş bir kanaattir. (Kapani, 2001, s. 147). Tartışmalı bir sorun ve öneri hakkında tavırların ifadesidir (Sezer, 1972, s. 5). Kanaat ya da görüş tutumların ifadesidir fakat kamuoyunu tanımlamak için yeterli değildir. Kanaatler bir grup sürecidir ve grubun etkileşimiyle üretilip, ortaya çıkan içerikler üyeler tarafından muhafaza edilir ancak statik değildir. Yeni unsurlar eklendiğinde görüşler akışkanlık kazanır (Child, 1940, s.129).

Günümüzde sıklıkla kullandığımız kamuoyu kavramının tarihi antik çağlara kadar dayanmaktadır. Antik Yunan'da ve Roma'da düşünürler bu alanda, bugünkü siyasal anlamı taşımasa bile benzer anlama gelebilecek deyimler kullanmışlardır (Çakır, 2007, s. 80). Disiplinler arası bir bilim dalı olarak iletişim çalışmalarında da kendine yer bulmuş olan kamuoyu kavramı, egemen iletişim çalışmalarındaki kuramlarda görülmektedir. Bu bağlamda Walter Lippmann'ın (1922) Kamuoyu adlı kitabı önde gelen çalışmalardandır. Kamuoyu her çeşit kompleksle ilişkilidir; ırksal önyargı, sınıfsal duygular, kişisel düşmanlıklar, ekonomik ilişkiler gibi (Lippmann, 1997, s. 74). Toplumun içindeki farklı gruplar ve kesimlerin spesifik ilgileri veya kimi zaman da toplumun etrafında birleştiği kutsanmış değerler kamuoyu kavramında elzemdir. Bu yüzden kamuoyu oluşumunda birden fazla faktörün oluşu söz konusudur.

Bu konuda başlıca önemli iki unsurun rol oynadığını söylenebilir. Bunlardan birincisi sayı unsuru, yani çoğunluk faktörüdür. Bir bakıma kamuoyu çoğunluğun kanaatidir denilebilir. Bazı hallerde kamuoyunun belirmesinde çoğunluk faktöründen daha ağır basan ikinci bir unsur vardır ki, bu da yoğunluk ya da etkinlik unsurudur (Kapani, 2001, s. 147). Kamuoyunun nicelik ve nitelik yönlerinden sayı ve yoğunluk bu tanımlamada önemlidir. Problem karşısında kamuya hâkim olan görüşün sahipleri, etkinlik bakımından ön plana çıkmakta, bu bakımdan Kapani'nin ifade ettiği gibi, *kendini etkin olarak duyuranların kanaati* şeklinde tanımlanmaktadır. Bununla birlikte konunun bireyler için ne derece önem taşıdığı etkileme düzeyi açısından gereklidir.

1.3.1. Siyasal Rejimler ve Kamuoyu

Kamuoyu günümüzde, özellikle siyaset alanında önem teşkil eden, yaşanan toplumda egemen siyaset üzerinde bir çeşit denetim mekanizması olduğu düşünülen bir kavramdır. Bununla birlikte, demokratik rejimlerin özgürlükçü doğası içinde varlığı sürdürülebilir bir kavram olarak algılanmasına karşın, otoriter ve totaliter rejimlerde de oluşması mümkündür.

Kamusal bir varlığa dayanan kamuoyu, değişik siyasi rejimlerin farklı özelliklerine göre farklı nitelikler kazanmaktadır. Ülkedeki siyasal yapı ve işleyiş, yöneten ve yönetilenlerin birbiriyle ilgili tutum ve kanaatleri, iletişim araçlarının kullanımı ve kontrolü ülkenin sahip olduğu çeşitli özellikler kamuoyunun oluşma şeklini belirleyecek olan bazı unsurlardır (Anık, 1999, s. 78).

1.3.1.1. Demokratik Toplumlarda Kamuoyu

Demokratik rejimler doğaları gereği serbest kamuoyu oluşumuna olanak sağlamaktadırlar. Konuyla ilgili temel çalışmaları gerçekleştirenlerden Lowell kamuoyunu demokrasi ile içselleştirmektedir. Demokrasi gücüne uygun isteklendirme sağlamalı, gerçekten halka açık olmalı ve hükümetler bu tür bir kamuoyuna dayanmalıdır. Azınlık çoğunluğun kararında yer almayı kabul etmediği sürece gerçek bir kamuoyunun var olmasını kusurlu, hatta imkânsız kılar (Lowell, 1919, s. 15).

Kamuoyuyla ilgili önemli kaynaklardan birinin üreticisi Walter Lippmann'ın kamuoyu açıklaması da demokrasiye dayanmaktadır. Ona göre kamuoyu ilk olarak demokratik hükümetler ve temsilci problemleriyle ilgilidir. Geleneksel demokrasi teorilerinin iktidarın uygulama şeklinin doğru hükümetleri türettiğine inanır.

Kamuoyunun Tarihsel Gelişiminde Speier: “Kendi hükümetleri tarafından ulus için endişe konusu olan konularda serbest ve kamusal iletişim olarak tanımlanan kamuoyu orta sınıf medeniyet fenomenidir. Orta sınıfın siyasi öneme ulaşması, toplumda ekonomik ve kurumsal değişimleri ve sınıf tabakalarındaki geçişleri kolaylaştırdı (Speier, 1972)” demektedir.

1.3.1.2. Totaliter Rejimlerde Kamuoyu

Totaliter rejimlerde kamuoyu devlet güdümlü bir yapıdadır. Totaliter rejimlerde mutlak bir doğrunun olduğu ve bu doğrunun dogmatik bir biçimde savunulması, iktidar denetimli bir kamuoyunun oluşmasına ve farklı fikir ve görüşler için kapalı ya da gizli kamuoylarının oluşması sonucuna yol açmaktadır.

Totaliter siyasal sistemlerde, kitle haberleşme araçları dediğimiz radyo, televizyon ve öteki basın yayın organları devlet tekelinde ve kontrolünde olduğundan kamuoyunun oluşturulması, yönlendirilmesi, toplumun bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi hep tek yönlü olur. Otoriter siyasal sistemler dediğimiz diktatöryal düzenlerde ise kamuoyu baskı ve korku ile oluşturulur (Öztekin, 2007, s. 114).

Totaliter rejimle yönetilen ülkelerde medya da iktidarın güdümündedir. Tekelden tüm topluma yayılan enformasyon tamamen yanlı bir yapıya sahiptir. Bu tek yönlü akış iktidar erklerinin kendi istekleri doğrultusunda bir kamuoyu- ki buna kamuoyu demek güçtür- oluşmasına sebep olur. Fakat kapalı ve güdümlü kamuoyları ne denli katı rejimler altında bulunurlarsa bulunsunlar, değişik kamuoyları daima vardır ve uygun ortam belirince ortaya çıkarlar (Koloğlu, 2010, s. 4). Totaliter rejimlerde iki kamuoyunun varlığından söz

edilebilir. Birincisi açıktan ifade edilen resmi kamuoyudur. İkincisi ise örtülü kamuoyudur. Örtülü kamuoyu resmi kamuoyunun karşıtı olarak siyasal iktidarın izin ve onay vermediği bir kamuoyudur (Çakır, 2007, s. 82).

1.3.1.3. Az Gelişmiş Ülkelerde Kamuoyu

Az gelişmiş ülkelerde kamuoyunun özgürce oluşabilmesi için gereken şartlar yok denecek kadar azdır. Totaliter rejimlerdeki gibi devlet güdümlü bir yapı bulunmamasına karşın kolaylıkla oluşan bir kamuoyu oluşumundan söz edilemez. Bu tip ülkelerin çoğunluğu bağımsızlığını yakın zamanda elde etmiş olmaları sebebiyle henüz milli bütünlüğünü tamamlayamamış toplumlardır. Çoğunluğu kabile, klan şeklinde olup kırsal bölgelerde küçük üniteler halinde yaşayan bu insanlar, siyasal bütünün üyesi olma bilincine ulaşamamışlardır. Dolayısıyla ülke ve toplum sorunları hakkında kanaat sahibi olmak bir yana, bunlara karşı yabancı ve ilgisizdirler (Kapani, 2001, s. 155).

Yine bu grup insanların örgütlenme bilinçlerinin düşük olması, sorunlara ulusaldan çok kabilesel olarak yaklaşmaları ortak menfaatler hakkında birleşmelerini kısıtlamaktadır. Okuma yazma oranının düşük olması da bu noktada kamuoyu oluşumuna engel teşkil etmektedir. Enformasyon akışının merkezden çevreye yani, gelişmişten az gelişmişe doğru tek yönlü bir akışının bulunması, bir anlamda dezenformasyona uğramış bilgiler, ülke menfaati gibi ortak bir konuda oluşması muhtemel kamuoyunu yine olumsuz yönde etkilemektedir. Tüm bunların yanı sıra genellikle otoriter rejime sahip olmaları bu olumsuz faktörler arasında yer alabilir.

1.3.2. Kamuoyunu Oluşturan Kaynaklar

Kamuoyu oluşumu farklı gruplar üzerinde farklı konu ve etkilerle meydana getirilen bir süreçtir. Kamuoyu bir ya da birden fazla faktörün bir araya getirilmesiyle oluşur. Bu süreç için farklı tanımlamalar geliştirilse de bu araştırmanın kapsamı gereği psikolojik faktörler, sosyolojik faktörler ve medya faktörü şeklinde sınıflandırılmıştır.

1.3.2.1. Psikolojik Etkenler

Kamuoyu oluşumunda psikolojik etkenler birinci sırada yer almaktadır. Bireyin içgüdüleri, genetik yapısı, çocukluktan kalma gözlem ve yetiştirme biçimleri, bilinçaltı özellikleri gibi subjektif faktörler onun kişiliğini ve olaylar karşısındaki tavrını belirlemektedir (Dursun, 2006, s. 301).

Güdülenme ve tutum psikolojik faktörler açısından kanaat geliştirmede önemli rol oynamaktadır. Tutum, hareket için durum hazırlığıdır (Albig, 1956, s. 153). Tutum, kişinin sosyal çevresinde ve yaşantılarında yer alan belli olay ve olgular karşısında, geliştirdiği ve gerçekleştirdiği psikolojik örgütlenmenin, kişinin kendi davranışlarını etkileyen bölümüdür (Güvenç, 1976:26).

1.3.2.2. Sosyolojik Faktörler

Kamuoyu oluşturma sürecinde sosyolojik faktörler de büyük önem teşkil etmektedir. Zira psikolojik süreç bile neticede toplumsal (aile, okul, dini kurumlar vs.) bir zemine dayanmaktadır. Toplumsallaşma sürecinde bireyler yaşadıkları çevre ve koşullardan önemli ölçüde etkilenmektedirler.

Kamuoyu oluştururken bir ulusun sakinleri toplu bir ulusal düşünce ve ruh yaratarak, rastgele görüşlere düzen verir. Grubun üyesini duygular ve fikirler, içindeki aşırı milli ruh haliyle basit bir şekilde formüle eder (Lippmann, 148, s. 197). Toplum içinde yaşayan insan hiçbir yönden serbest değildir. Üzerinde türlü kaynaklardan gelen bir baskı vardır: Yaşlıların nüfuzu, önderlerin prestiji, yasaların etkisi, kuralların tepkisi, halk oyunun ağırlığı, ahlak törelerinin yaptırımı bu gibilerdendir (Taplamacıoğlu, 1969, s. 19). Bireylerin toplum içindeki yerleri, topluma hâkim olan ideoloji, nüfusun sosyo-ekonomik özellikleri, kültür değerleri, siyasal kurumlar, din, kitle iletişim araçları ve diğer kurumlar kamuoyu oluşumunda etkili çevresel faktörler olarak değerlendirilebilir. Değerler sistemi içerisinde mitler, efsaneler, hikâyeler ve atasözleri de yer alabilir.

1.3.2.2.1. Aile

Aile evlilik ve kan bağına dayalı ilişkilere bağlı olarak, karı koca, çocuklar, kimi zaman kardeşler, büyük anne- babanın birlikte yaşadığı toplumun en küçük birimidir. Çekirdek aile bir evde çocukları ya da evlat edinilmiş çocukları ile yaşayan iki yetişkinden oluşur. Bunların dışındaki yakın akrabalar, aynı evde yaşıyorlar ise geniş aile denmektedir. (Giddens, 2000, s. 148). Aileyi guruplar büyük içtimai yapıların tuğlaları değerindedir (Fraye, 1964:40). Kişi moral değerlerini temel olarak aileden alır. Eğer aile içinde dikey sosyal mobilité gibi değişiklikler olmamışsa ailenin siyasal görüşünü genellikle çocuk da benimser (Yücekök, 1987, s. 26). Ailenin özellikle çocuğun ilk yıllarında etkili olduğu ve zamanla, çocuk büyüdükçe bu etkinin azaldığını belirtmek gerekir (Kışlalı, 2010, s. 119,137).

Toplumun temel yapı taşı olan aile bu anlamda kamuoyu oluşumunda ilk duraktır. Din, dünya görüşü, ideoloji, yaşam biçimi vs. gibi unsurlarla birey ilk olarak aile içinde tanışır ve ilk olarak bunları benimser. Aile içinde hâkim olan ideoloji, ana-babanın içinde bulunduğu kamuoyu bu bağlamda bireyin fikirlerini şekillendirmede ilk sırada yer alır. Daha sonrasında devreye girecek olan okul, sosyal çevre, iş gibi faktörler ise kimi zaman benimsenen görüşlerin değişmesine, yeniden şekillenmesine ya da gelişmesine yol açabilir.

1.3.2.2.2. Okul

Bireylerin aileden sonra, toplumsal kanaatler hakkında fikirlerini şekillendiren temeldeki bir diğer unsur okuldur. Küçük yaşlardan itibaren, sosyalizasyon sürecinin yoğunlaştığı okul ortamında, kişilerin ev dışı dünyada başka görüş ve kanaatlerle karşılaşmaları durumu söz konusu olmaktadır. Derslerin içeriği, öğrencinin okul nedeniyle karşı karşıya geldiği değişik çevre ve koşullar, okulda oluşan arkadaş grupları ve öğretmen etkisi (Kışlalı, 2010, s.120), kamuoyu oluşturmada okulun rolünü ortaya koymaktadır. Geniş anlamda eğitim, toplumsal denetimin bir aracını oluşturmaktadır. Toplumsal denetim aracı olarak kullanıldığında, gencin davranışını topluma uyacak biçimde değiştirebilir (Tezcan, 1985, s. 85, 212).

Okul ve eğitim, kamuoyu oluşumunda etkili olan faktörlerden toplumsal normlar, kurallar, alışkanlıkları küçük yaştan itibaren bireylere benimsetilmektedir. Yaşanılan coğrafi bölgedeki hâkim ideolojiler büyük oranda okullara, özellikle üniversitelere yansımaktadır. Dolayısıyla okulun kanaat önderi sayılabilecek öğretmenler ve akademisyenler, o topluma egemen olan görüş ve değerleri öğrencilere, az veya çok aktararak zihinlerine nüfuz etmektedirler.

1.3.2.2.3. İş Çevresi

İş çevresi, meslekler kişilerin hangi kamuda hangi kanaati benimseyeceğini belirleme noktasında bir kaynak oluşturur. Özellikle toplumların sınıflı yapıları göz önünde bulundurulduğunda, ifa edilen mesleğin hangi düşüncelerin destekleneceğini belirlemede rolü elzemdir. Proletaryanın sorunlarına yönelik bir kamuoyu olduğu zaman, varlıklı bir iş adamının bu kamuya katılması beklenemez. Veya tam tersi bir durumda, işçiler kendilerinin aleyhine olabilecek bir durumda işveren örgütlenmelerini desteklemezler. İnsanların sosyalizasyon sürecinde özellikle iş yaşamına katılmanın yoğun olduğu bu endüstriyel yıllarda, kamuoyu oluşturulurken meslek yaşamı, statü, sınıf, ekonomik

durum gibi unsurları da kapsamı hasebi ile gayet gerekli bir faktör olduğunu düşünmekteyiz.

Meslek ve iş grupları kişinin sınıf bilincinin gelişmesine, statüsünün ve toplumsal görüşünün belirginleşmesine etki etmekte ve ulusal ve uluslararası kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Işık, 1998:33). Bunlarla birlikte kişilerin iş ortamları bazen farklı fikirlerle karşı karşıya getirebilir. Bu tip durumlarda bireylerde ekonomik nedenlerden dolayı fikirlerini saklama ya da gerçekten o görüşü benimseyerek farklı bir kamuoyuna dâhil olma durumu tezahür edebilir. Kamuoyu oluşumunda iş çevresi, bu tez çalışması bakımından da önem arz etmektedir. Zira Almanların Türkiye ile ilgili kanaatleri, orada Almanlarla birlikte çalışan göçmenler açısından bir baskı meselesi haline gelmiş, göçmenlerin iş yaşamı kalitesinde düşüslere sebep olmuştur.

1.3.2.2.4. Sosyal Çevre

Kamuoyu oluşumunda sosyal çevrenin rolü büyüktür. İnsanların duyuş, düşünüş, davranış ve yaşayış tarzlarında gerçekleşen birlik ve beraberlik toplumsal olgular doğurur (Kay, 1928:142). İnsanların konumları, kamuoyuna etki eder. Kamuoyu oluşturmada coğrafi faktörler etkilidir. İnsanların, inançları, tutumları, gelişimleri, farklılıkları, referans çerçeveleri kanaatleri kaydeder (Albig, 1956, s. 60).

Kamuoyunun sosyal etkenlerinde kamusal alan ve özel alan ayrımı söz konusudur. Kamusal alan olabildiğince çok sayıda insanın erişimine açık olan ve içinde çok çeşitli toplumsal deneyimlerin ifade edilebildiği ve paylaşılabildiği bir forumu gerekli kılmamaktadır. Kamusal alanın asli görevi, hükümet politikalarını sistemli ve eleştirel bir biçimde denetlemektir (Verstraeten, 2002: 344). Özel alan, kamusal alanın dışında kalan, bireylerin aile, eş, akraba ya da yakın arkadaşı gibi küçük bir grubu kapsayan, şahsi ilişkileri ilgilendiren bir alandır. Bunların haricinde bir de mahrem alan kavramı söz konusudur. Mahrem alan ise isminden de anlaşıldığı gibi kişilerin sadece kendilerine ayrılmış, başkalarıyla paylaşmak istemedikleri, gizli alanlarını içerir.

1.3.2.2.5. Din

Din olgusunun yüzyıllar boyunca toplumların gündelik yaşamına, siyasetine, ticaret yapma biçimine, kültürüne, geleneklerine yön verdiği göz ardı edilemez bir gerçektir. Yemek yapmada kullanılan yiyeceklerin içeriğinden, aile yaşantısına, ülkelerarası diplomasiden, ikili ilişkilere kadar birçok konuda bireyleri ve toplumları

biçimlendirmektedir. Dolayısıyla kamuoyu oluşturmada önemli bir yere sahiptir. Her birey, yaşamı boyunca sosyalizasyon sürecinde etkileşimde bulunduğu diğer kişi ve grupların tesiriyle yeniden biçimlenir. Bu yeniden biçimlenme din ile ilgili görüşlerin bireyin içinde bulunduğu toplumsal gruba uygun ideoloji geliştirmesine ve bu sosyal grubun bir çeşit kamuoyu oluşturmada desteklemeye yaramaktadır. Şerif Mardin, İslam toplumunun normlar toplumu olduğunu söyleyerek bir çocuğun gelişiminde aileden başlayıp, okul ve toplumsal gruplarda –tarikat, cemaat vb.- devam ederek kimlik oluşumunda önemli rol teşkil ettiğini söylemektedir. Kişinin kendisine kimlik üretmesi noktasında dinin etkisi büyüktür (Mardin, 2008).

Kamuoyu oluşturmada din, farklı ülkelerden insanların birbirleri ile olan sorunlarında da etkindir. *11 Eylül İkiz Kuleler* saldırılarının ardından Batı’da yayılmaya başlayan İslamofobi dalgası, özellikle Batılı ülkelerde yaşayan Müslüman gruplar açısından zorlu bir sürece sebep olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Batılı ve Müslüman olmayan devletlerin İslamofobi üzerine yürüttükleri devlet politikaları, gazete haberleri, kitaplar Batıda yaşayan insanların ideolojilerini şekillendirmekte, anti Müslüman bir kamuoyu oluşturmaktadır.

Toplumun kültür sistemi içinde yer alan ve az gelişmiş toplumlarda, farklılaşmamış sosyal yapı nedeni ile tek yaygın değer durumunda bulunan din, kuşkusuz, gelişmiş toplumlara nazaran insan yaşantısına yön veren en büyük etkenlerden biri olacaktır. (Yücekök, 1987, s. 16-17). Din her türlü toplum ve aile münasebetlerine, en basit çalışmalara ve günlük işlere kadar girer (Taplamacıoğlu, 1963, s. 82, 84). Son yıllarda özellikle küreselleşmiş dünya düzeninde, modern metropollerden ziyade kırsalda veya az gelişmiş toplum üyelerinde daha güçlü bir etkisi olduğu varsayılsa da siyasallaşan din ve medyanın bu konudaki etkileriyle hala kamuoyu oluşturmada etkisini sürdürdüğünü söylemek mümkündür.

1.3.2.2.6. Kanaat Önderleri

Kamuoyu oluşturma sürecinde aslında yukarıda sayılan sosyolojik faktörleri de içeresine alan müstesna araçlardan biri kanaat önderleridir. Kanaat önderleri, toplumun belirli kesimlerinde seçkinlerden oluşan kimselerdir. Bulundukları bölgede öğretmen, muhtar, din adamı gibi sözü geçen, güçlü, eğitim düzeyi ve olayları yorumlama kabiliyeti yüksek görünen kamuoyu önderleri bir konuya ilişkin, toplumun diğer üyelerinin tutum ve

davranışlarını yönlendirebilme konusunda etkili kişilerdir. İletişim kuramlarında bu, iki aşamalı akış modeli olarak adlandırılmaktadır.

“İletinin ilk yayılımı, kamuoyu liderlerine doğru dikey biçimde gerçekleşir ve bu liderlerin aracılığıyla grup içinde yatay yayılımını sürdürür. Medyanın alımlanması ve etkileri iki insan grubundan geçer: medyatik kaynakları algılayan ve çözümleyen “liderler” ve bu liderler aracılığıyla bilgiye ulaşan “izleyenler”. Bu gruplardaki ilişkilerin, örneğin oy verme davranışı konusunda kitle medyasından daha çok etki ettiği düşünülür” (Bourse ve Yücel, 2012, s. 87).

Bu modelde bireyler medya iletilerine doğrudan ulaşırlar da yorumlama yapamadıkları için konu ile ilgili daha yetkin olduğunu düşündükleri önderlere danıştıkları görüşü aktarılır. Kanaat önderi: iletişimi grubun dünya görüşüne göre biçimlendiren güvenilir kaynaktır. İletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülebilir (Erdoğan, 2005).

1.3.3. Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Önemi

Haberciliğin toplumsal işlevleri arasında kamuoyu oluşturma faktörü bulunmaktadır. Yaşadığımız enformasyon çağı içinde bilgi almada en sık kullanılan kaynak olarak kitle iletişim araçları, kamuoyu oluşturmada ciddi bir güce sahiptir. Toplumun içindeki bireyler, bilhassa siyasi konularda verecekleri kararlarda, kitle iletişim araçlarının etkisinde kalmaktadırlar. Bilişimsel düzeyde haberleşmede etkin olmaları nedeniyle, kitle haberleşme araçları, özellikle kamusal ilişkilerde büyük rol oynamaktadır (Tokgöz, 1981, s. 23, 24).

Medyanın üstlenmesi gereken veya üstlendiği birçok işlevinden söz edilebilir. Ancak toplum için en önemli işlevlerinden biri de kamuoyu oluşturmaktır (Yücedoğan, 1997, s. 84). Bir yandan özellikle siyasal mesajların özgür ve doğru olarak kitleye iletilmesi görevini üstlenirken, diğer yandan da kitlenin, siyasal seçkinlere duyduğu ilgiyi artırmak, kamuoyunun fikir, kanaat ve faaliyetlerini açıklamak, dolayısıyla, bireylerin etkilenmelerini sağlamak işlevi görmektedirler.

Basın; kamuoyunun oluşmasına yardımcı olduğu kadar, kamuoyunun sesinin duyurulması işlevi ile de yükümlüdür. Ülkeyi yönetenler basının aracılığı ile kamuoyundan gelen tepkiler, talepler, eğilimler ile uyguladıkları politikalarda, aldıkları kararlarda, değişikliklere ya da yeni düzenlemelere gidebilirler (Vural, 1999, s. 87, 62) Toplumdaki bireylerin çoğunluğunun yerleşmiş ve kökleşmiş kanaatlere sahip

bulunmadıkları, birçok sorunlar karşısında kararsız oldukları, hatta bunlardan haberdar bile olmadıkları da bir gerçektir. İşte bu noktalar, modern kitle haberleşme araçlarının eski kanaatleri değiştirebilme ve yeni kanaatler aşılama bakımından sahip oldukları etkileme gücü bütün açıklığıyla ortaya çıkar (Kapani, 2001, s. 151). Medya elinde bulundurmuş olduğu denetsel güç aracılığıyla kamuoyu duyarlılığının oluşumundaki en önemli araç olarak gündeme gelmektedir (Gezgin, 2002, s. 17).

Özellikle yaşadığımız internet çağı içerisinde kanaatler üzerinde sosyal ağlar üzerinden yayılan enformasyonun, hipodermik iğne kuramındaki gibi çok çabuk kitlelere nüfus edebildiği ve yine hızlı bir biçimde yayıldığı göz önünde bulundurulduğunda bu etki fazlasıyla kendini belli etmektedir. İnsanlar bu sosyal ağlar sayesinde gerçekte tanıdıkları veya tanımadıkları insanlar ile iletişim kurup fikir alışverişinde bulunabilir. Spesifik bir konu hakkında görüş alışverişinde bulunup organize olabilirler (Eren ve Aydın, 2014:198).

1.3.3.1. Suskunluk Sarmalı

Medyanın kamuoyu oluşturma gücü iletişim çalışmalarından suskunluk sarmalı kuramıyla ilişkilendirilebilir. Elizabeth Noelle Neumann'ın Suskunluk Sarmalı teorisi en öz haliyle kamudaki bireylerin çoğunluğa uygun olmayan görüşlerini gizlemeleri olduğu söylenebilir. Bireyler çoğunluğun kanaatine uymayan görüşlerini açıklamaktan kaçınabilirler. Yaşanılan ortamdaki çoğunluğun görüşlerine uymadıkları takdirde dışlanma korkusu yaşamaktadırlar.

Noelle Neumann suskunluk sarmalındaki temel önermeleri şunlardır: toplum oydaşmadan sapan bireyleri tehdit eder, bireyler sürekli olarak dışlanma korkusu içinde yaşar, bu dışlanma korkusu her an bireylerin fikir iklimini değerlendirmelerine yol açar, bu değerlendirmenin sonuçları, kamu önündeki davranışların sergilenmesini ve fikirlerin açıkça ifade edilmesini ya da gizlenmesini etkiler, kamuoyunun oluşumunu sürdürebilmesi için bunların göz önünde bulundurulması gerekir (İrvan, 1997, s. 426).

Çoğunluğun görüşünün dışında kalan kanaatler, toplum içinde izole olma dürtüsüyle açıklamaktan kaçınılan kanaatlerdir. Topluluk halinde yaşamak insanlığın varoluşundan bu yana, temel sosyal ihtiyaçlarından biri haline gelmiştir. Örneğin ilk çağlarda insanlar, ölümcül tehlikelerden kaçınmak, yeni icatlar yapabilmek, hastalıklarla başa çıkabilmek vb. birçok konuda işbirliğine ihtiyaç duymuşlardır. Günlük yaşantı içerisinde hemen her türlü aktivitede insanlar bir arada bulunmak durumundadırlar. Coğrafi konum dünya

üzerinde yaşayan insanların farklı gruplar haline gelmelerine, kabile, beylik, imparatorluk, ulus devletleri şeklinde yapılar oluşturursak farklılaşmalarına yol açmıştır. Dinsel ve ekonomik koşullar ideolojileri, ideolojiler gruplaşmaları meydana getirmiştir. Dolayısıyla bir toplumda birden fazla kanaat bulunabilmektedir. Yaşanılan çevrenin ideolojik yapısına göre hâkim kanaat, yine bu koşulda farklılık gösterir. Bu durumda, yaşanılan çevrede yaygın olan kanaatin herkes tarafından paylaşılması beklenir. Fakat o gruptaki insanların tamamının ortak düşünceyi paylaşması her zaman mümkün olmamaktadır. Bireyler hâkim kanaate karşıt görüşe sahip olduklarında, o görüşü saklama eğilimi gösterebilirler. Yukarıda sayılan sebeplerden dolayı toplumda izole olma düşüncesi korku yaratabilir. Eğer bireyler yine de karşıt görüşlerini ifade etmek istiyorlar, bundan kaçınmıyorlar ise o sosyal grup içinde dışlanma tehdidiyle karşı karşıya kalacak ve muhtemelen dışlanacaklardır.

Kitle iletişim araçları bu sarmalı yaratmada yegâne araçtır. Bir konu hakkında medyada yer alan görüşler, kanaat oluştururken toplumu yönlendirmektedir. Medyada ekonomik, siyasal ilişkiler gibi faktörlere bağlı olarak yansıtılan haberler değişiklik göstermektedir. Medya sahiplerinin ideolojik ilişkileri, neyin ön plana çıkarılıp neyin geride bırakılması noktasında haberleri yönlendirebilir. Bu medyanın dinleyici, izleyici ya da okuyucusu haberlere göre kanaat geliştirebilir.

1.3.3.2. Gündem Belirleme

Medyanın kamuoyu oluştururken sunduğu haberler, editöryal süreçlerin süzgecinden geçerler. Bu süzgeç gündem belirleme ile açıklanabilmektedir. Gündem belirleme ve suskunluk sarmalı birçok yazara göre birbiriyle karşılaştırılan kavramlardır. Bunula birlikte gündemin belirlediği haberler kamuoyu oluşturmada etkilidir. Dolayısıyla bu kuramlar aynı değil fakat birbirini tamamlar niteliktedir.

Gündem belirleme medyanın topluma ne düşüneceğini değil, ne hakkında düşüneceğini söylemesiyle ilişkilidir. Medya, topluma ulaşacak bilgilerin önemliliklerini sıralamakta ve belirli bir düzen içerisinde filtre ederek sunulmasını ya da öğrenilmesini sağlamaktadır (Erkan, 2001, s. 25). Bu yaklaşıma göre; bir haberin değeri, bulunacağı sayfa numarası, kullanılacak punto, televizyon ekranında işgal edeceği dakika gibi özellikleri medyanın eşik bekçileri belirlemektedir. Eşik bekçileri, medya kuruluşunun mülkiyet, ekonomik, siyasi ve ideolojik olarak beslendiği kaynakların arzuladığı şekilde haberlerin önem derecesini belirlerler. Bunun dışında coğrafi ve uluslararası faktörler

de eşik bekçilerinin seçimlerini etkileyebilmektedir. Özellikle çevre ülke olarak tanımlanan Afrika kıtasındaki ülkelerden birinde yaşanan bir felaket, Batı'da bir televizyon kanalında sadece birkaç dakika yer alabilir. Gizleme, yerinden etme, manipüle etme, sansasyonelleştirme şeklindeki unsurları kullanarak medya, toplumun gündemini istekleri doğrultusunda belirleyebilme gücüne sahip, son derece etkili bir araçtır.

Medyanın bu gücü son zamanlarda iletişim teknolojilerinde ve internetteki gelişmelere bağlı olarak, daha da artmıştır. Bireylerin habere erişimleri sabah gazetelerine ya da akşam haberlerine bağlı kalmamakta, çevrimiçi olabilen herkes her an en güncel habere erişebilmektedir. Dünyanın diğer ucunda yaşanan gelişme dakikalar içinde cep telefonlarına bildirim olarak gelebilmektedir. Bu hız içerisinde gündem saatler içinde değişebilmekte ve daha geniş kitleler tarafından takip edilebilmektedir.

1.4. Propaganda

Propaganda bir öğretinin, fikrin sistematik bir şekilde topluma veya belirli bir guruba mensup bireylere yayılması ve söz konusu kesim üzerinde eyleme dönüştürücü etki alınması amacıyla gerçekleştirilmesi anlamı taşımaktadır. Latince *propagare* olan filizlenmek fiilinden türetilmiştir. Propagandada amaç, ikna ve telkin yöntemlerini kullanarak karşı tarafın tutumlarını değiştirmektir. Kasıtlı bir biçimde gerçekleştirilir. Rastgele değildir. Propaganda, belirli bir kitlenin tutumlarını etkilemeye yönelik bir girişim olarak tanımlanabilir.

En basit ve kapsamlı anlamıyla bir ikna etme sürecidir. Genellikle propagandacının menfaatleri için gerekli materyallerin seçimi ve olumsuz bilginin bastırılmasıdır (Albig, 1956, s. 291, 292). Propaganda pratiğinde, durumlar yaratma ve milyonlarca kişinin zihninde ortak resim yaratma vardır. Propaganda her yanımızda vardır ve zihnimizdeki dünya resmini değiştirir (Bernays, 1928, s. 25). Propaganda, ilkin inanç yaymak için kurulan papazlar topluluğu deyiminde kullanılmıştır. Daha sonra ilkelerin tartışılması ve düşünce alışverişi anlamlarına dönüşmüş, çağımızdaysa kamuya düşünce aşılama anlamını kazanmıştır (Hançerlioğlu, 2007).

Propagandanın temel unsurları telkin ikna ve manipülasyondur. En basit kavramlar bile birkaç kere tekrar edilmeden hafızaya yerleşmez. Propaganda fikri takip ve süreklilikle bir etki göstermelidir (Hitler, 2016, s. 190).

Geçikli 'ye göre propagandanın ortak özelliklerini şunlardır: “Propaganda tek yönlü ve taraflı bir iletişim sürecidir, farklı seçenekler sunmaz, kendi isteğini aktarır, bilinçli bir girişimdir, bireyle birlikte kitleleri hedef alır, yapıcı, yanıltıcı hatta yıkıcı olabilir, önceden seçilmiş bilgileri aktarır, abartılar üzerine kurulmuştur, iyi niyete ve dürüstlüğe her zaman yer verilmez, tekrar yoluyla ikna edilmeye çalışılır” (Geçikli, 1999, s. 268).

1.4.1. Propaganda Çeşitleri

Propaganda, genel olarak üç kategoride toplanmıştır. Beyaz propaganda, siyah propaganda ve gri propaganda.

1.4.1.1. Kara Propaganda

Kara propaganda, kaynağı belirsiz olup, hile, yalan iftira, aldatma şeklinde özellikler taşımaktadır. Kara propaganda, yalanı, hileyi ve yanlış bilgi içeriklerini; yanlış ve bilinmeyen bir kaynaktan sunma nitelikleri göstermektedir. Kara propaganda özellikle kışkırtma propagandası biçimindeki ikna faaliyetleri için kullanılmaktadır (Çetin, 2014: 242).

Kara propaganda gizemli ve sessizdir (Ellul, 1973, s. 16). Kara propaganda ahlak dışı özellikleri taşımaktan çekinmemektedir. Karşı taraf için karalama kampanyaları şeklinde de açıklanabilir. Karşı tarafı küçük düşürmek, eylemlerini güçsüzleştirmek, sindirmek, geri çekilmeye zorlamak, rakibi kışkırtarak itibarsızlaştırmak için kullanılır. Propagandayı tanımlamak için kullanılan başka bir terim dezenformasyondur. Dezenformasyon genellikle siyah propaganda olarak kabul edilir çünkü gizlidir ve yanlış bilgi kullanır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 23).

1.4.1.2. Beyaz Propaganda

Beyaz propaganda kara propagandanın zıttıdır. Kaynağı belirli olan, kışkırtma amacı değil, bir ideolojiyi yayma amacı taşıyan propaganda türüdür. Mesajdaki bilgiler doğru olma eğilimindedir. Beyaz propaganda, izleyiciyle güvenilirlik kurmaya çalışır. Beyaz propaganda ve bilgilendirici iletişim arasındaki ayrım, beyaz propagandaların yalnızca belirli bir ideolojiyi teşvik etmek için bilgilendirilmesidir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 17, 31).

Beyaz propagandada kaynak, konular daha çok hükümet kontrolünden geçtiği için resmi ve güvenilir (Gültekin, 2003, s. 7). Propaganda sürecinde propagandistlerin her aşamada titiz ve özenli davranmaları gerekmektedir. Beyaz propagandada, kara

propagandanın aksine üslup kesinlikle alaycı, aşağılayıcı şekilde olmaz. Karşı tarafın eksik veya açık yönleri iyi tespit edilerek, makul bir dille ifade eder.

1.4.1.3. Gri Propaganda

Gri propaganda, siyah propaganda ve beyaz propaganda arasında bir yerdedir. Kullanılan her eylem ya da söz büyük bir muğlaklık içermektedir. Gri propaganda bulanık bir propagandadır. Burada kaynak belli değildir, doğruluğu kanıtlanamaz. Yalan veya iftira olduğu da kesin değildir. Gri propagandanın ana malzemesi *rivayetlerdir*. Propagandayı çıkaranlar belirsiz olduğu için, gri propagandada en heyecanlı konular kullanılabilir (Tarhan, 2002, s. 17). Bir şeyin gri propaganda olup olmadığını anlamak oldukça zordur. Bu yüzden uzmanlar tarafından en tehlikeli propaganda türü olarak görülmektedir.

1.4.1.4. Lenin Türü Propaganda

Propaganda ile ilgili iki temel türden söz edilebilir. Nazi Propagandası ve Lenin Propagandası. Lenin türü propaganda Marksizm felsefesine dayanır. Rus devrimi sırasında Bolşeviklerin en önemli araçlarından biri propagandaydı. Kapitalizmi her şeyin suçlusu olarak görür. Sınıf bilinci, proletarya konuları üzerinde durur. Leninist propagandanın temel ve genel amacı, sınıflı bir toplumda sınıflar arası farklılıkları derinleştirerek iç savaşa ve devrime zorlamaktır (Aslan, 2017, s. 237). Bu propaganda türünde iki anahtar kavram vardır: Parola ve siyasal teşhir.

Siyasal teşhir kısaca, egemen sınıfın çıkarları doğrultusunda örtbas ettiği fenalıkları açığa vurmayı ifade eder. Lenin yönetimine göre yetişmiş bir propagandacı bıkmadan usanmadan kapitalist yönetimin haksızlıklarını gözler önüne serer. Diğer unsur olan parola ise hedef kitlenin anlayabileceği az ve öz kelime ile etkili olmakla ilişkilidir. Açık, kısa, büyüleyici biçimde bulunulan zamanın en önemli ereğini dile getirir. Örneğin devrim sırasında karşıtın ezilmesi ve kitlelerin birleştirilmesi ereği kullanılmıştır: “toprak ve barış”, “ekmek, barış ve özgürlük” gibi (Domenach, 1995:32).

Lenin türü propaganda, eğitime çok fazla önem veriyordu. Öyle ki, propagandayı eğitimle bütün olarak görüyordu. Okullarda, derneklerde ajitatörler yetiştirildi. Bu ajitatörler de sosyal yaşantının hemen her yerinde günlük dili kullanarak, söylevlerde bulunuyorlar ve halkı eyleme geçirmek üzere yönlendiriyorlardı. Ajitatörlerin donanımlı olmaları ve kendilerini güncellemeleri de gerekiyordu. Kısa, öz ve herkes tarafından anlaşılır olması çok önemliydi. Zira hitap edilen kesim burjuva değil halkın kendisiydi ve çok büyük bir

kısmı entelektüellikten uzaktı. Aynı zamanda aktif katılımı da içerdiği için yalınlık önemli bir unsurdu.

Leninist propaganda, kitle iletişim araçlarından önemli ölçüde yararlanmıştır. Devrimden önce Marksist propagandanın temel bileşeni basındı. İskra ve Pravda önemli iki gazeteydi. Devrimden sonra, kitlelerin daha fazla teşvik edilmesi ve yeni düzen yaratma mücadelesinde aktif olarak yer alması gerekiyordu (Taylor, 1998, s.29). Halkın büyük çoğunluğunun o dönemlerde okuma yazma bilmemesi, gazete kullanımı ile fikirleri yaymayı zorlaştırıyordu. Bu yüzden ilerleyen dönemlerde propaganda için kullandıkları kitle iletişim araçlarında, gazeteden çok görsel araçları kullanmaya yönelmişlerdir. Özellikle afişler bu dönemde sıklıkla kullanılmıştır.

Afişler, dini ikonlar kullanılmıştır. Yine afişlerde de basit ve anlaşılır semboller tercih edilir (Orak çekiç gibi). Görselliğe verilen önem, sinema filmleriyle desteklenmiştir. Animasyon filmlerinde olumsuz, Batı ve kapitalizm temsilleri vardı. Filmlerde kapitalizm, savaş çığırtkanlığı, savaş sanayii, askeri güç arasında sıkça bağlantılar kurulmuştur. Hükümetlerin ve orduların arkasında aslen kapitalist sermaye sahibinin olduğu belirtilir (İnceoğlu, 2013, s. 38).

1.4.1.5. Nazi Propagandası

Tarihte birçok liderin propagandaya önem verdiği bilinen bir gerçektir. Fakat bunların arasında Adolf Hitler, işi propaganda bakanlığı kuracak boyutlara taşıyarak, propaganda denildiğinde ilk akla gelen isim olmayı başarmıştır. Hatta bugün hala propaganda da öncelikli olarak Hitleri anmamız bile, hala onun propagandasının devam ettiğinin bir göstergesidir.

Almanlar propaganda sürecinde kitle iletişim araçlarını etkin bir biçimde kullanmışlardı. Başta radyo olmak üzere, sinema, gazete, afiş, poster gibi basılı ve görsel iletişim yöntemleriyle kitleleri yönlendirmişlerdir. Propagandayı sistematik bir şekilde yapmak amacıyla bir bakanlık kurmuşlardır. Propaganda ve Aydınlatma Bakanlığı 12 Mart 1933'te imzalanan bir başkanlık kararı ile kurulmuş ve ertesi gün ilan edilmiştir (Welch, 2002, s. 28).

Hitler ve Goebbels, propaganda yaparken, gazete, afiş, resim, şeklinde birçok kitle iletişim aracını kullanmıştır. Bunların arasında ise en ön plana çıkmış olan radyodur. Yazılı basından sonra en yaygın kitle iletişim aracı olduğu kabul edilen radyo, 19.yüzyılın

ikinci yarısında başlayan bir dizi keşif ve teknik gelişme sayesinde insanlığın hizmetine sunulmuştur. Okur-yazar olmayan kesime de hitap edebilen radyo, özellikle seçim zamanlarında siyasetçilerin daha geniş bir kitleye ulaşabilmeleri için gazeteden çok daha kullanışlı bir araç haline gelmiştir. Radyoyu en etkin biçimde kullanan, ciddi bir propaganda aracına dönüştüren ve radyonun altın çağını yaşatan Nazi Almanyası olmuştur. Almanya, yayın saatlerini yayın yaptıkları ülkelere göre belirliyor, eğitimden magazine pek çok konuda yayın yapıyorlardı.

Bütün Almanya, Führer'in Halk Radyosunu dinliyordu. 1933'te bir buçuk milyon set üretildi. 1934 yılında radyo setleri için rakam 6 milyonu geçti. Uzun vadeli amaç Almanya'da her evde bir set kurmaktı. Gerçekten de savaşın başlangıcında tüm hanelerin yüzde 70'inden fazlası kablosuz bir sete sahipti ki dünyada en yüksek düzeydi. Naziler, gazete poster ve kampanyalara da devasa ölçüde para harcadılar. 1933'ün başında, Naziler, nüfusun sadece yüzde 2,5'ini temsil eden, 782,121 dolaşımına elli dokuz günlük gazeteye sahipti. Gazeteler günde 2,4 milyon kopya dolaşımını artırdı. Gazete endüstrisi üzerindeki diğer önemli siyasi denetim aracı, Reich Basın Odası'ydı (Welch, 2002, s. 42, 45).

Naziler'in sinema filmlerini kullanmaları da önemli bir propaganda biçimiydi. Tüm Nazi filmleri az ya da çok propaganda içermekteydi. Görsel propagandanın amacı insanları tatmin etmek ve ikna etmek ve kitlelerin Nazi'nin değerlerine ve kararlarına inanmalarını sağlamaktı. Nazi propagandası, mevcut siyasi kültür ve inançlara dokunduğunda başarılı bir beyin yıkama şekliydi (Bie, 2016:4). Kracauer (1947) "*From Caligari to Hitler*" adlı çalışmasında Nazilerin film yoluyla gerçekleştirdikleri propagandayı ele almıştır. Nazi film propagandasının psikolojik olarak insanları manipüle ettiğini, bunun için gelenekleri, mitleri, ajitasyonu, askerleri ele aldıklarını söylemektedir: "Naziler yeni kahramanlar yarattılar. Ayrıca montaj teknikleriyle filmleri yeniden biçimlendiriyorlardı. Naziler film medyasının nasıl kullanılacağını biliyordu: yorum, görseller ve ses. Her aracı sömürdüler. Tüm Nazi savaş filmleri Almanya'yı dinamit gibi dinamik bir güç olarak övüyorlardı" (Kracauer, 1947, s. 287) .

Goebbels, haftalık haber filmlerine de çok önem veriyordu. Kendisi de sürekli olarak haber filmleri izliyor, eleştiri yapabilmek için bilgi topluyordu. Özellikle görüntünün sözden ve yazıdan daha çok insanlar üzerinde inandırıcılık sağladığı düşüncesindeydi. Yalnızca etkili olan düşman propagandalarına cevap veriyorlardı. Düşman propagandasını daima yalan ve safsata olarak kabul ediyorlardı. Sansür politikaları daha çok zararlı yayınların ülke içinde yayınlanmaması fakat düşman ülkelerde yayınlanması

şeklindeydi. Propagandada ilk söyleyen olmak ve etkisizleştirmemeye dikkat ederek tekrar etmek bir diğer nosyonlarıydı. Öte yandan, Hitler'in kan arılığı, öldürme ve yıkma konusundaki en ilkel içgüdüleri göklere çıkararak, hatta gamalı haç aracılığıyla en eski güneş söylemleriyle bağ kurarak, köklerini kitlesel bilinçaltının en karanlık bölgelerine daldırması (Domenach, 1995:42), psikolojik olarak kitleleri etkileyebilmesiyle de ön plana çıkmıştı. Zaten özellikle anti-semitik propaganda üzerinde duran Naziler, bunu saf Alman ırkı söylemine dayandırarak yapmışlardı.

Nazi propagandası ve Alman propagandası karşılaştırıldığında ise aşağıdaki tablo ortaya çıkmıştır.

Tablo 1. Lenin ve Nazi Propagandası Karşılaştırması

	Lenin Propagandası	Nazi Propagandası
İdeolojik Farklılıkları	Marksizm felsefesi ve toplumsal sınıf bilincine dayalıdır	Nasyonal Sosyalizm ve ırka dayalıdır
	Sınıf farklılıklarını derinleştirir, ayırıcıdır	Tek ırk (Alman Irkı), mottosunu kullanır, devlet içinde birleştiricidir
Söylem Biçimleri	Kısa öz anlaşılır kelimeler kullanır	Süslü cümleler kullanır
	Karşı tarafı alaycı bir biçimde karalar, abartılı sözler sarf eder ve abartılı tasvirler yapar	Karşı tarafı abartı ve iftira ile karalar, Yalandan kaçınmaz,
KİA Kullanımları	Kitle iletişim araçlarını etkin biçimde kullanır	Kitle iletişim araçlarını etkin biçimde kullanır
	Görsel propagandaya önem verir	Görsel propagandaya önem verir
İçerikleri	Teşhircidir ve ısrarcıdır	Sanstürcüdür, kendi için gizleyicidir,
	Kışkırtıcıdır	Manipülatiftir
Dine Yaklaşımları	Dini unsurları önemser	Dini unsurları önemser
Örgütlenme Biçimleri	Okullarda, derneklerde ajitatörler yetiştirir	Propaganda ve Aydınlatma Bakanlığı ile sistematik propaganda yapar

Buna göre, Lenin ve Nazi propagandasının benzer yönler taşıdığı görülmektedir. Lenin türü propaganda, devrimsel niteliği ile Nazi propagandasından ayrılırken, kullanılan araçlar bakımından benzerlik içerir. Kitle iletişim araçlarının kullanımı, ortak özelliklerini oluşturmaktadır.

1.4.2. Propaganda Sürecinde Medyanın Önemi

Medya günümüzde toplumu eğitmek, bilgilendirmek, eğlendirmek, kamuoyu oluşturmak şeklinde nosyonlara sahiptir. Bununla birlikte toplumu infiale sevk edebilecek, karmaşa yaratabilecek, geniş ölçüde kitleleri yönlendirebilecek bir güce de sahiptir. Haber aktarma özelliğinin yanında gelişmeleri yorumlama biçimlerinde büyük mühendislik yaparlar ve toplumun algısına hitap ederler. Bu nedenle sembol ve simgelerle, yorumlarla kitlelerin yönlendirilmesinde medyanın rolünü görmek gerekir (Salmış, 2012, s.34).

Bilindiği gibi eğlence endüstrisi özellikle televizyon ve sinema dolayısıyla kitleler üzerinde muhtelif etkiler yaratmaktadır. Kitle iletişim araçları, her zaman toplumu bilgilendirmeyi, eğlendirmeyi, kamuoyu oluşturmayı topluma fayda sağlayacak biçimde gerçekleştirmez. Medyanın ticari, ekonomik ve siyasal ilişkileri, medya içeriğini belirlemektedir. Reklamlar, diziler, hatta kimi zaman haber bültenlerinde bugün propaganda olarak niteleyebileceğimiz türden içerikler üretilmektedir. İletişim ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kitle iletişim araçları hayatın her alanına ciddi biçimde tesiri, evde, iş yerinde, sosyal alanlarda, hatta seyahat araçlarında bile sürekli olarak kitle iletişim araçlarının mesajlarına maruz kalınması, böyle bir araç olmaksızın propaganda yapmayı son derece imkânsız kılmaktadır.

Herman ve Chomsky medyanın ekonomi politiği üzerinde durarak, propaganda ve kitle iletişim araçlarının önemine dikkat çekmişlerdir. Herman ve Chomsky'nin propaganda modelinde, zenginlerin ve elitlerin medya üzerindeki tahakkümünü nasıl sağladıklarını ve bu yolla, objektiflik maskesini de kullanarak toplum üzerinde medya dolanımıyla propaganda yapıldığı anlatılmaktadır (Herman ve Chomsky, 1988). Bu yönüyle medya, gerçek işlevinin dışına çıkmakta, demokratikleştirici, özgürleştirici, toplumun çıkarlarını gözetmeci ve iktidarı denetleyici özelliğini yitirmektedir.

Uluslararası ilişkilerde olup biteni bildirmek ve propaganda yapmak için medya önemli bir araçtır. Bilhassa günümüzde internet aracılığıyla gelişmeler dakikalar hatta saniyeler içinde dünyanın farklı köşelerindeki insanlara ulaşabilmektedir. Sadece internet gazeteleri değil, sosyal ağlar aracılığıyla konular yayılabilmektedir. Bu tez bağlamında Alman internet gazeteleri Türkiye ile olan siyasi ilişkilerinde, kullanılan söylemler ve tekrarlama sıklıkları bakımından propaganda içerikli olarak kabul edilebilir. Zaten bu çalışmanın temel savı, medyanın kamuoyu oluşturma ve propaganda gücü ile toplumları nasıl etkilediğine dayanmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA İŞÇİ GÖÇÜ VE İSLAMAFOBİ

2.1. İşçi Göçü

Göç olgusu, insanlık tarihi boyunca sürekli var olagelmiş, çeşitli nedenlerle insanların kitleler halinde dünya üzerinde farklı bölgelere gitmelerini açıklamaya yarayan bir kavramdır. Genel anlamıyla göç, insanların bulundukları yerden geçici olmamak şartıyla başka bir yere gidip yerleşik olarak yaşamaları demektir (Ünver, 2003, s. 178). Uluslararası bir sınırı geçerek veya bir devlet içinde yer değiştirmek, süresi, yapısı ve nedeni ne olursa olsun insanların yer değiştirdiği nüfus hareketleridir. Buna, mülteciler, yerinden edilmiş kişiler, yerinden çıkarılmış kişiler ve ekonomik göçmenler dâhildir (Perruchoud, 2009).

Sosyal bilimlerde pek çok kavramda olduğu gibi göç ve nedenleri de açıklanması zor, son derece kompleks bir kavramdır. İnsanlığın ilk dönemlerinde göçler, genellikle besin yetersizliği, yaşam alanının daralması, yaşanılan bölgedeki coğrafi koşulların olumsuzluğu gibi temel ihtiyaçlara dayanmaktaydı. Modern tarihte ise siyasal sebepler ve savaşlardan kaynaklanan nüfus yetersizliği, kaynak eksikliği, ekonominin köklü değişimleri nedeniyle meydana gelmektedir.

Göçün itici nedenleri olarak da tanımlanan faktörlerin en önemlileri doğal ve toplumsal çevredir. Bu çevreler, birey ya da grubun beklentilerini, özellikle de ekonomik-kültürel gereksinmelerini karşılayamadığı sürece reddedilir ve böylece göç süreci başlamış olur (Çakır, 2011, s. 131). Fakat göçlerin temel sebebinin ekonomi olduğuna yönelik yaygın bir görüş bulunmaktadır. Bu ekonomik nedenler tarihsel süreçte elbette değişime uğramıştır. İlk çağlarda temel gıda, barınma şeklindeki gerekçeler, yüzyıllar içinde değişerek, imparatorluklar, coğrafi keşifler, emperyalist ulus devletleri, sanayi devrimi gibi küresel ölçekte vuku bulan organizasyonların neticesiyle yeni bir ekonomik düzen ve kaygılarını doğurmuştur.

İşçi göçü olgusu, on dokuzuncu yüzyılda ticaretin ve emeğin küreselleşmesi ile özellikle ikinci dünya savaşının ardından başlamıştır. Yoğun olarak kapitalist ekonominin yaygınlaştığı 20. yüzyıl, işçi göçleri açısından önemli bir tarihtir. Giderek dünyanın daha büyük bir kesiminde üretim dünya pazarı içinde yapılmaya başlanmış ve geleneksel tarımsal üretim biçimleri ortadan kalkmıştır (Özyurt, 2012, s. 60). İkinci dünya savaşının yıkıcı etkileri, bilhassa sanayi bakımından gelişmiş Batılı ülkelerde, istihdam eksikliği ve ekonomik krizlerden kaynaklanan gerilemelere sebep olmuştur. Bu sebeple küreselleşme kuramcılarının Wallerstein'in ileri sürdüğü, merkez, yarı çevre ve çevre tanımlamalarına göre, merkez ülkeler sanayide çalıştıracak işgücünü, yarı çevre ve çevre ülkelerden edinmek üzere işçi göçü hareketlerine başlamışlardır.

Merkez-Çevre Teorisi taraftarlarına göre, yurt dışında istihdam imkânı sağlanan işçi göçü, daha ziyade kalifiye ve yarı kalifiye işçileri kapsamaktadır. Nitelikli işçiler yurt dışına gittiğinden kaynak ülkede nitelikli işgücü açığı doğar. Bu da ekonomik gelişmeyi olumsuz etkiler. İşçi göçü kapitalist büyükler ile sömürülmeye müsait küçükler arası bir eşitsizlik ilişkisidir (Gezgin, 1991, s. 37).

Zengin ülkeler ve yoksul ülkeler arasındaki gelir ve yaşam standardı farkı, insanların kitleler halinde memleketlerini terk etmesine neden olmaktadır (Özyurt, 2012, s. 62). Göç edenlerin önemli bir bölümü tarım işçileri, topraksız köylüler ve azınlığı ise büyük toprak sahipleridir (Keleş ve Unsal, 1982, s. 27). Köylüler, kırsal alanlardan ayrılarak, korkunç koşullar altında sanayi işçileri olarak çalışacakları sanayi merkezlerine, kasabalara ve kentlere akın etmişlerdir (Çakır, 2011, s. 133).

2.2. Türkiye'den Almanya'ya İşçi Göçü

İkinci Dünya Savaşıyla birlikte, Avrupa ülkelerinde sanayide meydana gelen ciddi işgücü açığı, savaşın son derece yıkıcı etkilerinin ardından azalan nüfus, gerileyen ekonomi, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerden işçi transferi istemelerinin itici nedeni olmuştur.¹ İşgücü transferi sürecinde, Avrupa ülkelerinin özellikle de Almanya'nın amacı bir göçmen ülkesi olmak değildi. Sanayide yeterli istihdamı sağlayıp ekonomiyi kalkındırmak maksadıyla bir süre için "misafir işçi" kapsamında geçici göçmen alımı planlanmaktaydılar. Türkiye de bu dönemde ekonomik sebeplerle işçi göçüne olumlu yaklaşmıştır. İşçi akımının düzenli gerçekleştirilmesini kolaylaştırmak ve böylece

1 Daha önce de gelişmemiş ülkelerden göçler olduğu bilinmektedir. Fakat bunlar, coğrafi keşiflerden sonra Doğudan getirilen köle etiketli insanlardan oluşmaktaydı.

göçmen işçilerin ve işverenlerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere Türkiye; Almanya ile 1961’de, Avusturya, Belçika ve Hollanda ile 1964’te, Fransa ile 1965’te, Avustralya ile 1967’de (*Başbakanlık Yurtdışı Türkler Ve Akraba Topluluklar Başkanlığı*, 2011) işgücü anlaşmaları imzalamıştır.

Türkiye’den Almanya’ya işçi göçü resmiyette 1961’de imzalanan anlaşmayla başlamış olsa da bu anlaşmanın öncesinde 1950’den itibaren Türk işçilerin, özel davetler yoluyla Almanya’ya gidip çalıştıkları bilinmektedir. Almanya’daki fabrika sahipleri ustabaşı gibi kalifiye Türk işçilerini çağırarak 1961’den önce istihdam etmeye başlamışlardır. Türk işçi göçünün başlangıcı Federal Almanya Cumhuriyetinde düzenlenen bir mesleki yetiştirme programına dayanmaktadır.

1956 yılında Kiel Üniversitesinde Dünya Ekonomisi Enstitüsü, Türkiye’deki Alman sermayesinin yatırımlarını kolaylaştırmak için sanayi işletmelerinde ustabaşı olarak istihdam edilmek üzere lise mezunu Türklerin eğitilmesini önermiştir. Sleschvigg - Holstein Çalışma Bakanının Türk Dışişleri Bakanlığından 1957 yılı Nisan’ında talebi üzerine, 12 Türk kursiyeri, ailelerini de alarak Almanya’ya varmışlardır (Abadan-Unat; Keleş; Penninx vd. 1970, s.28).

Bu dönemde Türkiye, ekonomik kalkınma, işsizlik ve döviz eksikliği gibi ekonomik problemleri işçi göçü yoluyla giderebileceğini umuyordu. Türkiye’nin kalkınmasının önündeki en büyük engellerden birisi vasıflı insan gücü yetersizliği idi.

Bir süreliğine Batı Avrupa’ya gönderilecek vasıfsız ve yarı- vasıflı işsiz genç insanlar orada bir meslek ve modern iş disiplini kazanmış olarak yurda döneceklerdi. Bu işçilerin sanayide istihdam edilmeleriyle bu sektörün vasıflı eleman açığını gidermede önemli bir adım atılabilirdi. İşçiler, ücretlerinden tasarruf edecekleri miktarı ülkeye gönderecekleri için kalkınmada ihtiyaç duyulan döviz gelirleri de artacaktı (Akgündüz, 2003:192).

Bu kapsamda Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Hükümet ve İş ve İşçi Bulma Kurumu ülke ekonomisinin refahı için işgücü göçünü destekledi. Ayrıca bu durumun, Türkiye’nin Avrupa Ekonomik Topluluğu’na giriş sürecini de olumlu yönde etkileyeceği düşünülüyordu. Karşılıklı fayda içeren bir amaçla Almanya Türkiye’yi desteklemişti. Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun (AET) kurucu üyelerinden Almanya, Türkiye’nin 1960’ların başında giriştiği ve AET ile bir ortaklık ilişkisi kurmayı hedefleyen çabalarını desteklemekle kalmamış, Türkiye’nin büyük ekonomik beklentilerle ısrar ettiği işçi alımına da aynı yıllarda olumlu yanıt vermişti (Esen, 2012, s. 63).

12 maddeden oluşan ve resmi ismi “Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Federal Almanya Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Türk İşçilerinin Almanya’da İşe Yerleştirilmelerine Dair Anlaşma” olarak kayıtlara geçen bu anlaşma, ülkemizden yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilen işçi göçüne ilişkin ilk anlaşma niteliğindedir. Anlaşma, Almanya’nın Bad Godesberg kentinde imzalanmıştır (*Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı*, Yayın No: 07).

Anlaşma gereğince İstanbul’da kurulan Alman İrtibat bürosu, göçmen işçilerin sağlık muayeneleri, eğitimleri, yetenekleri, iş başvuruları, bilgilendirme, çalışma izni belgeleri, seyahat masrafları şeklinde organizasyonları sağlamıştır.

Anlaşmanın en önemli hususu 7. Maddede yer alan “ Türk makamları işçiye, işçinin Almanya’ya girişinden itibaren süresi asgari bir sene daha geçerli olacak bir pasaport vereceklerdir” ifadesidir. Zira Almanya bir göçmen ülkesi olmak istemiyordu. Buna göre işgücü anlaşması en fazla 2 yıllık bir süreci kapsamaktaydı. Fakat bu süre Alman işveren açısından da Türk göçmen açısından da hiç karlı olmayan bir durumdu. İşverenlerin yabancı iş gücü ihtiyacı, onlar üzerinde ekonomik sorumlulukları da gerektiriyordu. Almanca öğrenme, sistemi anlama, sigorta vb. harcamalar kayda değer miktarda masrafa sebep oluyordu. İşçilere getirilen bu kota, iki yıllık süreçte zaten dile aşına olmuş, sistemi yavaş yavaş kavramaya başlamış işçilerin gitmeleri sonucunda, yeni gelecekler için işverenin aynı harcamaları yapmasını gerektirmekteydi. İşe alınan işçilerin geri gönderilerek yeni işçilerin getirilmesi üretimde verimliliği de düşürdüğü için, özellikle işverenlerin baskısı nedeniyle uygulanmamıştır (Tekin, 2007, s. 47).

İki yıllık dönem, “nüfusun yanı sıra iş dünyasındaki yabancıların kotalarının sınıflandırılmasını” da zorlaştırıyordu. Bunun sonucunda Alman Hükümeti iki yıllık kotanın kaldırılmasına karar verdi (*Ministerium für Arbeit und Soziales, Qualifikation und Technologie*). Kalış süresi belirsizleştirildi. İşçilerin de işine gelen belirsizleştirme, konjonktür daralmalarında hemen geri gönderilmek istendiklerinde direnç doğmasına yol açtı (Gezgin, 1991, s. 32).

Türkiye’den Almanya’ya büyük umutlarla giden, yoksul ve niteliksiz göçmenler, ilk etapta üçüncü sınıf vatandaş muamelesi ile karşılaşmışlardı. Dışlerinden ayak tırnaklarına kadar heyet kontrolünden geçirilerek Almanya’ya taşınan fedakâr insanlarımız, daha önceden işveren tarafından belirlenen ve Nazi döneminin Toplama Kamplarını andıran işçi barakalarına (Heim) yerleştirildiler (Fındıkçı, 2002, s. 210). Almanların yapmak istemedikleri işleri yapıyor, zor şartlar altında çalışıyor ve yaşıyorlardı. İlk gelen göçmen

işçiler cinsiyet açısından baskın bir erkek nüfusuna sahipti ve genellikle geçici bir süre için geri dönmek üzere niyetlerle gerçekleşen göçlerin en temel saiki ekonomik kaygılardı (*Avrupa'da Yükselen Ayrımcılık Nefret, İslamofobi Ve Irkçılık Raporu*, 2015). Bu geçicilik anlayışı çoğunun para biriktirmek amacıyla, ailelerini bırakarak tek başlarına Almanya'ya gelmelerini teşvik etmişti ki bu da ilk göçmenlerin erkek ağırlıklı olmasını açıklamaktadır.

1973'de meydana gelen petrol krizi, Almanya ekonomisini derinden sarsmıştı. Bu sebeple, zaten iki yıl süreyle gelip gitmeleri öngörülen Türk işçilerinin, artık misafir işçi olarak gelmelerinin önüne geçilmek isteniyordu. Yabancı işçi alımları bu süreçte durdurulmuştu. Akabinde Türk işçiler geri dönmedikleri gibi, ailelerini de yanlarına alarak Almanya'ya yerleşmişlerdi. Bu durum Avrupa'nın birçok ülkesinde kalıcı bir Türk nüfusunun oluşma sürecinin başlangıcını oluşturmuştu (Gelekçi, 2014, s. 104).

1968-1971 yılları arasında önce 152.000 olan Türkiyeli işçi sayısı 1971'de üç kat artarak 450.000'e çıkıyordu. Bunda Türkiye'nin hareket kabiliyeti yüksek, büyük bir işsizler ordusuna sahip olması kadar, ülkenin Batı İttifakı'na dâhil olması da önemli rol oynuyordu. Alınışlarındaki niteliklerden de kaynaklanan nedenlerle, 1972 yılında yabancı işçiler yüzde 80 oranında sanayi ve inşaat sektöründe istihdam edilmekteydi. Geriye kalan yüzde 20 gibi küçük bir oran hizmet sektöründe bulunuyordu (Esen, 2011:17).

1980'lere gelindiğinde geliş ve dönüş sayılarında farklılıklar tekrar meydana gelmişti. 1981'de Federal Almanya'ya 84.052 kişi gelirken, 70. 905 kişi dönüş yapmış, 1982'de gelenler 43.137 iken, dönenler 44.442 olmuştur. 1983'de gelenler 28.178'de kalırken, dönenler 100.977'yi bulmuştur. 1984'de Almanya'nın dönüşleri hızlandırmak için primli teşvik tedbirleri (Turan, 1997, s. 17) uygulamış olsa da bu tarihten sonra geri dönüşler azalmaya başlamıştı. Türk nüfusu katlanarak artmış ve neticede bugün Almanya'da ortalama 3 milyon ile ciddi bir Türk nüfusu oluşmuştur.

2.3. Göçün Sosyolojik Boyutları: Uyum süreci ve Ertesi

Göç temelde, göç eden grupların ve göç edilen bölgenin iki taraflı olarak etkilenmelerine neden olur. Göçmenler gittikleri yere kendi yaşam biçimlerini götürdükleri gibi, yeni gittikleri ülke veya bölgede farklı bir dünya ile karşılaşılır. Fakat burada asimilasyon, entegrasyon ya da yeni bir toplumsal sınıf ortaya çıkması gibi durumlar söz konusu olmaktadır.

Bu durumda asimile olma ya da entegre olma kavramlarını ortaya çıkarmaktadır. Yurtdışına çalışmaya giden işçiler, buna ek olarak Türkiye’de de ‘Almancı olgusu’ şeklinde adlandırılan bir toplumsal çatışma ile de karşı karşıya kalmışlardır. Göçün ilk dönemlerinde, Türk işçilerin çevreye olan uyumlarından çalıştıkları/çalışacakları işletmelerin sahipleri sorumluydu. Ev bulabilme, dil öğrenme gibi konular işverenin yükümlülüğündeydi. Tabi o dönemlerde göçmenlere birkaç yıl sonra gidecek gözüyle bakıldığı için özellikle Almanya’nın göç ile ilgili kapsamlı bir çalışması bulunmamaktaydı. Fakat yıllar içinde karşılıklı olarak iki yıllık misafir işçi anlaşmasının hükümsüzleşmesi ve Almanya’daki kalıcı Türk nüfusu, göçmenler için önlem almakta gecikilmesine ve Almanya’daki Türkler açısından da bir çeşit kimlik bunalımına neden olmuştur. Türk-Alman kültürü arasında sıkışma, Türkiye’deyken Almanya’yı özleme Almanya’dayken Türkiye’yi özleme gibi duygusal çatışmalar, Almanya’da kimi zaman dışlanma, Türkiye’de ise –aşağıda daha detaylı işlediğimiz- Almancı etiketiyle yadırganma durumları günümüzde hala devam eden uzun vadeli problemleri beraberinde getirmiştir.

2.3.1. Asimilasyon

Göçün bir sonucu olarak, birçok toplum kültürel olarak çoğul hale gelmektedir. Yani, farklı kültürel kökenden birçok insan, farklı bir toplumda birlikte yaşamaya başlamaktadır (Berry, 1997:8). Asimilasyon göçmenlerin toplum içinde dağıtılması, özümsemesi ve sonunda göç alan toplumdan ayırt edilemez hale gelmesidir (Toksöz, 2006, s. 37). Asimilasyon; dışarıdan gelen birisinin, göçmenin ya da tali konumundaki bir grubun, egemen olan toplumla ayırt edilemez derecede bütünleşmesi sürecini anlatmak için kullanılan, kültürleşmeyle² eş anlamlı bir terimdir (Marshall, 1999). Asimilasyon her biri birbirine tıpatıp benzeyen kahve zerrecikleri üreten bir kahve değirmenine benzetilebilir. Bu, toplumsal belleğin sıfırlanması, alt kimliklerin bir bütün içinde eritilerek yok edilmesidir (Oran, 2014:29).

Asimilasyon kültürel kimlik değişimlerinde, genel kültürel oryantasyondan çok psikolojik meseleye gönderme yapar (UNESCO, 1985). Robert E. Parks, asimilasyonu “farklı ırksal kökenlerin ve farklı kültürel mirasların halklarının ortak bir toprağı işgal ettiği, en azından sürdürebilmek için yeterli bir kültürel dayanışmayı başardığı süreç veya

2 Gordon Marshall (1999) sözlükte kültürleşme ile eş anlamlı kullanıldığını vurgulasa da, Kültürleşme ile arasındaki farklar olduğu görüşü de bulunmaktadır.

süreçler olarak tanımlar (Thomas, 1961, s. 52). Göçmen kabul eden ülke, çeşitli nedenlerle kaynaşmayı önleyerek yeni bir sosyal sentezin, yani bir toplumun ortaya çıkmasını önleyebilir. Bu takdirde göçmenler, Fransa ve Almanya'da olduğu gibi ya bir getto şeklinde yaşamaya ya da asimilasyona zorlanabilirler (Karpas, 2013, s.84).

2.3.2. Entegrasyon/ Adaptasyon

Entegrasyon –bütünleşme- kendi başına buyruk ve parçalar halindeki unsurların birleşip kaynaştırılması, birleşik bir bütünlük oluşturulması sürecidir (Turan, 1997, s.23). Entegrasyon bir toplumda var olan değişik etnik ve sosyal grupların o ülkedeki mevcut tüm olanaklara eşit erişimi ve aralarında sürtüşme olmaksızın uyumlu bir yaşam sürmesi olarak tanımlanmaktadır (Toksöz, 2006, s. 36). Entegrasyon politikalarının temelinde; yabancı gençlere yönelik uyum çalışmalarının artırılması, iş ve eğitim kurumlarına girişlerdeki engellerin kaldırılması, vatandaşlığa geçiş dâhil yeni hukuki hakların tanınması gibi unsurlar yer almaktadır (*Aile Ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü*, 2005).

Dil, Almanların entegrasyon konusunda en önem verdikleri unsurlardan biridir. Eğer bir yabancı, göçmen, misafir işçi Almanca bilmiyorsa, bildikleri dilin onlar için bir önemi yoktur. Burada dil olarak nitelenen sadece Almancadır, göçmenlerin anadili, dil olarak görülmemektedir. Ancak Almanca öğrenirlerse bir dile sahip olmuş olurlar (Gedik, 2010, s. 62). Göçmen ülkesi olup çok kültürlü yapıya dönüşmekten şiddetle korkan Almanya, artık misafir olmadıkları anlaşılan işçiler ve aileleri için Almanca öğrenme koşuluyla bir derece de olsa onları kabul etme olanağı tanımıştır. Alman vatandaşı olabilmenin şartları, ebeveynlerden birinin Alman olması, Almanya'da doğmuş olmak, Almanca bilmek gibi etnomerkeziyetçi koşullardır.

Ana dili Almanca bile olsa bir Türk- Müslümanın ne derece benimsendiği bugün hala tartışma konusudur. Özellikle üçüncü kuşak göçmenler, Almanya'da doğup büyümüş, yaşıyor, Alman eğitim sistemine göre yetiştirilmiş, üst seviye Almanca biliyor olsa, hatta Türkiye'ye geldiğinde Almanlaştığı için dışlansa bile, Almanların gözünde hala tam olarak kabul edilmediklerini söylemek mümkündür. Bu noktada din unsuru da önemlidir. Her ne kadar, resmi bir Hristiyanlık dayatması yapılmasa da günlük yaşam içinde Alman toplumunda kabul edilebilmenin koşulu olarak din üzerinde mahalli bir baskı vardır.

2.3.3. Çok Kültürlülük ve Kültürleşme

Sosyolojide entegrasyonla ilgili olarak ortaya çıkan kültürleşme ve çok kültürlülük kavramına da değinmek gerekir. Çok kültürlülük etnik veya diğer farklılıkların tolere edilmesi veya desteklenmesine bağlı olarak farklı kimliklere sahip grupların heterojen ama istikrarlı bir toplumda bir arada yaşamalarıdır (Toksöz, 2006, s. 37). Yasalar karşısında eşit olan bireylere devlet çoğunluğunun kültürünü dayatmak bir zorlama veya hegemonyadır. Bu ilke sayesinde farklı kültürler ve etnik gruplar kültürel kimliklerini muhafaza edebilirler (Köftürcü, 2017:961). Toplumsal, dinsel veya felsefi anlamda farklı olanların birlikteliğini, farklılıklar üzerinde inşa olunan birlikteliğin ifadesi olan çok kültürlülük, daha çok göçmen ülkeleri olarak tanımlanan yeni kıtalardaki ülkelere sıklıkla kullanılan bir terimdir (Perşembe, 2009, s. 237).

Pilot çalışma kapsamında yaptığımız görüşmelerde katılımcıların çok kültürlülük kavramına dikkat çektiğini de eklemek gerekmektedir. *10 Mayıs 2018* tarihinde gerçekleştirdiğimiz görüşmede Almanya'daki göçmenlerin entegrasyon veya asimilasyon değil, karşılıklı hoşgörü anlayışına dayalı tolerasyon istediklerini ifade etmişlerdir. Bu anlayışta, herkes kendi kimlik değerlerini koruyarak aynı toplum içinde birbirini değiştirmeden fakat tolere ederek sağlıklı bir toplum biçimi kurulması, Türk'ün, Türk kültür, din, etnik kodlarını koruması, Alman'ın kültür, din, etnik konularını koruması ve birbirlerine doğrudan ya da dolaylı müdahaleye mahal vermeden günlük yaşamın sürdürülmesi öngörülmektedir.

Kültürleşme, özerk iki ya da daha fazla kültürel sistemin birbiriyle bağlantılı olarak başlatılan kültür değişmesi olarak tanımlanabilir (*Social Science Research Council*, 1954). Sosyalizasyonun belli düzeylerde benzeşme veya aynılaşıma sağlaması 'kültürleşme' kavramıyla ifade edilirken, benzeşmenin veya aynılaşımanın son aşamaya varması durumu asimilasyon kavramıyla ifade edilmektedir (*Aile Ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü*, 2005).

2.3.4. Ötekileştirme

Ötekileştirme, bireyin, grubun, toplumun; bir görüş, düşünce, eylem, din, gelenek, kültür ya da ten rengi, ırk, etnik köken gibi özelliklerinden dolayı, bulunulan bölgedeki egemen yapının bu kişi veya kişileri dışlamaları, soyutlamaları şeklinde tanımlanabilir. Her kavramın zıttı ile kaim olması, toplumlar arası biz ve öteki ayrımını yaratmaktadır. Öteki,

belirli bir bölgenin sınırları içerisinde yaşayan insanların, birlik, ortaklık, güvenlik, ulus, kimlik bilincine sahip olmaları için gerekli bir kavram gibi görünmektedir.

Fakat ‘öteki’ kavramı egemen olanın tanımlama gücü çerçevesinde genellikle olumsuz olarak temsil edilmektedir. Öteki; küresel ölçekte Batı’nın belirlediği Doğu’ya gönderme yapmaktadır. Stuart Hall (1992), ötekileştirme konusunu “Batı ve Geri Kalanı” makalesinde Avrupalının benzersizliği ve Batılı olmayanın aşağılıklığı üzerinde durarak Batının inşa ettiği bu söylemler üzerinden açıklamaktadır. Bilgi ve teknolojiyi elinde bulunduran Batı baskın konumdadır, bilgi yoluyla söylem üretip, kitle iletişim araçlarıyla dolaşıma sokarak bilgi üzerinden güç oluşturur. Söylemi üreten Batı, bunun devamlılığını sağlamak için gerçeği yeniden inşa etme gücünü de sahiptir. Dolayısıyla diğer toplumların nasıl konumlandırılacağını, küresel güç ilişkilerini, düşünme ve konuşma sistemlerini, ideolojileri organize eder. Batı, kendisinin gelişmiş, arzu edilen, sanayileşmiş üstün olduğunu, Doğu’nun ise gelişmemiş ve negatif özelliklere sahip olduğunu söylem yoluyla empoze etmiştir.

Öteki kavramıyla ilgili olarak Said: “Şark, Avrupa’nın sadece komşusu değildir, Avrupa’nın en büyük, en zengin, en eski sömürgelerinin mekânı, uygarlıkları ile dillerinin kaynağı, kültürel rakibi, en derin en sık yinelenen Öteki imgelerinden biridir (Said, 2016, s. 11)” demektedir. Öteki olarak Şark’ın ve Şark’a ait olan her unsurun, egemen Batı tarafından yönetilmesi gereken, bağımlı ırklar olarak görüldüğünü anlamaktadır.

Günümüzde egemen güçlerin ‘Batılılar’ olduğu görüşünden yola çıkıldığında, geri kalanların öteki olarak tanımlandığı imaj göçmenlerde somutlaşmıştır. Göçmenlerle vatandaşlar arasındaki ayrım uzun yıllar Avrupalı devletler tarafından korunmaya çalışılmıştır. Tehdit unsuru olan öteki dışarıdaki yabancı ve düşman iç topluluğun üyelerini birbirine yakınlaştırarak dost kılmaktadır (Özyurt, 2012, s: 147, 182). Şiddet eylemlerini de içeren yabancı düşmanlığı büyük ölçüde “öteki” üzerine ve “ötekinin” egemen kültüre uyumu ekseninde yürütülmektedir (Ünver, 2003, s. 199).

2.3.5. Ayrımcılık ve Irkçılık

Ayrımcılık; dil, din, etnik köken, ırk, kültür, cinsel tercihler, dış görünüş, şive, ideoloji gibi gerekçelerle toplumdaki bazı gruplara eşit olmayan muameleyi ifade etmek için kullanılır. Egemen düşüncenin yaygın olduğu yerlerde biz ve öteki ayrımı ile kendini gösterir. “Kendi”, “biz” kimliğini her türlü melezleşme, karışma ve istiladan koruma

zorunluluğu zihinsel ürünleri olan söylemlerde, temsillerde ve pratiklerde (şiddet, hor görme, hoşgörüsüzlük, aşağılama, sömürü biçimlerinde) kayıtlıdır (Balibar ve Wallerstein, 2000:26).

Ayrımcılığı yaymanın en önemli aracını günümüzde medya oluşturmaktadır. Medyada ayrımcılık, kullanılan dil ve söylem yoluyla gerçekleştirilmektedir. Ayrımcılık nefret söylemi –hate speech- ile yayılır. Nefret söylemi özünde azınlıkların eşitlik haklarının inkârıdır (Boyle, 2010:64). Kalıp yargılar bir grubun tüm üyelerini aynılaştırır, insanları bireysel özelliklerinden soyutlayarak damgalanmış grubun üyesi haline getirir (Çayır, 2010:48). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi “hoşgörüsüzlüğe dayalı nefreti yayan, kışkırtan, destekleyen veya haklı gösteren her türlü ifadeyi” “nefret söylemi” olarak adlandırır (Akdeniz, 2010:176). Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından kabul edilen 1997 tarih ve R (97) 20 sayılı tavsiye kararında “yabancı düşmanlığı, ırkçı nefret, anti-semitizm ve hoşgörüsüzlük temelli diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her tür ifade biçimi” olarak tanımlanır (Karan, 2010:56).

İnsanlığın tarih boyunca ürettiği en acımasız kavram olarak ırkçılık ayrımcılığın bir parçasıdır. Irkçılık (racism) ve yabancı düşmanlığı (xenophobia), tarih boyunca kölecilik, etnik temizlik, soykırım, katliam, zorunlu göç ettirme, aç bırakma, tecavüz gibi farklı şiddet uygulamalarıyla birlikte günümüze kadar devam etmiştir (Çelenk, 2010:212). Ayrımcılığın bir kolu olarak ırkçılık, Nazi Almanyası’nda 6 milyon civarında Yahudi’nin öldürülmesi gibi yıkıcı bir sonuca yol açmıştır. Çelenk, Nazi Almayasının Anti-Semitizm’den yola çıkarak çingene, homoseksüel, zihinsel ya da fiziksel engelliler gibi birçok grubu katlettiği bu olayı tarihin en ürkütücü ‘ayırıcı vahşeti’ olarak değerlendirmiştir.

Birleşmiş Milletler’in ilk kararlarından biri, 1948’de İnsan Hakları Evrensel Bildirisinin kabulü başat olmak üzere ayrımcılık ve ırkçılığa karşı pek çok bildiri, rapor, beyanname yayımlanmıştır. Birleşmiş Milletler Antlaşmasının 1/3. Maddesi, Örgütün amaçlarından birinin “insan hakları ve temel hakların herkes için ırk, cinsiyet, dil ya da din farkı gözetmeksizin geliştirilmesi” olduğunu belirtir (Ataöv, 1996, s. 2). Irkçılık ve Hoşgörüsüzlüğe karşı Avrupa Komisyonu ırkçılığı “ırk, renk, dil, din, milliyet veya ulusal veya etnik köken gibi nedenlerin bir kişi veya grubun hor görülmesini veya bir kişi veya grubun üstünlüğü fikrini haklı kılabilceği inancı” olarak tarif eder (Akdeniz, 2010:176). Ayrımcılığa karşı Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Avrupa konseyinin çalışmaları

vardır. “Ayrımcılığa karşı sesini yükselt” kampanyası, Avrupa Konseyi’nin, iletişim ve bilgi stratejilerini birleştirerek ırkçılığa ve ırk ayrımcılığına karşı savaş verme yolunda benimsediği yenilikçi bir yaklaşımdır (Blion, 2010:208).

Tüm bunlara rağmen, Almanya’daki Türk göçmenler, bugün hala devam eden birçok ayrımcı davranışla karşılaşmaktadırlar. Göçün ilk dönemlerinde, Almanların Ari ırk³ iddiası, onların Türk işçilerle olumlu ilişkiler geliştirmelerini engelliyordu. Kendilerinin üstün ırk olduklarına inandıkları için eşit muameleye cevaz vermiyorlardı. Eğer yabancı işçiler dışlanmak istemiyorsa, Alman vatandaşı olmalı ve onlara dâhil olmalıydı. Kültürel ırkçılığın tavan yaptığı 90’lı yıllardaki gelişmelerden en olumsuz etkilenen Türkler, öldürülmeye, yakılmaya varacak kadar saldırıların hedefi olmuş, insafsız bir “uyumsuzluk” kavramıyla etiketlenmişlerdi (*T.C Başbakanlık Yurtdışı Türkler Ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Saha araştırması*, 2011).

Bu ayrımcı tavırların tüm göçmenlere değil, Doğu kökenli ve Müslüman olan göçmenlere yapılmasında Batı’daki İslam düşmanlığının büyük etkisi vardır. Yunanlılar, İspanyollar ve Portekizliler Avrupa Birliği üyesi ülkelerin vatandaşları oldukları, hukuki statü bakımından güvence altında oldukları, serbest dolaşım hakları bulunduğu (Ünver, 2003, s. 200), ve Müslüman olmadıkları için, ‘yabancı’ muamelesi görmemektedirler.

2.3.6. Misafir İşçilikten Vatandaşlığa Geçiş

İşgücü göçü, çift taraflı bir yararlanma boyutuna sahip değildir. Sürekli hareket halinde bir yedek işgücü ordusu “yeni alt proletarya” hüviyetindeki yabancı işçiler yerlilerce istenmeyen ağır ve ücreti nisbî olarak düşük tutulan işlerde çalıştırılırlar. Ayrımcılık egemendir (Gezgin, 1991, s. 38). Türklerde göçün ilk dönemlerinde bu durumu yaşamışlardı. Üstelik yaşam koşulları da son derece zorlayıcı idi. ‘Misafir İşçi’ olarak Almanya’ya gelen Türk vatandaşları, işverenlerin hazırlamış oldukları barakalar, çatı katları, eski atölyeler, bodrum katları depolar ve apartman şeklindeki yurtlar gibi derme-çatma yerlerde barınıyorlardı. Avrupa standartları ve konuyla ilgili talimatlara rağmen işçi barınaklarının kalitesi düşük, sağlık koşulları uygun değildi (Başkurt, 2009, s. 82). Türk işçilerin iki yıl sonra Türkiye’ye dönmelerini öngören anlaşma dolayısıyla Almanlar için nerede kaldıkları o kadar önemli olmamıştı. Değil yurtdışına çıkmak, çoğu daha önce

3 Ari ırk anlayışına göre, en yüksek düzlemde duran ari ırktır. Alt ırkların en değerlisi Germanlerinkisidir. Bunların içinde ise üstün kavim Almanlardır (Duralı, 2015, s. 126).

başka şehir bile görmemiş olan gariban Türk işçiler ise bu olumsuz koşullara itiraz etme kudretinden yoksun, boyun eğen bir tavırla çalışmışlardı. Fakat iki yıllık anlaşmanın hem Almanya hem de Türkiye’de karşılıklı olarak uygulanmaması ve 1973’de meydana gelen petrol krizi, işgücü göçü sürecinin boyutunu bambaşka bir yönde etkilemişti.

1973 petrol krizinde Almanya’nın yabancı işçi alımını durdurması mevcut olan yabancı işçilerin yurtlarına dönmesi yerine, ailelerini de Almanya’ya getirmelerine sebep oldu. Zaten Türkiye’deki yaşam koşulları kötü olan gurbetçiler, aileleri ile birlikte yaşam kalitelerini yükseltebilmek için iyice Almanya’ya yerleşmeye çalışmışlardı. Yaş ortalamasının -24 civarında- düşük olması Türklerin Almanya’da kalıcı olmalarında en önemli etkendi. Eğer yaş ortalaması o dönemde orta yaşın üzerinde olsaydı, Türklerin ülkelerine geri dönme süreci farklı olabilirdi (Şahin, 2012:4). Ayrıca Türkiye’deki Almancı algısı ve Türkiye’ye döndüklerinde yaşadıkları çeşitli adaptasyon –iş bulma, toplumsal ilişkiler, kurallara uyma, disiplin vs.- sorunları da onları daha çok Almanya’ya bağlamıştı.

Önceleri misafir işçi olarak tanımlanan Türkler’in zamanla geri dönüşleri gecikince “Mitarbeiter” (Çalışma/iş arkadaşı), ülkede kalıcı oldukları kesinleşince de “Migranten” (Göçmenler) terimi kullanılmaya başlanmıştır (Başkurt, 2009, s. 84). Başlangıçta geri dönüş düşüncesi egemen olduğu için para biriktiren, tasarruflarını Türkiye’ye aktaran ve yatırımlarını da Türkiye’de yapan göçmen işçiler, Almanya’da kalıcı olmaya başladıktan sonra artık birikimlerini de orada değerlendirme yolunu seçmişlerdi (Yaprak, I/2013:864). Nüfusları giderek artan ve yerleşik hale gelen Türkler, kendi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir altyapıyı kurmaya muvaffak oldular (Şen, 2005:122). Türkler, Almanya’da toplam 210.000 konut satın aldı ve bu eğilim giderek yükseldi (RTÜK, 2007). Almanya’daki Türk kökenli nüfus arasında 1990’lı yıllarda kendi işletmelerini kurma yönünde bir dinamik gelişti (Şen; Ulusoy; Şentürk, 2008, s. 406).

Türkler Almanya’da işveren pozisyonuna geçmiş, sadece dönercilik değil, uluslararası çapta seyahat acentesi veya limitet şirketi kurma gibi aynı zamanda Alman ekonomisine de katkıda bulunan yüksek sermayeli işletmelerle, Almanya’da seçkin bir konuma gelebilmeyi de başarmışlardır. Son yıllarda Almanya’da faaliyet gösteren 70.300 Türk girişimcinin toplam yıllık ciroları 32,7 Milyar Euro’yu bulmaktadır. Ortalama yıllık ciroları 465.000 Euro olan işletmelerin büyük bölümünü küçük aile işletmeleri teşkil etmektedir (Şen; Ulusoy; Şentürk, 2007, s. 35). Bugün Almanya’da 3 milyon civarında

Türk yaşamaktadır. Alman parlamentosunda yer alan, ticari işletmeler açan, yükseköğrenim gören daha üst bir kesim haline gelmeyi başarmışlardır. Abadan Unat'ın dediği gibi misafir olmayan bu insanlar, Homoeconomicus'dan Homopoliticus'a dönüşmüşler, artık Almanya'nın bir parçası haline gelmişlerdir.

Göçmenlerin refah seviyelerindeki bu görece yükselme, onların vatana tekrar dönmelerinde büyük rol oynamıştır. Tabi bu genellemeler tüm gurbetçileri kapsamadığı gibi, Almanların da onları hala tam olarak benimsedikleri anlamına gelmemektedir. Bu tez çalışmasının amacı da zaten bu durumu ortaya koymaktır. Her ne kadar Alman kültürüne büyük çoğunlukla entegre olmuş, toplumda belli bir oranda söz sahibi olmuş olsalar da medyanın da çabasıyla yabancı oldukları bugün hala hissettirilmektedir.

2.3.7. Almancı/ Alamancı Olgusu

Yurtdışına göç eden Türklerin en önemli problemlerinden biri, kendi ülkeleri olan Türkiye'de de ayrımcılık yaşamalarıdır. Bu konu ile ilgili olarak yapılan çalışmalar, 1970 yılından sonra dilimize yerleşen bir Almancı olgusuna işaret etmektedir. Almancı ya da Alamancı kavramı, gündelik hayatımız için çok da olumlu bir ima değildir. Doğu ve Batı kültürü arasında kalmış çoğu Almanya'da yaşayan Türk, Türkiye'ye geldiklerinde sergiledikleri davranışlardan dolayı dışlanmaktadırlar. Gerçekleştirdiğimiz pilot çalışmadaki derinlemesine görüşmelerde edindiğimiz bulgular arasında, Almanya'daki Türklerin Almancı olgusu kapsamında kendini beğenmiş, medeniyetsiz, gösteriş meraklısı, Avrupalılaştırmış şahıslar olarak karakterize edilmeleri, bu dışlanmayı gösteren bir gerekçe olarak karşımıza çıkmıştır.

Durumun ülkemiz açısından önemi, konuyla ilgili çekilen sinema filmleri ve oynanan tiyatro oyunlarının mevcudiyetiyle de ortaya konulmuştur. Bilgesu Erenus'un 1980'lerin başında kaleme aldığı Misafir adlı tiyatro oyununda, Almanya'ya çalışmak için gitmiş bir Türk ailesinin babasının Almanya'da ağır sanayide çalıştığı, bu sebeple parmağını kaybettiği, kötü koşullar altında, ikinci sınıf vatandaş olarak memleket özlemi içinde yaşadığı, ülkesine döndüğünde ise kiralık arabasıyla ve Alman yapımı teknolojik aletleri ile köylü arkadaşlarına gösteriş yaptığı eleştirilmişti.⁴ Yeşilçam sinemasında da konuyla ilgili birçok film çekilmiştir. Konuya film ve tiyatronun dışında şarkılarda da rastlamak

4 Tiyatro oyunu 2010 yılında Adana Büyükşehir Belediyesi Tiyatro'sunda sergilenmişti.

mümkündür. Cem Karaca'nın sözlerini de kendisinin yazdığı *Almancılar* (1987) isimli şarkısında geçen “canım memleket bize Almancı diyor” cümlesi, heyecanla ülkesini ziyarete gelen gurbetçilerin burada izole edildiğini ifade etmektedir. Yine aynı şarkıda geçen şu sözlerle baktığımızda yakın dönemde özel davet ile çağırılıp işgücünden faydalandığı halde artık Almanya’da istenmeyen insan olarak görüldükleri, buna karşın Türkiye’de de Almanya’da da “yabancı” olarak nitelendirildiklerine serzenişte bulunduklarını anlıyoruz : “davulla zurnayla yola çıkmış, bandoyla karşılanmış, iş gücümüzü sattığımız, ter olup çarklara aktığımız, servete servet kattığımız, gurbet el şimdi bize dön diyor geri⁵”.

Kavrama literatür çalışmaları penceresinde baktığımızda, ilk olarak Nermin Abadan Unat'ın belirttiği Türk toplumunda “Yeni bir öge Almancılar” tanımlaması 1970’lerden itibaren hem akademik terminolojide hem de toplumsal pratiklerde dilimize yerleşmiştir. Almancı olgusu, sadece Almanya’da yaşayan Türkleri değil, Belçika, Fransa, İsviçre, İngiltere gibi Avrupa ülkelerine çalışmak için gitmiş olan bütün Türkleri kapsayan bir kavram olarak kullanılmaktadır. Türkiye’deki akademisyenler, siyasetçiler ve Avrupa’nın çeşitli ülkelerinde yaşayan Türkler ise “Avrupalı Türkler, Avro Türkler, Batı Avrupa Türkleri veya Euro-Türkler” gibi isimlendirmeler kullanmaktadırlar (Gelekçi, 2014, s.107).

Almanya’ya göç eden Türk işçilerin yaşadığı en önemli problemin Almancı/Gurbetçi/Misafir işçi veya yabancı kavramlarına dayandığı söylenebilir. Kendi ülkesinde gurbetçi/Almancı sıfatına konarak ötekileştirilirken, çalışmaya gittiği Almanya’da da yabancı etiketiyle yaşamak durumunda kalmışlardır. Bu arafta kalmışlık, kimlik problemlerine neden olmaktadır. Özellikle ikinci ve üçüncü neslin bu anlamda bir kimlik çatışması yaşadığı söylemek mümkündür. Gerçekleştirdiğimiz pilot çalışmalardan edindiğimiz sonuçlar da güncel olarak gösterdi ki, Almanya’da yabancı Türkiye’de Almancı olmanın her iki ülkede de yarattığı kimlik bunalımı bugün tüm hızıyla devam etmektedir. Pilot çalışmadaki 10 katılımcıdan biri, ‘Yabancı’, ‘Göçmen’, ‘Misafir’ kelimelerinden neredeyse nefret ettiğini belirtirken, katılımcıların tamamı ‘Almancı’ kelimesinden hiç hoşlanmadıklarını, bu kelimenin kendilerini vatansızlaştırdığını, ayrıca Almancı ifadesinin çoğu insan için para ifade ettiğini bu yüzden, kendilerine çıkar

5 Bkz. Cem Karaca ‘*Almancılar*’ <https://www.youtube.com/watch?v=Kl4Bejn56-A>

ilişkileri doğrultusunda yaklaşıldığı için aidiyet ve diğer manevi değerlere karşı yoksunluk oluşturduğunu vurgulamışlardır.

Almanya'daki gurbetçileri tanımlamak için Alamancı aile kavramı da kullanılmaktadır. Alamancı Aile yurda kesin dönüşü yapmış veya yapmamış olan, bir süre yabancı bir Avrupa ülkesinde çalışan işçilerin oluşturduğu bir aile türüdür. Alamancı Aile yörelere, oluşumunun dönemlerine göre ayrılıklar göstermekle birlikte, daha çok kırsal nitelikleri ağır basan bir kurumdur (Yasa, 1979, s. 84). Almancı veya Alamancı ailenin, geleneksel toplum yapısından ayrılan yönleri vardır.

Bilindiği gibi göçün ilk yıllarında birçok işçi, yaşam koşullarını iyileştirmek üzere Almanya'ya gitmiştir. Yine bu dönemde Türk ekonomisinin çok parlak olmadığı da açıktır. O yıllarda, gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye, Avrupa'da üretilen teknolojiye toplumun her alanına kolaylıkla yayılabilecek derecede ekonomik zenginliğe sahip değildi. 1960'larda henüz televizyon yaygınlaşmamış, radyo ise kısıtlı ölçüde vardı. 1941 ile 1950 yılları arasında Türkiye'de ortalama 50 kişiye bir radyo düşüyordu. Radyoların çoğunluğu kentlerde idi. Çoğunda elektrik olmayan köylerde ise pille çalışan transistorlu taşınabilir radyolar kullanılıyordu (Kuyucu, 2012, s. 186-199). Köylerdeki radyolar, kahvelerde olup, her evde bulunması mümkün olmayan araçlardı. Bu atmosferin içinde Avrupa'ya çalışmaya gitmiş olan, çoğunluğunu köylülerin oluşturduğu işçi grubu, Avrupa'da teknolojiyle tanışmış ve bu teknolojiyi bulunduğu, il, ilçe, köy, kasaba, kazaya taşımıştı.

Alamancı Aile'nin dış ülkelerde kaldığı ilk yıllarda kazancının oldukça önemli bir bölümünü gösterişçi nesnelere ve armağanlara yatırdığı bir gerçektir (Yasa, 1979, s. 86). Bu durum onların 'görgüsüz' yaftalamalarıyla karşılaşmalarına neden olmuştur. Elektrikli ev aletleri, radyo, sonraları video, çamaşır makinası gibi teknolojik araçları şaşkınlıkla karşılayan insanlarda gurbetçiler, aynı zamanda bir antipati uyandırmıştı. Gurbetçilerin ayırt edici diğer özelliği de evleri idi. Gelecek, bu evlerin geleneksel şehir veya köy evlerinden farklı olduğunu söylemektedir.

İki katlı, geniş bir alana yayılmış, yüksek çatılı, sağlam yapılı, büyükçe, gösterişli, odaları geniş, kemerli kapı ve pencereli, bahçeli evlerdir. Bahçeleri taş duvarlarla çevrilmiş, ağaçlandırılmıştır; bazılarında ise havuz bulunmaktadır. Sadece evin kendisi değil ev içindeki eşyalar da farklılık göstergesidir. Koltuk, sandalye, masa, radyo, televizyon, video,

buzdolabı, çamaşır makinesi, modern mutfak malzemeleri tamamen kentsel özellik kazanmıştır. Evin dış boyası ise frapan, göz alıcıdır (Gelekçi, 2014 s. 106).

Değişik giysi, tavır ve davranışları ile tanıdıklarına göre daha zengin oluşlarından kaynaklanan şımarıklık ve yukarıdan bakan tavırları (Başkurt, 2009, s. 84) da onların ‘Alamancı’ etiketinin bir diğer tanımlayıcı unsurudur.

Tezcan; Alamancı ailede değer yargıları değişikliği, çocukların Türk eğitim disiplinine direnç göstermeleri, kız-erkek ilişkilerindeki çözülme, Alman aile yapısındaki benimsenmiş disiplin azlığına dikkat çekerken, buna karşılık onlarda, yurda dönme isteği ve milliyetçilikle çağdaşlık ve milli değerler arasında kalmışlık tespit etmiştir. Yine Alamancı ailelerin, Türkiye’de birçok değişikliğe neden olduğuna işaret etmiştir. Geniş aile düzeninin çekirdekleşmesi, evlilik yapacak gençlerde başlık parasının artması, paraları çok olduğu için müteahhitlerin konutları daha pahalıya satması ve ev fiyatlarının yükselmesi, giyim kuşamın farklılaşması, kadın- erkek iletişimindeki dönüşüm, kadının toplumda daha etkin konuma gelmesi, sosyal yaşantıdan şikâyet etmek gibi dönüşümlerin Türkiye’ye girmesi de Almancılar dolayısıyla olmuştur (Tezcan, 1977).

Buradan yapabileceğimiz yegâne çıkarım, hâkim kültürün azınlık üzerindeki etkilerini geliştirmekte olan Türkiye gibi ülkeleri üzerinde ciddi şekilde yaymaları, üstelik bunu tamamen rızaya bağlı olarak yaptıklarıdır. Bir ülkeyi yenebilmek, kültürü yozlaştırmakla mümkündür. Neticede Avrupa’ya işgücü göçü ülkeye sadece döviz değil, sosyo-kültürel birçok farklılık da kazandırmıştır.

Küresel sistemin içine girmiş olmanın da tesiriyle günümüzdeki Alamancı olgusu, göçün ilk yıllarına nispeten azalmış olsa da hala bazı özelliklerinden dolayı gurbetçilerin hor görüldüğünü söyleyebiliriz. Üçüncü kuşağın iyice Alman kültürüyle haşır neşir olması, Türkiye’ye geldiğinde Türkçe bilmesine rağmen Almanca konuşması, Alman plaka lüks araçlarla hava atması, buraya oranla daha ucuz olan iletişim teknolojilerinin her daim son model olanını kullanmaları, hala kendini belli eden giyim tarzları, sürekli Almanya’yı övmeleri gibi özellikleri yine de yadırganmalarına sebep olmaktadır. Onların hem Türkiye’yi hem Almanya’yı tam olarak benimseyememelerinin bir nedeni de Türkiye’de Almanya özlemi çekerken, Almanya’da memleket hasreti lafını dillerinden düşürmemeleri, diğer bir deyişle onların yaşadığı bu diktomidir.

2.4. İslamofobi

Etno- dinsel sebepler, ötekileştirmenin sacayaklarından birini oluşturmaktadır. Batının egemenliğinde İslam dolayısıyla yapılan ayrımcılık, son yıllarda İslamofobi kisvesi

altında daha keskin biçimde yapılmaya başlamıştır. Batı'nın İslam düşmanlığı yüzyıllardır var olan bir olgu olarak, günümüzde özellikle İslam adı altından gerçekleştirilen ve 11 Eylül'le başlayan terör olaylarından beri şiddetle artarak devam etmektedir. İslamofobi bir çeşit kültürel ırkçılık olarak adlandırılmaktadır (Green, 2015, s. 39). Bir anlaşmazlık, eleştiri ya da kınama - sinsi klişeler ve kasıtlı güvensizlikler de dâhil olmak üzere -, ideolojik olarak tutumlar açısından ayrımcılık, nefret, bağnazlık ve hatta şiddeti teşvik etmek ya da haklı göstermek için kasıtlı olarak kullanılmaktadır (Allen, 2011, s. 6). İslamofobi 'den söz edilirken daha çok 'önyargı', 'ayrımcılık', 'dışlanma', 'şiddet', 'ırkçılık', 'yabancı düşmanlığı', 'Yahudi düşmanlığı' ve 'İslam düşmanlığı' gibi kavramlar kaçınılmaz olarak gündeme gelmektedir (Kırman, 2012, s. 5).

İslam düşmanlığı, İslamiyet'in ortaya çıkışından yüz yıl sonra yaygınlık kazanmasıyla birlikte başlayan bir süreci ifade eder. Mekke'nin fethinden bir asır sonra İslâm, Arabistan yarımadasının dışına çıkmış, Mısır'dan Kudüs'e, Suriye'den, Hazar Denizi'ne ve Kuzey Afrika'ya kadar yayılmış ve bu bölgelerde yaşayan çok sayıda insan İslâm'ı seçmiştir (Kalın, 2003, s. 4). Emeviler ve Abbasilerle başlayan İslam dünyasının Batıya yayılması süreci, Osmanlı Devletiyle devam etmiştir.

Endülüs Müslümanları Avrupa'da sosyal, siyasal, sanatsal ve teknik açıdan bir medeniyet inşasına girişmişlerdir. İspanya'da Müslüman varlığını yok etmek adına "Reconquista" hamlesiyle Müslümanlar üzerinde görülmedik katliamlara imza atmış ve İspanya'dan Müslümanları çıkartmışlardır (*Avrupa'da Yükselen Ayrımcılık Nefret, İslamofobi Ve Irkçılık Raporu*, 2015).

732'de gerçekleşen ve Hristiyanların 'işgalci' Müslümanları yendiği Poitiers harbi, günümüzde Avrupa tarihi açısından hâlâ en hayati savaş olarak değerlendirilmektedir (Buehler, 2014:124).

Semavi dinlerin sonuncusu olarak yeryüzüne yayılan İslam, Batı medeniyetine rakip olacak nitelikte görülmüş ve ilk anlardan itibaren bu yayılma ve olası egemenliğin önüne geçilmek için önlemler almaya gerek duyulmuştur. Haçlı seferlerinin başlangıcı, bu atmosfer içinde gerçekleşmiştir. Haçlı seferlerine asker devşirmek isteyen Kilise mensuplarının yaptığı propagandalar ile düşünce zemini Hristiyanlığa karşı tehditler ve tehlikeler üzerinde "İslamofobi" oluşturulmuştur (Aydın ve Yardım, 2008, s. 8). Haçlılar geri döndüklerinde, beraberlerinde sadece Kudüs Fatihî Selahaddin Eyyûbî efsanesini ve

ipek, kâğıt ve güzel koku gibi metaları getirmediler, aynı zamanda Müslümanların yaşamlarını, şehvetlerine düşkün ve varlıklı oldukları fikrini de Batı Avrupa'ya taşıdılar (Kalın, 2003, s. 7). Bu durum Avrupa'nın karşısına aşağı bir toplum olarak Doğu'nun getirilmesine, köktenci, yobaz, gerici Müslüman algısı oluşmasına sebep oldu. Müslümanlar ve İslam, barbar, şiddet yanlısı, medeni olmayan, Batı kültürü ve medeniyetinden daha aşağılık olan şeklinde nitelendirildi (Green, 2015, s. 40). Bu algı zaman içinde İslam korkusu, İslam düşmanlığı şeklindeki formatlara dönüştü.

İslamofobi, aslında, Hristiyan dünyanın –şimdilerde İslam'a/Müslümanlar'a yansıtılan– genel şiddet tavrına dair uzun inkâr tarihinin psikolojik tezahürüdür (Buehler, 2014:138). Skolastik dönemin baskıları, engizisyon, Ortaçağ işkenceleri, dünya savaşları ve soykırımlar (Amerikan yerlilerine yapılan soykırım, antisemitizmden yola çıkılarak Nazilerin Yahudi soykırımı) gibi aslında Batı'nın kendi karakterinde bulunan şiddetin bir tür yansıması olarak İslamofobi kavramı kullanılmaktadır.

2.4.1. İslamofobi'nin Oluşumunda Şarkiyatçılığın Yeri

Doğunun olumsuz temsili üzerine kurulu olan Şarkiyatçılık bilimi, Batı bakış açısıyla İslam'ın kötülendiği bir alan olarak uzun yıllardır İslamofobi'yi yaymaktadır. Şarkiyatçılık temelde Batı'nın Doğu üzerinden kendisini ve onları tanımlaması olarak açıklanabilir. 18. Yüzyıldan itibaren Batı'nın yeni toplum biçimi üzerinden Doğu tanımlanmaktadır. 19. yüzyıla gelindiğinde Doğu'ya, modern toplumun tanımlanmasında ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yeni dönemde seyyahların, diplomatların ve tüccarların aktardığı parçalı bilgilerin yerini uzmanların kapsamlı ve nitelikli araştırmaları almıştır (Sunar, 2011, s. 31).

Şarkiyatçılıkla ilgili en önemli eserlerden biri Edward W. Said'in Şarkiyatçılık adlı kitabıdır. Şarkiyatçılık kitabında ağırlıklı olarak Şark'ın gelişmemiş, ilkel olarak ifade edildiği, Şark toplumlarının kendi kendilerini dahi yönetmekten aciz oldukları gibi tanımlamalar ve bunların nasıl yapıldığı anlatılmıştır. Şarkiyatçılar seyahatnamelerinde, Şark çalışmalarında genellikle zorba, cahil bir halkın varlığını ortaya koymaya çalışmışlardır. Şarkiyatçılar Şark'ı tarihsel, kültürel, iktisadi olarak yeniden biçimlendirmişlerdir (Said, 2016:156, 177).

Şarkiyatçılara göre Arap ve Müslüman sadece sayısal olarak nüfus artıran, nitelikten yoksun, varlıklardır. Birlik bilincinden yoksundurlar. Seyyahların öyküleri, bilimsel raporlar ile Doğu, yeni fikirler ve metinler çerçevesinde yeniden çizilmiştir. Doğuluların

yobaz, ilkel, cinsiyetçi, cinsellik ve şehvet düşkünü olduklarını, İslam ile bağdaştırarak açıklamaktadırlar. Avrupalı Hristiyanların bilinçaltılarında İslam hak bir din değil, Arap örf ve adetleriyle (Arap monoteizmiyle) Yahudilik, Hristiyanlık ve Haniflik (İbrahimî etki) inançlarının bir araya getirilmiş eklektizminden oluşmuş sapık ve sapkın bir dindir (Özarslan, 2016, s. 197). Hristiyanlık ve Müslümanlık dünya çapında olmasına rağmen, Hristiyanlığı Batı, Müslümanlığı ise Doğu diye birbirine karşıt iki din ve uygarlık olarak düşünme eğilimi olmuştur (Mora, 2008, s. 208).

Hayal gücünün coğrafyasında, Doğu, Batı'nın tarihsel olarak ve olumsuz yönde yöneldiği politik haritanın bir parçasıdır. Oryantalizmin güçlü, klasik olması, on yedinci yüzyılın ortalarından Batı politikasının dayanışma temelini oluşturan yükselen milliyetçiliğin zorunlu bir ürünüdür. İslam bir eşitlikçi çağrı, bir asketik dünya görüşü, bir dinamik sosyal değişim algılamasına sahipti ve bu nedenle tarihi boyunca sömürgeciliğin dayattığı Batı modeline bir alternatif olmuştur. İbrahimi kökenli dinler arasındaki teolojik çatışma, ahlaksal ve ontolojik olarak yozlaşmış ilk sistematik ve global “ötekilik” sistemini doğurmuştur (Turner, 2002:21-26; Turner, 2003: 137, 138,147).

Şarkiyatçılıkla ilgili bir başka önemli eseri ele alan Onur Bilge Kula, Said'in şarkiyatçılığında felsefenin yerini eksik bulur ve bunun üzerine, Aydınlanma dönemi düşünürlerinin, Doğu ve Türk imgesi üzerine metinlerini değerlidir. Voltaire, Hegel, Kant, Engels, Leibniz, Herder, Marx ve Nietzsche'nin şarkiyatçı bakış açısını aktarır. Bu isimler, Said'in örneklerinde olduğu gibi, Doğuyu, barbarlık, yakıp yıkmak, tinsellik, cinsellik, Muhammedizm gibi başlıca unsurlarla tanımlarlar. Batıya zıtlık alternatifini oluşturan gelişmemiş Doğu ve İslam imajını yinelerler. Yazgıcılık/ Kadercilik kavramı da burada söz konusudur. Doğuluları, özellikle Arap yarımadasını, tanrıya koşulsuz itaat, gelişmemiş düşüncüler ve kadercilikle tanımlarlar. Avrupa'dan üstün akıl olarak, Doğulu ve özellikle Türklerden yanlış akıl olarak bahsederler (Kula, 2010).

2.4.2. Avrupa'da İslamofobi

İslam, genel olarak Batı'da Avrupa yaşam tarzına bir tehdit olarak algılanmakta ve bu şekilde resmedilmektedir. İslami köktencilik, Batı'daki yabancı düşmanı, ırkçı ve şiddet eğilimli davranışların kaynağı olarak algılanmıştır (Kaya, 2015, s.60). İslamofobi'nin Batı dünyasında giderek kökleşmesinde, Sovyetler Birliği'nin dağılması ve “Doğu Blok”unun çökmesi ile oluşan ortam önemli bir zemin teşkil etmiştir (Yüksel, I/2012:222). II. Dünya Savaşı sonrasında İsrail devletinin kurulması, petrolün dünya ekonomisini etkileyecek bir faktör hâline gelmesi (Yel, 2012, s.14), “İslamofobi” kelimesinin 1991

yılında yazılı basında ortaya çıkması, 1993 yılında Samuel Huntington'un İslam ile Batı arasında kaçınılmaz bir medeniyet çatışması olacağını varsayması (Buehler, 2014:129) ve tabi ki 11 Eylül olayı İslamofobi'nin salgın halinde yayılmasının sebepleri olarak gösterilebilir.

İslamofobi kelimesi, Avrupa'da ilk kez 1991 yılında İngiltere'de kullanılmasından sonra, yine İngiltere'de 1997 yılında Gordon Conway ve beraberindeki komisyonla birlikte, Runnymede Trust'un desteklediği Islamophobia: A Challenge For Us All [İslamofobi: Hepimize Karşı Bir Meydan Okuma] raporu yayımlandı. İslamofobi'nin özellikleri, tehlikeleri, anti-İslam'ın doğasının tanımlanması şeklindeki içeriklerden oluşan raporda İslamofobik söylem sekiz madde halinde sıralanmıştır:

- 1- *İslam, monolitik bir yapıdadır, statiktir ve değişime kapalıdır.*
- 2- *İslam ayrı ve öteki olarak görülür. Diğer kültürlerle ortak hedef ya da değerlere sahip değildir. Diğer kültürler bunlardan etkilenmez ve onları etkilemez.*
- 3- *İslam, Batı'dan aşağı olarak görülür. Barbar, mantıksız, ilkel ve cinsiyetçidir.*
- 4- *İslam, şiddet, saldırgan, tehdit edici, terörizmi destekleyici olarak görülür ve medeniyetler çatışmasıyla bağlıdır.*
- 5- *İslam, politik veya askeri avantaj için kullanılan politik bir ideoloji olarak görülür.*
- 6- *İslam tarafından yapılan Batı'nın eleştirileri derhal reddedilir.*
- 7- *Müslümanların ana akım toplumdaki dışlanmaları ve İslam'a karşı düşmanca, ayrımcı uygulamaları haklı çıkarmak için kullanılır.*
- 8- *Müslüman karşıtı düşmanlık doğal ve normal olarak kabul edilir (Report Of the Runnymede Trust, 1997).*

Avrupa'daki “yeni” İslamofobi'nin tarihi sıkı sıkıya göç tarihiyle bağlantılıdır. Yetmişli yılların başında göçün resmen durdurulmasından sonra devam eden göçe karşı, sadece aşırı sağ ve ırkçı çevreler tarafından cılız bir direniş söz konusudur. İlk düşmanlıklar bu çevreden gelmiştir (Canatan, 2012, s. 9).

İslamofobi, Reconquista⁶ İspanyasından beri, Yeni Dünyanın fethine atılırken dinsel Yahudi düşmanlığının “kanın saflığı” üzerine kurulu sosyal dışlama bağlamına oturtuluşu biçiminden, modern Avrupa'da uluslararası proletaryanın yeni “tehlikeli sınıflarının”

6 Endülüs döneminde, Hristiyanların Müslümanları İber yarımadasından atmaya, varlıklarını yok etmeye çalışmalarına verilen addır.

sömürgecilik sonrası çağın krizini yaşayan uluslarda ırkın adı halini alan “göç” kategorisi içinde düşünülüşü biçimine kadar uzanmaktadır (Balibar ve Wallerstein, 2000:72).

İslamofobi'nin Avrupa'da güçlenip yerleşmesinde Müslümanların kendi aralarındaki sosyal, ekonomik, siyasal, kültürel ve ideolojik bakımlardan ayrılıkları veya farklılıkları yok sayılarak homojenleştirilip köktencilik ya da fundamentalizm ile özdeşleştirilmeleri, önemli yer tutmaktadır (Yüksel, I/2012:230). Azalan Avrupa nüfusuna karşılık, çoğalan Doğulu ve Müslüman göçmenin Avrupa Kıtasını İslamileştireceklerine yönelik bir korku gündeme gelmiştir. Bu korkuyu “Eurabia” teriminde de görmek mümkündür. İtalya, Fransa ve Almanya'da ırkçılık gittikçe açığa çıkmış ve Arap ve Türk göçmenlere yönelik siyasî reaksiyon ve şiddet 1990'dan beri daha yoğun ve yaygın hale gelmiştir (Huntington, 2001:31).

2.4.3.11 Eylül'ün İslamofobi 'ye Etkisi

11 Eylül 2001'de Taliban'ın Amerika Birleşik Devletleri'nde İkiz kulelere gerçekleştirdikleri intihar saldırısı, İslamofobi açısından adeta bir dönüm noktası oldu. Afganistanlı bir terör örgütünün üyelerinin gerçekleştirdiği terör saldırısı, tüm İslam dünyasına mal edilerek, Müslümanlara yönelik ciddi bir düşmanlık ve ayrımcılığın yükselmesine, zaten hiç durulmayan Ortadoğu'nun daha da karışmasına ve buna bağlı olarak sosyo-ekonomik onlarca problemin baş göstermesine yol açtı. Şarkiyatçılıkla birlikte yüzyıllar öncesinden yaratılmaya başlanmış “öteki” Doğu ve İslam dünyası, bundan sonra daha yıkıcı sonuçlara yol açan bir “öteki” olarak uluslararası arenadaki yerini aldı. 11 Eylül 2001 saldırılarına kadar özellikle Britanya'daki Salman Rushdie hadisesiyle zaten menfi olan İslam imajı artık yerini İslamofobi olarak adlandırılan bir korkuya bıraktı (Yel, 2012, s.14).

9/11 felaket olayları ve Madrid ve Londra'da olduğu gibi Müslüman ülkelerde de devam eden saldırılar birçok olumlu gelişmeyi gizledi ve İslamofobi'nin büyümesini neredeyse katlanarak artırdı. İslam çoğu zaman radikalizm, aşırıcılık ve terörizmle anılır hale geldi (Lean, 2012, s. 16).

11 Eylül sonrasında İslâm'a karşı belirginleşen iki ana tutumdan söz etmek mümkündür. Bunlardan ilki, İslâm'ın bir kılıç dini, peygamberinin şiddet yanlısı bir insan ve Müslüman toplumların monolitik, şiddet yanlısı kimseler olarak algılandığı ortaçağ İslâm tanımlamasının yeniden su yüzüne çıkartılmış şeklidir. İkinci tutum ise İslâm'ın inatçı bir

irrasyonellik, modernlik karşıtı, sapkın, aşırı, fanatik ve geleneksel davranış ve eylem biçimleri olarak algılanma şeklidir (Kalin, 2003, s. 34).

11 Eylül 2001 sonrasında, Batılı siyasetçiler ve medya kuruluşları bilinçli bir şekilde bütün Müslümanları azınlıktaki marjinal dinî hareketlerle ilişkilendirerek, onlara yönelik tehdit edici argümanları sıklıkla gündeme getirmeye başlamışlardır (Perşembe, 2009, s. 234). Üstelik yalnızca söylemsel argümanla kalmayıp, işi Müslüman göçmenlere fiziksel şiddete yol açan eylemlere kadar vardırmışlardır.

İslam düşmanlığına, Müslümanlara yönelik hakaretlerden şiddet eylemlerine, çalışma hayatındaki ayrımcılıktan başörtüsü ve burka gibi simgesel ayrımcılığa, ibadet özgürlüğünün kısıtlanmasından camilere yönelik saldırılara, Müslümanların kurduğu okul, dernek ve vakıflara yönelik kontrollerin artırılmasından, Müslüman ülkelerden Avrupa'ya doğru olan göç hareketlerine karşı önlemler almaya kadar pek çok alanda rastlanmaktadır (*Avrupa'da İslam Düşmanlığı Ve İslamofobi*, 2017).

Müslüman göçmenlere yönelik saldırılardan bazıları şunlardır:

- 9/11 olaylarına bir tepki olarak, Avrupa Irkçılık İzleme Merkezi ve Avrupa Birliği'nde (AB) yabancı düşmanlığı (EUMC) sentez raporu; Birleşik Krallık 'ta Müslümanlara yönelik saldırılarda önemli bir artış olduğunu açıkladı (Allen, 2011, s. 14).
- 30.03.2005: Rheinsberg'de (Brandenburg) bir Türk-Kürt fast food standı bir kundaklama saldırısıyla tamamen yok edildi (*Muslims in the European Union*, 2006).
- Mart 2005 ortası: Bir Türk fast-food standı ve Bernau (Brandenburg) yakınlarındaki aşırı sağ sloganlar 20 Gamalı ile kaplandı. Ancak faillerin fast-food standını ateşe verme girişimleri başarısız oldu. (*Muslims in the European Union*, 2006).

Neticede, İslam'ın ortaya çıkmasıyla başlayan düşmanlık, 11 Eylül olayları ile beslenerek, güncel anlamda İslamofobi'yi meydana getirmiş, bu ve daha sayısız birçok örnekte sıralanabilecek Müslümanlara yönelik saldırıların temelini oluşturmuştur.

2.4.4. Türk Göçmen Kimliğinde İslam

Göç, göç eden insanlar üzerinde kimlik bunalımına sebep olur. Göçlerin yarattığı toplumsal problemlerden biri- belki de en önemlisi- din olgusudur. Göç edilen bölgedeki insanların ortak dini paylaşmamaları durumunda meydana gelen anlaşmazlıklar, şiddete varan

sonuçlar doğurabilmektedir. Avrupa’da İslam üzerine düşünceler, çağımızda İslamofobi ile anılmaktaysa da İslam’ın Avrupa ile olan ilişkileri eskilere dayanmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu’nun İslam’ın taşıyıcısı kimliği, tüm Türkler üzerinde etkili olmuştur. İslamiyet ve ırk olarak Türk birbirinin eş anlamlısı şeklinde kullanılmıştır. Etnik kökeni, ırkı fark etmeksizin, -oryantalist metinler gösterdi ki- Müslüman olan bir kimse Batı’da Türk şeklinde adlandırılıyordu. Türk sözcüğü Türkiye’de hemen hemen kullanılmaz iken, Batıda Müslüman’ın eşanlamı haline gelmiş ve Müslüman olmuş bir batılıya, olay İsfahan’da veya Fas’ta olsa bile, “Türk olmuş” denmektedir (Lewis, 1993:13). Bu durum günümüzde hala devam etmektedir. Almanya’da yaşayan bir Türk, etnik kimliğinin ötesinde dini kimliğiyle nitelenmekte, toplum içinde de çoğunlukla buna göre konumlandırılmaktadır. Pilot çalışmada, kendinden başka Türk’ün olmadığı bir iş yerinde çalışan katılımcı, Müslüman kimliğiyle yargılandığını, başı örtülü olmadığı için “zaten İslamiyet’te buna gerek yok takma” şeklinde İslamiyet’i yeniden yorumlamaya varan eleştirilerle karşılaştığını dile getirmiştir.

Almanya’ya giden göçmenler, üç kuşak olarak değerlendirilmektedir. Birinci kuşak, -resmi olarak- 1961 itibariyle çalışmak için gidenlerdir. İkinci kuşak bu işçilerin çocukları, üçüncü kuşak ise torunları olarak ifade edilmektedir. Kimlik sorunu tüm göçmenler üzerinde etkili olmuştur fakat ilk olarak Almanya’ya giden işçiler geleneklerinden, dinlerinden, kültürlerinden uzak bir yaşam içerisinde olmanın sıkıntısını ziyadesiyle yaşamışlardır. Göç, genellikle dini ve bir dereceye kadar da kültürel kimliği çok, hatta bazen lüzumundan fazla güçlendirir. Anlaşılmayan, bilinmeyen, yabana atılan bir sosyo-kültürel ortama karşı, bir çeşit psikolojik savunma olan dini kimlik, göç ile güçlenir. Almanya’da çalışan Türklerin dindar olmasalar dahi oraya gidince dindar kesildikleri bilinmektedir (Karpas, 2013, s. 85).

Bu kimlik bunalımından ilk olarak ibadethanelerle kurtulmaya çalışmışlardır. Normal şartlarda işçilerin geçici bir süre Almanya’da bulunmaları gerektiği için ibadethane kurma girişimini ilk yıllarda gerçekleştirememişlerdir. Fakat ilerleyen yıllarda, dini vecibeleri yerine getirmeleri de son derece zor olan göçmenler, en azından bu şekilde kültürlerini yeniden sağlamak amacıyla cami ve mescit kurma girişiminde bulunmuşlardır.

Camiler, Almanya’da Türkler için bir kimlik eğitim merkezi görevi yapmaktadırlar. (Başkurt, 2009, s. 85). Bunun başlıca sebebi, Türk-İslam olgularının birbiriyle eş anlamlı

olarak kullanılmaları, İslamiyet'in Türk kültürü üzerinde derin etkisi olması ve yüzyıllar içinde bir özdeşleşme sağlanmış olmasıdır.

İlk olarak, 70'li yıllarda Köln'de kurulup oradan uzun süre Federal Almanya'da hemen hemen tüm Müslüman cemaati kapsayan "İslamcı Kültür Merkezleri" Birliği ortaya çıktı. Avrupa Milli Görüş Teşkilatı bünyesinde irticai dernekleri, organizasyonları ve milli-dinsel eğilimler gösteren camileri barındırmaktadır. Bunun dışında iktidarca resmen tanınmış İslami görüşün bir temsilcisi olan DİTİB, Federal Alman Devleti, kiliseler ve kamuoyu ile temas halindedir. (Klautke, 1990, s. 478).

Kendilerini daha çok İslami kimlikle tanımlayan genç kuşak Euro-Türkler arasında ortaya çıkan yeni eğilim, ataerkil aile geleneklerinden gelen birtakım kültürel pratiklerden uzaklaşmak ve özgürleşmek için dini, entelektüel ve ruhani bir kaynak olarak görme eğilimidir (Kaya, 2015, s. 62-69). İslam, Batı Avrupa'da önemli bir sosyal, siyasal ve dinsel güç haline gelmiştir. Öyle ki, günümüzde yaklaşık olarak, Almanya'da 2.300, Hollanda'da 500, Belçika'da 3.500 ve Fransa'da 1.500 kadar cami ve mescit bulunmaktadır (Kaya, 2015, s.64). Almanya'da yaşayan yabancı Müslümanlar Türkiye'dendir. Yaklaşık olarak, Almanya'da yaşayan Müslümanların 2,5 ila 2,7 milyonu Türkiye kökenli. Almanya'da 82 milyon civarında insan yaşıyor, Müslümanlar toplam nüfusun ise yüzde 4.6 ile 5.2 arasındadır (*Federal Office for Migration and Refugees*, 2009). Türk varlığı, Hristiyan Avrupalıların "ortak düşmana" karşı birleşmelerinin ve Avrupalıların Avrupa çerçevesinde ortak bir bilinç oluşturulmasına da katkıda bulunmuştur (Akdemir, 2007, s. 132). Ciddi Türk- Müslüman nüfusu, doğal olarak anti-İslam hareketlerinden öncelikle Türklerin etkilenmesi sonucunu doğurmaktadır.

Batı'da Türk kimliği Batı medyasının tasavvurlarından oluşturulmaktadır. Tıpkı 17. 18. Yüzyıllardaki oryantalist söylemlerde olduğu gibi, asılsız suçlamalarla Türkler yargılanmakta, medya dolayısıyla olumsuz Türk imajı güçlendirilmektedir. Batı'daki Türk göçmenler özellikle son dönemlerde, artık yabancı iş gücüne ihtiyacının kalmaması ve siyasi konjonktürden kaynaklanan olumsuzluklar sebebiyle dışlanmaktadır. Bir göçmen ülkesi olmak istemeyen Almanya için camilerle başlayan süreç, onları kaçınılmaz olarak kültürlerarası bir yapıya sürüklemiştir. Her ne kadar dışlama, ötekileştirme, asimilasyon uygulamalarını bugün hala sürdürmeye çalışsalar da artık Türk-İslam öğeleri, geri dönelemeyecek düzeyde Almanya'nın bir parçası haline gelmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1. Yöntem

Bu araştırmada, Türkiye’den Almanya’ya göç etmiş olan gurbetçilerin, Almanya medyasının Türkiye’de son yıllarda yaşanan olayları aktarış biçiminden mütevellit, nasıl etkilediklerinin saptanması amaçlanmıştır. Çalışmanın ana teması etki-tepki incelemesine dayanmaktadır. Bu sebeple, karşılaştırmalı bir analiz yapma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Almanya medyasında yer alan Türkiye ve Türk konulu haberlerin sunuluş biçimlerinin Almanya’da yaşayan gurbetçimizi dolaylı veya doğrudan, hangi yönde etkilediğinin araştırıldığı bu tez çalışmasında, birden fazla araştırma yönteminden yararlanılmıştır.

Çalışmada yöntem olarak haber çözümleme tekniklerinden nicel ve nitel veri analizi kullanılmıştır. Karasar (2016), araştırmaların salt nicel ya da nitele dayanmadığını, her iki tekniğinde antropoloji ya da psikoloji çalışmaları dışında hemen tüm araştırmalarda kullanabileceğini, zira nicel verilerle yapılan çalışmaların, en azından problemin tanımlanması ile bulguların yorumlanması aşamalarında nitel verilere ihtiyaç duyulduğunu aktarmaktadır. Bu hasep ile haberlerin çözümlenmesi süreci için; içerik analizi, söylem analizi ve göstergebilimsel çözümleme yöntemleri kullanılması gerekmiştir. Almanya’daki vatandaşın görüşünü almak üzere çevrimiçi anket yapılmış, elde edilen veriler SPSS 22. sürümünden Frekans analizi (Frequencies) ve karşılaştırmalı tablo analizleri(Cross Table) kullanılarak işlenmiştir.

3.1.1. Çevrimiçi Anket

Almanya’da yaşayan gurbetçilerimizin, Almanya internet medyasında Türkiye ile ilgili yer alan haberlerden ne düzeyde etkilendiklerini anlamaya yönelik olarak www.avrupadakigurbetcimiz.com adlı internet sitesinden web tabanlı anket uygulanmıştır.

Couper, web anketlerinin geleneksel yöntemlere nispeten, araştırma sürecinde daha geniş örneklem kümesine ulaşma imkânı sunarak, araştırmacılara kolaylık sağladığını, internete erişimi olan herkesin ücretsiz katılımıyla soruları kolaylıkla cevaplamasının anket sürecini demokratikleştirdiğini, büyük ölçekli veri koleksiyonuna sadece hükümet veya büyük şirketlerin değil, diğer araştırmacılarında ulaşabileceği bir alan tanıdığını söylemektedir (Couper, 2000). İnternet üzerinden yapılan anketlerin üstünlüklerini Zanutto; hızlı cevaplanma oranına sahip olması, katılımcılara hatırlatıcılar göndermesi, cevapların veri analiz paketine veya veri tabanına indirilebilmesiyle ilişkili olarak veri işlemenin daha kolay yapılması ayrıca dinamik hata denetimi kontrolünün olması olarak tanımlar (Karakoyun ve Kavak, 2008, s. 130). Ural ve Kılıç da web anketin olumlu yönlerini şu şekilde sıralamaktadır:

Web sitelerine ya da elektronik posta adreslerine yedi gün yirmi dört saat boyunca ulaşılabilir. Kayıp verilerin oluşması anket formunda eksik doldurmayla ilgili sorularda birden çok cevabı önleyecek programlar ile önlenabilir. Sorular elektronik ortamda hazırlandığı için sorular arasındaki geçişler kontrol edilir ve düzenlenebilir, Anketör hataları olmadığından uygulamadan kaynaklanan hatalar daha azdır (Ural ve Kılıç, 2016, s. 61- 62).

Bunların yanı sıra, web anketinin olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Katılımcıların soruları cevaplamadaki istikrarsızlığı, web sitesinde yaşanabilecek teknik hatalar, internet veya elektrik kesintisi durumunda soruların yarım bırakılması durumu, sadece internet kullanıcılarına ulaşılabilmesi ve örneklem seçiminin bu anlamda hataya açık olması şeklindeki olası problemler, bu yöntemin olumsuz yönlerini oluşturmaktadır.

Bu tez çalışmasında web sitesi, WIX isimli hazır site programı üzerinden kurulmuştur. Anket sorularının web sitesi üzerinden cevaplanacak olması, yüz yüze yapılan anket çalışmaları, odak grup çalışmaları ve derinlemesine görüşmenin aksine, fazlasıyla yaygınlaşmış ve günlük aktivite haline gelmiş internet mecrasında, bireylerin kendilerini baskı altında hissetmeyerek, daha objektif cevaplar verme ihtimalinin yüksek olması

açısında da tercih edilmiştir. Ankette yer alan sorular yargısal ölçme kapsamında olduğu için sınıflama ve sıralama ölçekleri kullanılmıştır.

Ara yüz tasarımı, logo, sitenin dizaynı tarafımızdan hazırlanmıştır. WIX sitesinin hazır anket uygulamalarından ücret karşılığı anket sütunları olarak, sorular buralara yerleştirilmiştir. Mümkün olduğunca basit bir tasarımla oluşturulan sitenin Ana sayfaya anket paneline ulaşmak için işaretler yerleştirilmiştir. Sitenin renklerini turkuaz, mavi ve beyaz olarak tercih etmemiz tasarımda sadelik sağlamıştır. Site tasarımının karmaşık olmaması, görsel olarak okuyucu yormama, anlaşılır ve yönlendirici olma özellikleri kazandırmıştır.

4 panelden oluşan sitede ‘Ana sayfa’ panelinde, Almanya’ya ilk giden gurbetçilerin, o yıllara ait fotoğraflarının (telifsiz) bulunduğu bir albüm yer almaktadır. Bu albüm için aratılan yegâne fotoğraf, ilk giden gurbetçilerin tren garında Almanlar tarafından⁷ davulla karşılandıkları fotoğrafı. Almanlar, Türkiye’den gelen işçiler ne sever diye düşünmüşler, soruşturmuşlar, sonunda davuldan hoşlanacaklarına karar verip, iyi davul çalan birilerini getirtip, garlara yerleştirmişler, böylece Türk işçilere jest yapmışlardı.

Tarafımızdan, TRT’nin internete açık arşivlerinden neredeyse konuyla ilgili bütün belgeler izlenmiş, internette açık arşivlerin tamamı taranmış, Almanya’ya göç konusuyla ilgili kitaplar yazmış yazarlarla görüşülmüş, sosyal medya hesaplarından sorgulamalar yapılmıştır. Fakat bu görsele, yapılan yoğun arşiv taramalarına rağmen ulaşamamış, dolayısıyla bunun yerine başka fotoğraflar yerleştirilmiştir.

3.1.2. İçerik Analizi

İçerik çözümlemesi, iletişim araştırmaları alanında son yıllarda ilgi görmeye başlamış yeni sayılan bir çalışma yöntemidir. İletişim çalışmalarında, özellikle kitle iletişim araçlarının önemli ölçüde artması ve 1980 sonrası özel yayıncılık alanındaki gelişmeler neticesinde verilerin sayısal olarak değerlendirilmesi anlayışıyla kullanılmaya başlamıştır. Bilhassa haber çözümlemelerinde önemli bir yere sahiptir. İkinci Dünya Savaşı, iletişim araştırmalarında izler kitlenin izleme özellikleri, açık olduğu mesajlar karşısındaki tutum ve davranış değişikliklerini saptamaya yönelik araştırmalar yanında,

7 Eğer söz konusu görsel elinize geçerse aycblmz@hotmail.com adresime gönderirseniz çok mutlu olurum.

bu etkilerin nedeni olan mesajların içeriğinin nicelik ve nitelik olarak da sorgulanmasını, araştırılmasını gerektirmiştir (Aziz, 2005:3).

Nicel veriler, kişisel yargılardan bağımsız olarak var olan, ortak ölçütlerle herkesin üzerinde anlaşabildiği türden gerçekliklerdir (Karasar, 2016, s. 172). İçerik çözümlemesi literatürde nicel bir araştırma yöntemi şeklinde adlandırılmaktadır. Metin içinde kullanılan kelimelerin tekrar sayıları, fotoğrafların kullanımında ne kadar yer kapladığı, başlıklarda ve metinde hangi yazı fontlarının kullanıldığı, puntoların büyüklüğü içerik çözümlemesi dâhilindedir. İçerik analiz varsayılan aşikâr içeriğin (manifest content) anlamlandırılması çalışmasıdır. İçerik analizinin sonucu genele uygulanabilir ölçütlerde olmalıdır. İçerik analizi; alan, makale sayısı, temsil cümleler ya da anahtar kelimeler açısından, gazetenin desteğinin kapsamını belirleyebilir (Berelson, 1952, s. 135). Sistematiği ve nesnelliği ön planda tutmaktadır. İçerik analizinde metinlerin içerdiği anlamların farklı araştırmacılar tarafından aynı şekilde okunması ve yorumlanması temel ilkedir (Gökçe, 2006, s. 17,19).

İçerik çözümlemesi özünde iletişimin düzenlamsal düzeyi ile ilgilenirken, bu düzey içerisindeki değerlerin ve tutumların ifade edilme sıklıklarını ve bunlarla ilgili modelleri de ortaya çıkarabilir ve çıkarmaktadır. İçerik çözümlemesi bir kültürün tüm ileti sistemi içerisinde gömülü olan değerleri açığa çıkarır; anlamsal ayrıştırma yöntemi ise bu değerlerin okurda gerçekten yerleşip yerleşmediğini ortaya koyabilir (Fiske, 1990:177-187).

Bu durum her ne kadar nesnel verilerden oluşsa da içerik analizinde verilerin yorumlanması aşamasının sübjektif bir tarafı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu tez çalışmasında, Alman internet medyasından Bild, Zeit, Spiegel ve Taz gazetelerinden toplam 639 haber içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Haberler tek tek incelenerek anahtar sözcük veya sözcükler çıkarılarak tablolştırılmış, bu sözcük veya sözcüklerin anlamları irdelenerek, Alman basınının Türkiye ve Türkler hakkındaki genel kanaati anlaşılmıştır.

3.1.3. Söylem Çözümlemesi

Söylem analizi (discourse analysis) nitel bir çözümlemedir. Metinlerde yer alan sözcüklerin içerdiği anlamlar üzerinde durulan bu yöntem, birçok teorisyene göre ideolojik temellere sahip olduğu şeklinde karakterize edilmektedir. Hall, söylem konusunda dil ve dil kodları üzerinde durarak, her sözcüğün düz anlamının dışında yan

anlama da sahip olduğunu, bu durumda dil ve temsil konusundaki ilişkinin basit olmadığını, bu yan anlamları/kodları bilmenin sunulan şeyi anlamlandırmada önemli olduğunu ifade etmektedir (Hall,1997).

Söylem çözümlemesi metinleri ve sözcükleri bağlamından yalıtarak yürütülen bir işlem olmayıp tam tersine sözcükleri ya da metinleri geçerli güç/iktidar ilişkileri ile birlikte ele alan bir işlemdir (Kazancı, 2002, s. 81). Söylem, arzuyu yalnızca ortaya koyan (veya gizleyen) şey değildir; aynı zamanda da arzunun nesnesi olan şeydir ve zira söylem yalnızca kavgaları veya baskı sistemlerini açıklayan şey değil, ama onun için, onun vasıtasıyla mücadele edilen şey, ele geçirilmeli istenen erktir (Foucault, 1987:23-34).

Söylem çözümlemesi konusunda van Dijk eleştirel söylem analizi modeli önemli yer tutmaktadır. Eleştirel söylem analizi, eleştirel, sosyal ya da politik analizlere önemli ve özellikli katkıda bulunmaktadır. Dilin içinde yeniden üretilen söylemsel güç (domiance), eşitsizlik ve dildeki rollerin anlaşılmasını sağlamaktadır. Söylem güç ve iktidar yapıları arasındaki ilişkiyi incelemektir (Dijk, 1988, s. 250-279). Dijk'ın eleştirel söylem analizi modeli makro ve mikro düzeyde olmak üzere iki bölümden oluşmakta; söz konusu bölümler de kendi içlerinde kategorilere ayrılmaktadırlar. Dijk, makro yapı içerisinde tematik ve şematik yapı ile onların da kendi içlerinde yer alan; başlık, haber girişleri fotoğraf ile tematik yapı, ana olay ve sonuç ile artalan bilgisini şematik yapı, yani hikâyenin devamı olarak, mikro yapıda da sentaktik özellikler olan sözcük seçimi ile retoriğe göndermede bulunmaktadır (Dijk,1988). Mikro yapıda yer alan unsurlar, haberin biçiminden çok nasıl söylendiği ile ilgilenirken, eleştirel çözümleme bu noktada önem kazanmaktadır. Bu çalışmada söylem analizi, seçilen kelimelerin sayısal verilerinin yorumlanması noktasında kullanılmıştır.

3.1.4. Göstergebilimsel Çözümleme

İnsanın her türlü yazınsal, görsel, işitsel, görsel-işitsel üründe yer alan kültürel öğeler ve bunların anlamlandırma süreci göstergebilimin konusudur (Günay ve Sönmez, 2012:110). Göstergebilimsel çözümleme, bir metindeki anlamın üretilmesi ile öğelerin birbirleriyle olan ilişkileriyle ilgilenir (Sığırcı, 2016, s. 50). Göstergebilim temelde, anlamlandırma sürecini ifade eder. Bu yönüyle bilgi birikimsel ve kültürel boyutları da vardır. Bir göstergenin çağrıştırdığı kavram, trafik işaretleri, belirtiler, semboller gibi alanlarda evrensel olabilir. Fakat farklı ülkelerde farklı kültürel çağrışımlarda bulunan göstergeler

vardır. Bu göstergelerin doğru anlamlandırılabilmesi ancak o kültüre vakıf olmakla ilgilidir.

Toplum bulunan her yerde, her kullanım kendisinin göstergesine dönüşür. Toplumumuz yalnızca standartlaşmış, belli bir ölçü ve kurala bağlanmış nesneler ürettiğinden, bu nesneler ister istemez bir genel örneğin uygulamaları, bir dilin sözleri, anlam aktarıcı bir biçimin tözleridir (Barthes, 2018:49).

Göstergebilimin ortaya çıkışı, 17. yüzyıla dayanmaktadır. Göstergebilimin öncül isimleri Ch. S. Pierce ve Ferdinand De Saussure'dür. Saussure, göstergeyi, *Gösteren* ve *Gösterilen* şeklindeki iki boyutta ve dil düzeyinde incelemiştir. Pierce ise göstergeye anlamlama boyutuyla yaklaşmıştır. Ona göre evrendeki her nesne bir anlam içerir. Gösterge kavramını insanın bütün düşünce alanlarına uzandırır, dilsel olmayan göstergeleri de göstergebilimin inceleme alanına sokar (Sığırcı, 2016, s. 31). Göstergebilimde çağdaş olarak öne çıkan isimlerden biri Roland Barthes'dır. Barthes her gösterge dizesinin dil ile bağıntılı olduğunu, alt anlamlara gönderme yaptığını, yananlam ve düzanlam düzeylerinin olduğunu ifade etmektedir. Düzanlam, gerçek dünyadaki nesnenin, zihinde oluşturduğu yansımadır. Bu yansımanın sınırını ise kültür belirlemektedir. (Sığırcı, 2016, s. 74) Yanlamsal aşama ise öznel okuma sürecidir ve göstergenin yananlamı bağlama göre değişebilir. Anlama, göstergelerin anlamının, kullanılan kodun ve kanalın alıcı tarafından tanınmasına bağlıdır (Günay, 2012:29). Yanlanlamlayıcılar diye adlandıracağımız yananlam gösterenleri, düz anlam dizgesinin göstergelerinden bir araya gelmiş gösterenler ve gösterilenlerden oluşur (Barthes, 2018, s. 85).

Hedef kitle üzerinde güçlü etkiye sahip görsel ve sözel unsurları ön planıyla birlikte arka planıyla eleştirel bir gözle okumak; yüzeysel okumada gözden kaçan detayları ortaya çıkarıp anlamlandırabilmek, görsel okuryazarlık ya da medya okuryazarlığının konusunu oluşturmaktadır (Bilici ve Bilmez, 2018: 208). Bu çalışmada göstergebilim sınıflamalarından yapay gösterge türü altındaki görüntüsel göstergenin fotoğraf dalı ele alınmıştır. Roland Barthes, Ferdinand de Saussure ve Stuart Hall'ün yaklaşımları referans alınmış, ancak tümüyle göstergebilim kuramlarına bağlı kalınmamıştır.

Görüntüsel gösterge en yalın anlamıyla gerçeğin bir yansıması olarak tanımlanabilir. Bir fotoğraf karesi, söz konusu tarihte, saatte, lokasyonda gerçekleşen eylemlerin, bulunan

nesnelerin, belirtilerin somutlaştırılmış ve kaydedilmiş halidir. Tabi bu yaklaşım gösterge olarak fotoğraf karesinin düz anlamıyla tanımlamasıdır. Gerçekte, özellikle eleştirel yaklaşıma dayanan yan anlamsal boyutta, çok farklı imalar içerebilir. Barthes’a göre, düzanlamsal yapıyı işaret eden birden çok nesne ve eylem, tek bir yananlama gönderme yapıyor olabilir. Dolayısıyla incelenen fotoğraflardaki pek çok nesnenin, sadece bir anlatıma gönderme yaptığı durumlara rastlanmıştır.

Fotoğrafın açısı, nesnelerin dizimi, renkler, eylemi gerçekleştiren öznenin histerik tepkileri, giysileri, duruşu, jest-mimikleri, aksesuarlar, bölgenin doğal özellikleri, zaman dilimi vb. şeklinde sırlanabilecek birçok olgu, o fotoğraf hakkında bilgi içerir. Bu durum habercilikte kullanılan görsellerin manipüle edilmesini açıklamaya yaramaktadır. Söz konusu fotoğraftaki niyeti anlamaya yardımcı olur. Buradan o görseli yakalayan foto-muhabirinin ideolojisi, mülkiyet ilişkisi; ekonomik yargıları, kültürel değerleri, dini kavrayışları, çalıştığı kurumun bulunduğu ilçe, il, ülkenin siyasi ve toplumsal konjonktürüne varana kadar pek çok konuyu anlamlandırmada öncül oluşturur. Buradan hareketle, bir haber fotoğraf karesinin her zaman rastgele çekilmediği, amaçlı, niyetli bir sisteme hizmet etme davranışı gösterdiği anlaşılır. Çalışmada, Alman internet medyasından araştırmaya dâhil eden gazetelerde, çarpıcı görsellerin olduğu görülmüştür. Bu sebeple Bild, Zeit Spiegel ve Taz gazetelerinden 21 haber fotoğrafı, göstergebilimsel çözümleme yönteminin tekniklerinden yararlanılarak incelenmiştir.

3.2. Araştırma Soruları ve Hipotez

Bu araştırmanın hipotezleri şunlardır:

H¹ Alman medyasında son yıllarda Türkiye ve Türklerle ilgili yapılan haberler genellikle olumsuzdur.

H² Alman medyasında Türk vatandaşları ve Türkiye ile ilgili olumsuz temsil niteliğinde haberlerden dolayı Almanya’daki vatandaşlarımız yabancı düşmanlığı, İslamofobi, göçmen karşıtlığı sorunlarıyla karşı karşıyadırlar.

Bu araştırmanın temel soruları şunlardır:

1. *Medyada Türk vatandaşları nasıl temsil edilmekte ve nasıl bir “Türk imgesi” inşa edilmektedir?*

2. *Alman medyasındaki yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımlar orada yaşayan vatandaşlarımızı “nasıl” etkilemektedir?*

3. *Alman medyasının bu sorunlu yaklaşımlar ve yanlış temsilleri hakkında Avrupa’da yaşayan Türk vatandaşlarının yaygın kanaatleri nelerdir?*

4. *Temel sorun nedir, sorunun kökeninde yatan asıl sebepler nelerdir? Çözüm ne olabilir?*

3.3. Nüfus ve Örneklem

Bu tez çalışmasında birden fazla yöntem kullanılması sebebiyle, evren ve örneklem; anket çalışması ve haberlerin incelenmesi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Çalışmada öncelikle pilot inceleme yapılmıştır.

Bu aşamada gazete örnekleme belirleme Kasti Örneklem yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Yapılan literatür çalışması, 2016 yılından itibaren bozulan Alman-Türk ilişkileri ve pilot çalışmadaki katılımcıların siyasi konjonktür üzerine yaşadıkları sorunlardan hareketle, ‘Türk Anayasa Referandumu’ ve ‘Basın Özgürlüğü’ olarak iki ana başlık belirlenmiş, Alman basınında öne çıkan Bild, Spiegel, Taz ve Zeit gazetelerinden, referandum ve basın özgürlüğü ile ilgili olarak, mevcut her iki durumun yoğun şekilde basına yansıtıldığı 21 Mart- 21 Nisan ve 17 Şubat- 17 Mart 2017 tarihleri arasında yapılmış haberlerin incelenmesine karar verilmiştir. Haber incelemeleri, gazetelerin internet sitesindeki haberlerinden edinilmiştir.

İnternet gazetelerinden örneklem seçimi aşamasında şu yol izlenmiştir: Alexa 2017 verilerine göre Almanya’nın en çok tıklanan ilk iki haber sitesi *Bild*, *Spiegel* ve pilot çalışmada katılımcıların tamamının dikkati çektiği *Zeit* ve *Taz* gazetelerinin eklenmesi ile bu dört gazetede seçilmiş, toplamda 639 haber incelenmiştir.

Ankette ise kolay örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Kolay örneklem yönteminde amaç isteyen herkesin örneklem içerisine dâhil edilmesidir. Denek bulma işlemi belirlenen örneklem hacmine ulaşmaya kadar devam eder. İnternet ortamında gerçekleştirilen ve giderek yaygınlaşan anketlerde bu yöntem kullanılır (Ural ve Kılıç, s. 44). Almanya’daki Türk nüfusu evreninin 3 milyonu aşması ve bizzat Almanya’da bulunup örneklem belirleyemememiz sebebiyle, ‘erişilebilen örneklem’ ulaşabilmek amacıyla web anketi örnekleme, kolay örneklem yöntemiyle uygulanmıştır.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Sosyal Bilimler alanında en yaygın kullanılan veri toplama tekniklerinden anket, bu tez çalışması için evrenin büyüklüğü hasebiyle tercih edilmiştir. Ayrıca zamansal sınırlılıklar ve maddi yetersizlikler dolayısıyla internet anket uygulaması kullanılmıştır.

Araştırmanın diğer kısmını gazete analizleri oluşturmaktadır. Almanya’da bizzat bulunup, gazetelerin arşivlerine ulaşma imkânımızın olmaması sebebiyle internet gazete arşivleri seçilmiştir. Kaldı ki, Almanya’da gidebilseydik bile, söz konusu gazetelerin arşivlerine girip inceleme fırsatımızın olması yok denecek kadar düşük bir ihtimaldir.

Ayrıca internet gazetelerinin daha çok takip ediliyor olması bir diğer etkindir. Gazeteleri seçerken popülaritelerine ek olarak, Almanya içinde farklı ideolojileri temsil ediyor olmalarına dikkat edilmiştir. Almancaya fazlaca hâkim olmamamız, çeviri hataları yapma ihtimalimiz, örneklem kümesinin geniş olması, dolayısıyla çevirmene ayıracak bütçemizin olmaması gibi sebeplerle, gazete analizlerindeki hatayı en aza indirmek için, düz anlamları Türkçeye bire bir çevrilebilen ve yan anlamsal boyutta da Türk ve Alman kültürleri içinde denk manalara gelen kelimeler seçilmeye çalışılmış, içerik analizi yapılmıştır.

İnternet gazetelerinin seçilmesinin gerekçesi ise şu şekildedir: İnternetin son derece yaygınlaştığı, sosyal sınıf, statü fark etmeksizin hemen herkesin, her yerden (tablet, cep telefonu, bilgisayar) ulaşabileceği, ucuz, kolay erişilebilir bir enformasyon aracı olması ve kısa zamanda çok geniş kitlelere hitap edebilmesi bakımından, bu popüler mecradan yararlanılmak istenmiştir.

Bu araştırma, konusu itibariyle Almanya’ya gitmeyi gerektiriyordu. Tezin seyri boyunca Almanya’ya gitmek için pek çok girişimde bulunduk. Öncelikle, Erciyes Üniversitesi Erasmus staj programına başvurduk. Stajın gerçekleşebilmesi için Almanya’da bulunan bir basın yayın kuruluşundan davet mektubu gerekiyordu ancak Almanya’daki basın işletmeleri bu talebimizi geri çevirdi. Ardından Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Projesine başvurduk. 7 ay süren proje çalışmamız kabul edildi. Fakat Almanya vize başvurumuzu reddetti. 1 haftalık Schengen vizesi dahi alamadık. Türkiye’de kırmızı bültenle aranan insanları bile rahatlıkla vize alabilirken, milli

duygularla yola çıkılarak hazırlanan bu tez için vize talebimiz reddedildi. Bu sınırlılıklardan dolayı, internet mecrasının olanaklarından yararlandık.

3.5. Bulgular

3.5.1. İnternet Gazeteleri

Bu tez çalışması kapsamında Alman basının en dikkat çeken 4 gazetesinin internet sitesi haberleri incelenmiştir. Haberler 2017 yılı içerisinde; 21 Mart- 21 Nisan ile 17 Şubat- 17 Mart tarihleri aralığında olmak üzere iki periyotta incelemiştir. 21 Mart- 21 Nisan tarihi arasında ‘Recep Tayyip Erdoğan’ etiketiyle ‘Türk Anayasa Değişikliği Referandumuna’ ilişkin haberler; 17 Şubat- 17 Mart tarihi arasında ise ‘Deniz Yücel’ etiketiyle taranan ‘Türkiye’de Basın Özgürlüğüne’ ilişkin haberler seçilmiştir.

İnternet haberlerinde tarama yapılırken, şahıs etiketleri kullanmasının sebebi, Türkiye ile ilgili yapılan haberlerin daha çok tek bir kişi üzerinden yansıtılmasından kaynaklanmaktadır. Alman basınında Türkiye ve Türklerle ilgili pek çok haber yer alsa da seçtiğimiz dönem siyasi konjonktürle yakından ilgili olduğu için kişi adlarının ön plana çıkarıldığı tespit edilmiştir. Türk siyasi erkleri arasında en öne çıkan ismin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olması, bu etiketi kullanmanın nedenini oluşturmuştur.

Bu süreci seçmememizin sebebi ise Alman medyasında yer alan Türk ve Türkiye konulu haberlerin içeriklerinin, 15 Temmuz 2016 itibariyle Türkiye için olumsuz temsil niteliğindeki haberlere dönüşmesidir. Bu tarihten itibaren yapılan referandum seçimi ve seçim süreci, Alman medyasında gereğinden fazla konu olmuştur. Türkiye’de basın özgürlüğü konusunun Alman basınının merceği altına girmesine sebep olan konunun Türkiye’de tutuklanan *Die Welt* muhabiri Deniz Yücel olması da bu etiketi seçerek araştırmaya çerçeve oluşturmamızı sağlamıştır.

21 Mart- 21 Nisan tarihleri arasında bir aylık süreçte; Bild gazetesinin 307 haberinin 221’i, Spiegel’den 104 haberin 43’ü, Zeit’tan 84 haberin 43’ü ve Taz’dan 96 haberinin 37’si çözümlenmeye dâhil edilmiştir. 17 Şubat- 17 Mart tarihleri arasında ise; Bild ’in 186 haberinin 145’i, Spiegel’in 95 haberinin 46’sı, Zeit’in 70 haberinin 46’sı ve Taz gazetesinin 145 haberinin 62’si çözümlenmeye dâhil edilmiştir. Yapılan haberlerin toplam sayısından daha az haber seçilmesinin sebebi, köşe yazısı, yorum yazısı ve

röportajların tabiatıyla öznellik içerdiği için değerlendirmeye alınmamasıdır. Yalnızca rutin haberler çözümlemeye dâhil edilmiştir.

Haberlerin bir aylık süreçteki toplam sayısı 1000 civarındadır. Normalde özellikle dış ülkelere ait haberlerde bir ay içinde yer alacak haber sayısı, söz konusu haber her gün yapılırsa bile yazılı basında köşe yazıları dâhil ortalama 40 olabilir. Burada ise yorum, köşe yazısı ve röportaj dâhil seçilen dört gazete en az 70, en fazla 307 haber girişi yapılmıştır. Yazılı basın veya televizyon haberlerine nispeten bu oranın fazla olmasının sebebi, internetin doğasından kaynaklanmaktadır.

İnternet; anlık veri girişi, sık güncellenebilirliği, hızı şeklindeki özelliklerinden dolayı daha fazla haber yayınlayabilme kapasitesine sahiptir. Bu durum haber sayısında kayda değer bir artış meydana getirir. Bilindiği gibi, geleneksel basında gazetelerde bir gün öncesine ait haberler yer almakta, televizyon gazeteciliğinde ise en fazla haber saati içerisinde yer alan gelişmelere yer verilmekte, “son dakika”, “sıcak gelişme” şeklinde söylemlerle haber bültenine ilave edilmektedir. Ancak internet gazeteleri, istediği kadar haberi istediği anda yükleyebilme özgürlüğüne sahiptir. Bu sebeple, bir gün içerisinde, aynı konuyla ilişkili birden fazla haber yayımlayabilmektedir.

3.5.1.1. Bild. De

Bild gazetesi Almanya’nın en çok takip edilen gazetelerindendir. Alexa 2017 verilerine göre Almanya’nın en çok tıklanan ilk iki haber sitesinden biridir. Bild 1952 yılında kurulmuş tabloid bir gazetedir. Magazin ağırlıklı bir gazete olmasıyla birlikte sağ muhafazakârdır. Bild gazetesinin ön plana çıkan özelliği; genellikle kısa fakat aynı konuyla ilişkili sıklıkla haber yayımlamasıdır.

3.5.1.2. Spiegel Online

Der Spiegel, 1994 yılında kurulmuş haftalık haber dergisidir. Dergi Spiegel Online olarak internet gazetesi şeklinde yayın yapmaktadır. Almanya Sosyal Demokrat Partisi’ni (SPD) desteklemesi sebebiyle sol görünümlü bir yayın organı olarak bilinmektedir. Dergi olarak yayın hayatına başlamış olsa da internet sitesinde günlük olarak haber yayımlamaktadır.

3.5.1.3. Zeit Online

Die Zeit gazetesi de 1946 yılındaki kuruluşunda haftalık gazete idi. İnternet sitesinde ise günlük olarak haber yayınlamaktadır. Liberal çizgide bir gazetedir. Gazetenin internet

sitesinden Türkiye’den iltica etmiş Can Dündar gibi Türk kökenli yazarların köşe yazılarına yer vermektedirler.

3.5.1.4. Taz.de

Almanya’nın en yüksek tiraja sahip olan günlük gazetelerinden biridir. 1978 yılında kurulmuş olan gazete, sol çizgide yayın yapmaktadır. İnternet sitesinde haberleri hem Almanca hem de Türkçe olarak yayınlamaktadır. Sol kesimden Türk kökenli gazeteciler bu gazetede çalışmaktadırlar.

3.5.2. Referandum Haberleri Bulguları

16 Nisan 2017 tarihinde Türkiye Anayasa Değişikliği Referandumu gerçekleştirilmişti. Anayasa referandumu, bazı değişiklikleri gerektirmiştir. Bu değişiklikler genel hatlarıyla şunlardır:

- Meclisin seçim döneminin uzaması ve milletvekili sayısının 600’e çıkarılması*
- *Meclis ve cumhurbaşkanı seçiminin aynı gün olması*
- Bütçe konusunda meclisin sahip olduğu kanun teklifinde bulunma yetkisi cumhurbaşkanına verilmesi*
- Yasama ve Yürütmenin Devlet Başkanının elinde olması*
- *Cumhurbaşkanının veto yetkisi*
- *Cumhurbaşkanının bakanları ve yardımcılarını seçme yetkisi*
- *Cumhurbaşkanının milletvekili seçimlerini yenileme yetkisi*
- *Cumhurbaşkanının üst kademe yöneticileri atama yetkisi*
- *Cumhurbaşkanının görev süresinin uzaması*
- *Meclis denetleme yetkisinin Cumhurbaşkanına verilmesi*
- *Cumhurbaşkanı, yardımcılarını ve bakanları yargılamanın değişmesi*
- *Hâkimler ve Savcılar Kurulunda değişiklikler*

Ocak ayından 16 Nisan’a kadar geçen referandum sürecinin Mart ve Nisan ayında Alman medyasında sıkça yer almış olması, bu süreci incelememizin sebebini oluşturmaktadır. Zira 15 Temmuz olaylarıyla menfi olan Almanya’daki Türkiye algısı, bu dönem için yapılan haberlerle olumsuz temsilde zirve yaptığı tespit edilmiştir. Alman medyasında olumsuz Türkiye temsillerinin olduğu savımızı daha sağlıklı biçimde kanıtlayabilmek için, haber sayısının en fazla olduğu 21 Mart- 21 Nisan tarihleri seçilmiştir. 21 Mart- 21

Nisan tarihleri arasında ‘Recep Tayyip Erdoğan’ etiketiyle, Bild Spiegel, Zeit ve Taz gazetelerinin internet sitelerinden edinilen Referandum haberleri, internet gazetesindeki yer aldığı kategoriye, haber sayısına, haberlerin günlere göre dağılımına göre kategorize edilmiş, seçimle ilgili bir aylık süreçte haberlerde kullanılan söylemlerin sıklık sayıları belirlenip, söylem analizi tekniklerinden yararlanılarak incelenmiştir.

3.5.2.1. Referandum Haberlerinin Sayısı

21 Mart- 21 Nisan tarihleri arasında “Recep Tayyip Erdoğan” etiketiyle seçilen internet gazetelerine göre referandum haberlerinin sayısı aşağıdaki gibidir.

Tablo 2. Referandum Haberlerinin Sayısı

BILD	221
ZEIT	43
TAZ	37
SPIEGEL	43
TOPLAM	347

21 Mart- 21 Nisan tarihleri arasında seçilen “Recep Tayyip Erdoğan” konulu haberlerinin sayıları toplam 347’dir. Bir ay içinde yapılan haberlerin sayısı oldukça fazladır. Özellikle magazinél yönüyle ön plana çıkan Bild gazetesinin yaptığı haberler, toplam rakama ciddi etkide bulunmuştur. Söz konusu gazeteler, kimi zaman bir gün içerisinde birden fazla haber girişi gerçekleştirmişlerdir. Aşağıdaki tabloda bu rakamlar yer almaktadır.

Tablo 3. 21 Mart- 21 Nisan Arası Referandum Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı

	BILD	ZEIT	TAZ	SPIEGEL
21 Mart 2017	-	1	-	-
22 Mart 2017	6	-	1	-
23 Mart 2017	6	-	-	1
24 Mart 2017	2	1	2	-
25 Mart 2017	3	2	-	2
26 Mart 2017	5	1	1	1
27 Mart 2017	20	1	2	3
28 Mart 2017	2	-	1	-
29 Mart 2017	3	-	1	-

30 Mart 2017	2	1	-	-
31 Mart 2017	3	1	1	2
1 Nisan 2017	2	1	-	-
2 Nisan 2017	4	2	-	-
3 Nisan 2017	5	2	-	1
4 Nisan 2017	1	1	1	2
5 Nisan 2017	2	-	2	-
6 Nisan 2017	-	-	-	-
7 Nisan 2017	2	-	1	-
8 Nisan 2017	5	-	1	1
9 Nisan 2017	7	-	-	-
10 Nisan 2017	16	1	3	2
11 Nisan 2017	1	-	-	1
12 Nisan 2017	2	-	-	2
13 Nisan 2017	6	1	-	2
14 Nisan 2017	3	3	1	-
15 Nisan 2017	9	-	-	-
16 Nisan 2017	25	4	4	8
17 Nisan 2017	38	10	4	3
18 Nisan 2017	24	6	7	7
19 Nisan 2017	8	2	4	3
20 Nisan 2017	7	2	-	1
21 Nisan 2017	2	3	-	-
Toplam	221	43	37	43

Tabloda Bild gazetesinin yalnızca 21 Mart ve 6 Nisan'da haber yapmadığı, onun dışındaki tüm günlerde haber yaptığı görülmektedir. Zeit 12, Spiegel ve Taz 15 gün konuyla ilgili haber yapmamış ancak diğer günler genellikle birden fazla haber yapmıştır.

Bild'in Mart ayı içinde 27 Martta, Nisan ayı içinde 10-16-17 ve 18 Nisanda bir günde 10'dan fazla haber yaptığı bulunmuştur. Diğer gazetelerde yalnızca Zeit'in 17 Nisanda 10 haber yaptığı, genellikle bir veya iki haber girişi gerçekleştirdikleri görülmektedir. 17 Nisanda yoğun bir şekilde haber yapılmasının sebebi, Alman basının yakından ilgilendiği Türk Anayasa Referandumunun yapılmasının ertesi gününe tekabül etmesidir. 16, 17 ve 18 Nisan'da Taz, Zeit ve Spiegel'in birden fazla haber yapması, bu günlerin Alman basını için önemini göstermektedir. Özellikle Bild gazetesi, onlara göre yabancı olan bir ülkenin seçimleri için gereğinden fazla haber yapmasıyla dikkat çekmektedir.

3.5.2.3. Referandum Haberlerinin Kategorileri

Haberlerin yer aldığı kategoriler, haberin içeriğine doğrudan göndermede bulunmaktadır. Bu sebeple haberlerin yer aldığı kategoriler, Bild, Zeit, Taz ve Spiegel’in internet sitesinde yer alan sıralamaya göre tümü belirtilerek yazılmıştır. Burada kategoriler, gazetelerin internet sitesinde farklı isim ve sıralamalarla yer aldığı için sayıları farklılık göstermektedir. Fakat hepsinde ağırlıklı olarak politika kategorisinde haber yapıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. Bild İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Bild Plus	-
Haber	82
Politika	53
Ekonomi	23
Kültür	-
Spor	-
Ulusal lig	-
Yaşam	-
Danışma	-
Seyahat	-
Araba	-
Dijital	-
Oyunlar	-
Bölgesel	62
Video	-
TOPLAM	221

Bild gazetesi referandumla ilgili en çok “Haber” kategorisinde haber yapmıştır. Bunu sırasıyla; “Bölgesel”, “Politika” ve “Ekonomi” kategorileri takip etmektedir. Toplam 15 kategoriden yalnızca dördünde referandum konusuna ilişkin haber yapıldığı görülmektedir. Ekonomi kategorisinde yapılmış haberler, referandumun Türk- Alman ticari ilişkilerini içermektedir. Referandumun ithalat ve ihracata olan etkisi, bir ayda 23 kez tartışılmıştır. Bild gazetesinde ‘Bölgesel’den kastedilen, Almanya’nın Hamburg, Berlin gibi farklı şehirlerindeki muhabirlerin yaptığı haberlerdir. Bölgesel (Regio) etiketi dış haberleri kapsamamaktadır. Zaten gazetelerde neredeyse hiç dış haberler kategorisinde haber yapılmamıştır. Bu, Almanya’nın Türkiye ve Türkler söz konusu olduğunda, haberleri, sanki domestik bir konuymuş gibi lanse etmelerine, dolayısıyla

Almanya'nın kaçınılmaz bir parçası olduğunu aksettirmeleri gibi bir sonucun ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Tablo 5. Spiegel İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Politika	38
Görüş /fikir	-
Ekonomi	2
Panorama	-
Spor	2
Kültür	-
Dünya	-
Bilim	-
Seyahat	1
Toplam	43

Spiegel Online, 43 haberden 38'ini politika kategorisinde vermiştir. Spor kategorisindeki iki haber, yine Deniz Naki ve Hakan Şükür'ün söylemlerini içermektedir. 2 kez ekonomiyle ilgili haber yapan gazete, 1 kez de seyahat kategorisinde haber yapmıştır. Bu haberin içeriği Türkiye'deki siyasal konjonktürün Alman turistleri olumsuz yönde etkileyeceğini anlatıp, Türkiye'de tatil yapıp yapılmaması gerektiğinin tartışılmasından oluşmaktadır. Ekonomiyle bağlantılı olup, Türk turizmini doğrudan etkileyebilecek biçimdedir. Zaten Türkiye'deki bombalı terör saldırıları, 15 Temmuz olayları gibi gerekçelerle yabancı basın çok kez turizm konusunda bu tür haberler yapmıştı.

Tablo 6. Zeit İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Politika	38
Toplum	3
Ekonomi	-
Kültür	-
Bilmek	-
Dijital	-
Spor	1
Zeit Magazin	-
Hamburg	1
Hareketlilik	-
Oyunlar	-
Toplam	43

Zeit gazetesi, 43 haberin 38'ini politika kategorisinden vermiştir. Spor kategorisinde yer alan bir haber, Taz'da olduğu gibi terör ile bağlantısı bulunduğu iddia edilen sporcu Deniz Naki (<https://www.zeit.de/sport/2017-04/deniz-naki-tuerkei-fussball-terrorpropaganda-vorwurf>) haberi şeklindedir. *Hamburg* olarak tek bir Bölgesel kategori açılmıştır. Bununla ilgili 1 haber yapılmıştır. Toplum kategorisi ise doğrudan iç sayfa rutin haberlerine gönderme yapmaktadır. Diğer iki gazetede olduğu gibi Zeit da referandum haberlerini kendi iç haberleri gibi yansıtmıştır.

Tablo 7. Taz İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Politika	23
Ekonomi	-
Toplum	1
Kültür	-
Spor	2
Berlin	3
Hamburg	-
Bremen	-
Kuzey	1
Gerçek	-
1. Sayfa	1
2. Sayfa	2
6. Sayfa (iç kısım)	1
7. Sayfa (İç kısım)	-
Ağırlık Merkezi	1
Odak	1
Yabancı ülkeler	1
Arşiv	-
Toplam	37

Tabloda görüldüğü gibi, Taz gazetesi en çok politika kategorisinde haber yapmıştır. Yabancı ülke kategorili yalnızca bir haber bulunmaktadır. *Berlin*, *Bremen*, *Hamburg* ve *Kuzey* kategorili haberler, Bild gazetesindeki “Bölgesel” (Regio) kategorisi mantığındadır. Spor kategorisinde yapılmış 2 haberde Türkiye siyaseti ile ilgilidir. Her iki haberde referandumdan bahsedilmiş olmakla birlikte, Fetö örgütlenmesinin destekçisi sporcu Hakan Şükür’ün (<https://www.taz.de/Archiv-Suche/!5392513&s=recep%2Btayyip%2Berdo%C4%9Fan/>) Türkiye ile ilgili olumsuz

söylemleri ve terör destekçisi iddiasıyla yargılanan Deniz Naki'den (<https://www.taz.de/ArchivSuche/!5394146&s=recep%2Btayyip%2Berdo%C4%9Fan/>) bahsedilmiştir. İç sayfalarda yer alan haberler, Taz'ın günlük basılı haberlerinin internet sitesine aktarılmasından oluşmaktadır.

Bir gazetede, yabancı ülkeye dair yapılan haberlerin iç sayfalarda olması, o ülkeyle organik bir bağı bulunduğuna gönderme yapmaktadır. Örneğin Türkiye'de özellikle basılı gazetelerde, yabancı ülkelerle ilgili haberler genellikle gazetelerin arka kapağında yer almakta, ancak Türk siyasi erklerini ilgilendiren kritik bir durum, uluslararası toplantılar, yabancı liderlerle buluşması gibi doğrudan politikayı ilgilendiren durumlarda iç sayfalarda veya kapak sayfasında yer almaktadır. Fakat Alman basınında Türkiye referandumuyla ilgili haberler sık sık ve genellikle politika kategorisinde yapılmıştır. Elbette seçim döneminde Türk siyasilerin Almanya'ya gitmesi meselesinde, Alman parlamentosundan isimlerin haber aktörü olduğu haberler de olmuştur. Ancak referandum günü ve ertesi günü neredeyse saat başı haber yapılması, bu konunun onlar için ne kadar içsel olduğunu ortaya koymaktadır.

3.5.2.3. Referandum Haberlerine Dair Söylemler

Bu başlıkta, referandum konulu haberlerden seçilen anahtar sözcüklerin gazetelere göre dağılımları tablolştırılmış, sonuçlar içerik analizi yönetimiyle yorumlanmıştır. Kelimelerin her gazetede farklı tekrar sayısına sahip olması sebebiyle yüzdelik dağılımları yerine, rakamsal olarak tekrar sayılarının incelenmesi tercih edilmiştir.

Kültürüne ve yapısına tam olarak hâkim olmadığımız dillerin kelimeleri yanlış yorumlamalara sebep olabilmektedir. Özellikle deyimler gibi birden fazla anlama gönderme yapabilen kelimeleri sadece sözlük anlamıyla yorumlamaya çalışmak, yanlış anlaşılmalara yol açacağı gibi, kimi zaman diplomatik krizlere bile neden olabilmektedir. Bu tez çalışmasında ise bu tür bir sorunla karşılaşmamak için, mümkün olduğunca sözlük anlamı ile toplumsal kullanımı aynı olan ve Türkçeye de aynı veya çok benzer şekilde çevrilebilen, aynı zamanda gazetelerde sık tekrar edilen kelimeler seçilmiştir. Seçilen kelimeler ve cümleler gayet açık ve yalın düz anlamlara sahip olmakla birlikte, basit ve Türkçeye tam olarak çevrilebilir olmalarından da dolayı farklı bir anlatım taşımamaktadır.

Bir başka deyişle, ‘darbe teşebbüsü’, ‘olağanüstü hal’, ‘otoriter sistem’, ‘korku’ gibi kelimeler, hem düz anlamlarıyla hem de neyi anlatmak istedikleri hususunda Türkçe ’deki karşılıklarıyla aynı manalara gelmektedir. Çünkü çalışmada zaten kelimelerin kendileri değil, vermek istedikleri mesajlar, kullanılan kelimeler yoluyla oluşturulan propagandalar, yapılan manipülasyonlar ele alınmaktadır. Bu yüzden tam ve gerçek karşılığına ulaşılabilecek olan sözcükler seçilmiştir. Durumun sağlaması da haberlerin niteliklerinin incelenmesiyle yapılmıştır. Haberin bağlamı, kategorisi, fotoğrafı gibi diğer unsurlar, kelimenin deyimisel bir anlamı olup olmadığını, daha açık bir ifadeyle verilmek istenen mesajın Türkçeye çevrildiğinde de aynı veya benzer anlama gelip gelmediğini kavrayabilme konusunda ipuçları içermektedir. Bu çalışmada da haberin genel anlatımı, bağlamı, kategorisi, fotoğrafları, önemsenerek anahtar kelime ve sözcükler seçilmiş, aynı dönemde, aynı konulara ilişkin, Türk basınında çıkan haberlerle Alman basınında çıkan haberlerin konuları arasındaki paralellikten yararlanılarak gidişatın doğruluğu kontrol edilmiştir.

Tablo 8. Ülkenin İçinde Bulunduğu Duruma Yönelik Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Autoritären Staats	Otoriter Devlet	1	-	1	-
Autoritären System	Otoriter Sistem	1	-	-	1
Autoritären Regime	Otoriter Rejim	3	-	-	1
Ausnahmestand	Olağanüstü Hal	57	19	24	15
Todesstrafe	Ölüm Cezası	80	42	12	25
Putschversuch	Darbe Teşebbüsü	32	19	22	7

Yukarıdaki tabloda, 21 Mart- 21 Nisan tarihleri arasında, Alman basınının önde gelen gazetelerinden Bild, Zeit, Spiegel ve Taz’ın Türk Anayasa Referandumu ile ilgili yaptıkları haberlerde, Türkiye’yi nasıl tanımladıklarına dair ifadeler yer verilmiştir.

Bilindiği gibi 15 Temmuz 2016 tarihinde gerçekleşen darbe teşebbüsünden sonra, ülkede olağanüstü hal ilan edilmiş ve birkaç ay sonra seçim süreci başlamıştı. ‘Olağanüstü hal’, ‘Darbe Teşebbüsü’ ve ‘Askeri Darbe’ ifadeleri, Türkiye’nin mevcut durumunu aktarırken, Alman basınının tercih ettiği kelimelerdendir. ‘Olağanüstü Hal’ ile ‘Darbe’ kelimeleri özü bakımından dil ve konu olduğu metin bağlamında değerlendirildiğinde,

olumsuz çağrışımlar yaratmaktadır. Aynı şekilde tablodaki diğer sözcükler Almanca dilinde de olumsuzluğa işaret etmektedir. ‘Olağanüstü Hal’ ifadesinin Bild’de 57, Spiegel’da 19, Zeit’da 24, Taz’da 15 kez yinelenmesi, bu ifadenin geçtiği cümlede ‘Darbe Teşebbüsü’ söyleminin Bild, Spiegel, Zeit ve Taz’da sırasıyla; 32, 19, 22, 7 kez tekrar etmesi, Türkiye imajının zedelenmesine neden olmaktadır. Zira darbe teşebbüsünden Mart 2017’ye kadar 7 ay geçmesine rağmen, Alman basını her fırsatta bu durumu hatırlatarak, Türkiye’yi istibdat altında bir yer olarak yansıtmaktadır.

Bir diğer olumsuz imaj yaratma durumu ‘Ölüm Cezası’ ifadesinde görülmektedir. Bu ifadenin geçtiği haberlerde, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın ‘İdam Cezasını’ yeniden getirmek istediği bilgisi verilmektedir. Bu kelimeyi Bild 80, Spiegel 42, Zeit 12 ve Taz 25 kez tekrar etmiştir. İdam cezası günümüzde Avrupa ülkelerinde kabul edilemez, insan haklarına aykırı, Avrupa Birliği nosyonlarının dışında kalan bir ceza olarak görülmektedir. Avrupa’nın şiddetle karşı çıktığı bu cezayı tekrar yürürlüğe girdirmek isteyen Türkiye ‘Avrupa değerlerinden uzaklaşan, dolayısıyla bunun karşıtı olarak gericiliğe yaklaşan bir ülke oluyor’ mesajı içermektedir. Bu ifade, haberlerin ana başlığı şeklinde de kullanılmıştır. Büyük puntolarla, kırmızı renkte yazılmış ana başlıklar gericilik ve daha ileri boyutta tehlikelilik imajını güçlendirmiştir. Kırmızı rengi, renklerin dili bağlamında, tehlikeyi, ateşi, cazibeyi temsil eder. Ölüm cezası kelimesi zaten kendi başına olumsuz bir ifadeyken, kırmızı renginin kullanımıyla daha da olumsuz bir hale bürünmüştür.

‘Otoriter Devlet’, ‘Otoriter Sistem’ ve ‘Otoriter Rejim’ söylemlerinin gazetelere göre kullanımı şu şekildedir: Bild ‘Otoriter Devlet’, ‘Otoriter Sistem’ kelimelerini 1 kez ‘Otoriter Rejim’ i 3 kez tekrar etmiştir. Zeit 1 kez ‘Otoriter Devlet’ ifadesine yer vermiş, diğer ifadeleri kullanmamıştır. Taz birer kez ‘Otoriter Sistem’ ve ‘Otoriter Rejim’ ifadelerini kullanırken, Spiegel bu ifadelere hiç yer vermemiştir. Bu kelimelerin birer kez kullanılmış olması bile, Avrupalı okuyucu karşısında Türkiye temsili için çok tehlikelidir.

Otorite; yaptırma, yasak etme, emretme, itaat ettirme hakkı veya gücü, yetke (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=OTOR%C4%B0TE) demektir. Dolayısıyla demokrasinin zıttıdır. Otoriter bir rejim, devlet veya sistem, özgürlüğün ve insan haklarının kısıtlı olduğu bir yönetim biçimine gönderme yapmaktadır. Burada keyfiyet söz konusudur. Türk siyasi rejiminin otokrasi ile

içselleştirilmesi, demokratik bir toplum olan Türkiye ile çelişmektedir. Bu kanıtı olmayan ciddi bir ithamdır. Bu tür söylemler, Avrupalının gözünde gerici, dindar, tehlikeli bir Türkiye tablosu oluşmasına yol açmaktadır.

Tablo 9. Anayasa Değişikliğiyle İlgili Kullanılan Kelimeler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Umstrittenen Präsidialsystem	Tartışmalı Başkanlık Sistemi	10	3	2	2
Umstrittenen	Tartışmalı Anayasa	19	-	-	-
Verfassungsreferendms	Referandumu				
Umstrittenen Referendum	Tartışmalı Referandum	6	7	2	-
Umstritten Verfassungsänderung	Tartışmalı Anayasa Değişikliği	7	9	8	2
Umstritten Verfassungsreform	Tartışmalı Anayasa Reformu	12	-	1	-

‘Umstritten’ kelimesinin Türkçe karşılığı, ihtilaflı, tartışmalı, kavgalı şeklindedir. Alman basını referandumla ilgili kullandığı kavramların başında ‘Tartışmalı’ kelimesine yer vermiştir. Bild gazetesi tüm kavramlara yer vermiş ve en fazla tekrar eden gazete olmuştur. ‘Tartışmalı Başkanlık Sistemi’ ifadesini 10, ‘Tartışmalı Anayasa Referandumu’ ifadesini 19, ‘Tartışmalı Referandum’ ifadesini 6, ‘Tartışmalı Anayasa Değişikliği’ ifadesini 7 ve ‘Tartışmalı Anayasa Reformu’ ifadesini 12 kez kullanmıştır.

Taz gazetesi; 2’si ‘Tartışmalı Başkanlık Sistemi’, 2’si ‘Tartışmalı Anayasa Değişikliği’ ifadesi olmak üzere, sadece iki kavramı kullanarak, konuyla ilgili en az kavramı kullanmış olan gazetedir. Zeit gazetesi sadece ‘Tartışmalı Anayasa Referandumu’ ifadesine yer vermemiştir. Zeit; ‘Tartışmalı Başkanlık Sistemi’ ve ‘Tartışmalı Referandumu’ 2’şer kez, ‘Tartışmalı Anayasa Reformunu’ 1 kez ve ‘Tartışmalı Anayasa Değişikliği’ni 8 kez yinelemiştir.

Spiegel 9 tekrar sayısı ile ‘Tartışmalı Anayasa Değişikliği’ söylemiyle konuyu tanımlamıştır. ‘Tartışmalı Referandum’ ifadesini 7 kez, ‘Tartışmalı Başkanlık Sistemi’ ifadesini 3 kez tekrar ederken, diğer söylemleri tercih etmemiştir.

Farklı kelimelerle oluşturulan tanımlamalar, ortak noktada referandum konusunu anlatmaktadır. Fakat bu tanımlamaların başına yerleştirdikleri ‘Tartışmalı’ sıfatı, referanduma taraflı ve muhalif yaklaşımlar olduğunu ortaya koymak için kullanılmıştır. Tartışmalı kelimesi özü bakımında bir zıtlığı anlatmada kullanılır. Bir konunun tartışmalı olması, tarafların ortak bir görüşü paylaşmaması demektir. Demokrasiyle yönetilen bir ülkede, seçime yönelik elbette farklı görüşler olacaktır. Bu noktada, Alman basının referandumla ilgili sürekli ‘Tartışmalı’ ifadesini kullanması son derece yersizdir. Sonuçta seçim, tabiatıyla tartışma içeren bir olgudur. Ancak haberlerde kullanım amacı, Türkiye’de referandumun yapılaş şekline dair bir şaibeyi ifade etmektedir.

Tabloda, Alman internet medyasının Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ı ve Erdoğan’ın öncülüğünde başlatılan referandumu tanımlarken en sık kullandığı kelimeler yer almaktadır.

Tablo 10. Cumhurbaşkanı İle İlgili Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Autoritären/Autoritär	Otoriter	4	1	4	3
Autokratisch	Otokratik	4	1	1	-
Diktatur	Diktatörlük	16	8	6	10
Despoten	Despot	-	1	3	-
Ein-Mann Herrschaft	Tek kişilik Egemenlik	30	2	2	-
Ein-Mann-Staat	Tek Kişilik Devlet	2	1	-	-
Ein-Mann-Diktatur	Tek Kişilik Diktatörlük	-	-	-	2
Ein Mann Regime	Tek Adam Rejimi	-	3	-	-
Präsidialdiktatur	Başkanlık Diktatörlüğü	-	-	-	4
Erdogans Referendum	Erdoğan'ın Referandumu	23	20	3	1
Erdoğan's Präsidialsystem	Erdoğan'ın Başkanlık Sistemi	43	7	6	1
Erdoğan Mehr Macht Verleiht	Erdoğan’a Daha Fazla Güç Veriyor	43	5	6	3
Erdoğan Mehr Macht	Erdoğan Daha Fazla Güç	44	10	8	6
Erdoğan's Macht	Erdoğan'ın Gücü	10	3	3	2
Weitreichende Vollmachten	Geniş Kapsamlı Güçler	4	3	2	1

‘Otoriter’ kelimesini tüm gazeteler kullanmıştır. Bild ve Zeit 4, Taz 2 ve Spiegel 1 kez bu tanımlaya yer vermiştir. ‘Otokratik’ kelimesini, Bild 4, Spiegel ve Zeit 1 kez kullanmış, Taz gazetesi kullanmamıştır. Spiegel 1, Zeit 3 kez ‘Despot’ tanımlaması yaparken, Bild ve Taz da bu ifade yer almamıştır. ‘Tek Kişilik Egemenlik’ söylemini Bild 30, Spiegel ve

Zeit 2 kez kullanmıştır. ‘Tek Kişilik Devlet’ sadece Bild ve Spiegel’da sırasıyla 3 ve 1 kez tekrar etmiştir. ‘Tek Adam Rejimi’ ifadesini sadece Spiegel kullanmıştır. Spiegel bu kelimeye 3 kez yer vermiştir. ‘Tek Kişilik Diktatörlük’ ve ‘Başkanlık Diktatörlüğü’ tanımını sadece Taz kullanmıştır. Sırasıyla 2 ve 4 kez tekrar etmiştir. ‘Diktatörlük’ kavramını tüm gazeteler tekrar etmiştir. Bild’de 16, Spiegel’da 8, Zeit’da 6, Taz’da 10 kez yinelenmiştir.

Sözü geçen kelimelerin tamamı Latince kökenli olup, bir ülkenin yönetim biçimini tanımlamayı sağlamaktadır. Otoriter rejim; keyfi iktidar tasarrufuna sahip bir kişi ile bu kişinin liyakat ilkesini dikkate alma kaygısı taşımadan, ekonomik ya da psikolojik nedenlerle işbirliği yaptığı kişilerin yönetim tekeline sahip olmasıdır (Anık, 1999, s. 79). Çeşitli diyalektiklerle açıklanabilecek, derin ve tarihi çok eskilere dayanan diktatörlük ise en yalın tanımıyla, iktidarın denetimsiz, tek bir kişi tarafından kullanımı demektir. Despotizmde siyasal otoritenin etkinlik alanı üzerinde geleneksel veya yasal sınırlamaların olmadığı ve dolayısıyla hesapsız, sorumsuz ve sınırsızca kullanıldığı yönetim tarzı (<http://omer-demir.net/sosyal-bilimler-sozlugu>, 2018) anlamına gelmektedir. Tanımlamalardan da anlaşıldığı gibi bu kelimeler demokratik bir yönetim biçimine taban tabana zıttır.

Alman basını Erdoğan’ın arzuları doğrultusunda ülkenin yönetildiğini ortaya koymaya çalışmıştır. Halkoylaması sonucunda en fazla oyu alarak seçilmiş bir başkanın, yine referandum konusuyla gündeme geldiği haberlerde, despot, diktatör, otokrat şeklindeki hitapların kullanması, konunun temel mantalitesiyle çelişmektedir. Burada diktatörden kastedilen, Doğu Despotizmine yakın bir alt anlam içermektedir. ‘Ülkenin tamamını istibdat altına almış’, ‘özgürlükleri yok etmiş’, ‘siyasi rejim değişikliğine giderek tekelsel bir yönetim biçimini benimseyecek’ mesajları verilmektedir. Fakat Türkiye’de muhalefet partileri olduğu gibi, seçim kampanyaları yürütülmüş, referandum özelinde, ‘evet- hayır’a yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Üstelik Anayasa Değişikliği referandumuna verilen ‘evet’ oyu %51, ‘hayır’ oyu oranı ise %49’dur.

Sayısal olarak, evet-hayır seçeneği arasında çok küçük bir fark olduğu görülmektedir. Gerçekten despotik bir liderin mevcudiyetinde oranların bu şekilde olması pek mümkün olmazdı. Başkanlık sisteminin yapısı, Erdoğan’ın tek adam rejimi uygulamaya çalıştığı düşüncesi, Alman basınının diktatörlükle bağıntı kurmasına neden olmuş olabilir. *Tek*

Kişilik Egemenlik, Tek Kişilik Devlet, Tek Adam Rejimi, Tek Kişilik Diktatörlük ifadelerine bakıldığında bu anlam açıkça ortaya çıkmaktadır. Buradaki, sadece iktidar erki olarak Recep Tayyip Erdoğan üzerinden, onu itibarsızlaşmaya yönelik bir çaba değildir. Aynı zamanda, Türk parlamentosunu ve muhalefetini küçümsemek söz konusudur. Zira tekrar eden kelimelerde ‘Erdoğan’ın Referandumu’, ‘Erdoğan’ın Başkanlık Sistemi’ söylemleriyle referandumun bireyselleştirildiği görülmüştür.

‘Erdoğan’ın Referandumu’ ifadesini Bild, Spiegel, Zeit ve Taz, sırasıyla; 23, 20, 3 ve 1 kez, ‘Erdoğan’ın Başkanlık Sistemi’ni ise aynı gazeteler sırasıyla, 43, 7, 6 ve 1 kez tekrar etmiştir. İyelik eki kullanılarak yazılan kelimelerden çıkan sonuç, referandumun doğrudan Recep Tayyip Erdoğan’la bağdaştırılması, başka kimse yokmuş gibi sadece onun üzerinden yorumlanması şeklindedir. Haberlerde vurgulanan bir başka ifade, referandumda evet seçeneğinin seçimi kazanıp başkanlık sisteminin yürürlüğe girmesi sonucunda, seçilen başkanın anayasa üzerinde daha fazla yetkisi ve gücü olacağıdır. Fakat haber metinlerinde genel olarak başkanlık sisteminin getireceği değişiklikler, Erdoğan üzerinden anlatılmıştır. Bu konuda sık tekrar eden kelimeler şunlardır: ‘Erdoğan’a Daha Fazla Güç Veriyor’, ‘Erdoğan Daha Fazla Güç’ ‘Erdoğan’ın Gücü’, ‘Geniş Kapsamlı Güçler’. Bu kelimelerin tamamı her gazetede en az bir kez yer almıştır. Bild gazetesi, diğer kavramlarda olduğu gibi, en fazla tekrar sayısına sahip gazetedir. Onu çoktan aza doğru sırasıyla Spiegel, Zeit ve Taz takip etmiştir. ‘Erdoğan’a Daha Fazla Güç Veriyor’ tanımını Bild 43, Spiegel 15, Zeit 12, Taz 10; ‘Erdoğan Daha Fazla Güç’ tanımını Bild 44, Spiegel 10, Zeit 8, Taz 6; ‘Erdoğan’ın Gücü’ tanımını Bild 10, Spiegel ve Zeit 3, Taz 2 ve ‘Geniş Kapsamlı Güçler’ tanımını Bild 4, Spiegel 3, Zeit 2, Taz 1 kez kullanmıştır. Burada yine bir iyelik kullanımıyla, konunun bireye indirgenildiği görülmektedir.

Başkanlık sisteminde, en çok oy alarak iktidara gelen başkan kim olursa geniş kapsamlı yetkiler de onun eline geçecektir. Fakat Alman basını Başkanlık Sistemi’ni tamamen Recep Tayyip Erdoğan’la içkinleştirmiş, diğer patilerin ve liderlerin varlığını görmezden gelmiştir. Ayrıca referandumdan çıkacak evet sonucu neticesinde yürürlüğe girecek başkanlık sisteminde Erdoğan’ın başkan olacağı kesin varsayılp, sistemin detayları onun sahipliğinde tanımlanmıştır. Anaysa Değişikliği Referandumunda evet kutbunun zaferinden sonra yine bir seçim yapılacağı görmezden gelinmiş veya gelecekteki seçimde de mutlak zaferin Erdoğan’a ait olacağı öngörülmüştür. Ancak başka adaylar da olacağı bilinen bir gerçektir.

Haziran 2018’de yapılan seçimlerde, birden fazla parti kendi başkan adayını seçime sokmuştu. Bunlar arasında ciddi derecede Erdoğan’a rakip olan adaylar da vardı. Bu noktada Alman basınının Erdoğan’a karşı düşmanlığı açıkça ortaya koymanın dışında, Türk muhalefetini görmezden gelerek, bir küçümseme davranışı sergilediği sonucuna varılabilir. Haberlerde Türk muhalefet partilerine yer verseler de iktidar sahibi olmadıkları için düşman kategorisine koymamış, çok fazla da üzerinde durmamışlardır. Sadece ortak rakip olarak Tayyip Erdoğan’la ilgili bir söylem var ise muhalefet partisi üyeleri veya liderleri habere konu olabilmıştır. Sonuçta kullanılan bu ifadeler, yalnızca, siyasi bir lider olarak Recep Tayyip Erdoğan’ın şahsına yönelik ithamlar olmakla kalmayıp, Türkiye Cumhuriyet’in tüm yönetim biçimine bir atıf, buna bağlı olarak olumsuz Türkiye imajını pekiştiren bir gönderme olarak okunmuştur. Aşağıdaki tabloda, Türk yargısını itibarsızlaştıran ve toplumsal kutuplaşmayı körükleyecek düzeyde olan ifadeler görülmektedir.

Tablo 11. Seçimin Niteliğine Dair Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Einen Verstoß Gegen Türkisches Recht	Türk Hukukunun İhlali	6	2	1	1
Zweifel	Şüpheli	15	9	7	6
Fragwürdig	Kuşkulu	-	2	-	2
Wahlbetrug	Seçim Dolandırıcılığı	7	6	8	10
Verstöße	İhlal	1	8	2	7
Verstöße Gegen Das Gesetz	Yasaya Karşı İhlaller	1	1	4	2
Unregelmäßigkeiten	Usulsüzlükler	15	4	13	12
Ungleiche	Eşitsiz	-	3	3	1
Unfaire	Haksız	1	3	2	1
Manipulationen	Manipülasyonlar	3	2	2	9
Manipuliert	Manipüle	6	4	5	7
Manipulation	Manipülasyon	5	8	2	1

Bu tabloda geçen sözcükler, 16 Nisan 2017’de, referandumun yapıldığı gün ve ertesi günlerde tekrar etmiş sözcüklerdir. Türkçe ’de aynı anlama gelen iki sözcük olarak ‘Şüpheli’ ve ‘Kuşkulu’, seçimin ilk saatlerinde yapılan haberlerde kullanılmıştır. ‘Şüpheli’ sözcüğünü Bild, Spiegel, Zeit ve Taz sırasıyla; 15, 9, 7, 6 kez tekrar ederken, ‘Kuşkulu’ sözcüğünü 2’şer kez yalnızca Spiegel ve Taz kullanmıştır. Fakat sonuç

itibariyle sözcükler aynı anlama gelmekte, tekrar sayılarındaki dengesizlik anlamlı bir veri olmamaktadır. Şüpheli veya kuşkulu kelimeleri, iddia düzeyinde olduğundan, düz anlamları kesin bir yargı içermemektedir. Yan anlamsal boyutta ise seçim sonuçlarının ihtilaflı bir noktada olacağı vargısını önceden bildirmektedir. Bu ön yargısal tutumun sağlaması, diğer sözcüklerin kullanımıyla birlikte okunduğunda yapılabilir.

Seçimin niteliğini belirlemek amacıyla seçilen kelimeler, özü itibariyle çok güçlü temsillere sahiptir. ‘Türk Hukukunun İhlali’ sözcüğü açıkça ülkede adaletsiz bir seçim yapıldığını anlatmaktadır. Bu ifadeyi Bild 6, Spiegel 3, Zeit ve Taz 1 kez kullanmıştır. Sözcüğün az tekrar etmiş olması, anlamsız bir sonuç değildir. Aksine çok iddialı bir söylem olarak, son derece dikkat çekicidir. Aynı şekilde ‘Yasaya Karşı İhlaller’ ifadesi de Bild ve Spiegel’da 1, Zeit’da 4 ve Taz’da 2 kez kullanılmasına karşın güçlü bir yönlendirme ifadesidir. ‘İhlal’ kelimesini Bild 1, Spiegel 8, Zeit 2, Taz 7 kez tekrar etmiştir. ‘Eşitsiz’ kelimesine Bild gazetesi yer vermezken, Spiegel ve Zeit 3’er kez, Taz ise 1 kez kullanmıştır. ‘Haksız’ kelimesine Bild ve Taz 1’er kez, Spiegel 3 ve Zeit 2 kez yer vermiştir. Bu kelimeler rastgele seçilmemiş, ciddi yargılamalar içermektedir. Eşitsizlik, haksızlık, ihlal kelimeleri açıkça bir adaletsizliği dile getirmektedir. Dolayısıyla seçim sonuçlarının hileli olduğu ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu kelimelerin düz anlamları bile yeterince suçlayıcıdır.

Tabloda en dikkat çekici sayılar, ‘Usulsüzlükler’ ve ‘Seçim Dolandırıcılığı’ kelimelerindedir. ‘Usulsüzlükler’ kelimesini Bild 15, Spiegel 4, Zeit 13, Taz 12 kez kullanmıştır. ‘Seçim Dolandırıcılığı’ ifadesini ise; Bild 7, Spiegel 6, Zeit 8, Taz 10 kez yer vermiştir. Her iki ifadede ağır ithamlar içermektedir. Burada doğrudan seçimi kazanan tarafa yalancılık suçlaması varken, kaybeden tarafı cesaretlendirerek kargaşa oluşturma riski yaratmaktadır. Seçilen kelimeler düz anlamlarının dışında psikolojik olarak etkili olabilirler. Bunu ‘Manipülasyon’ kelimesinin tekrarı güçlendirmektedir. Manipülasyon; isteyerek bir olayı çarpıtma, yönlendirme şeklinde tanımlandığından, seçim sonuçlarının da kasti biçimde belirlendiği, gerçeği yansıtmadığına yönelik bir ima söz konusudur. ‘Manipülasyonlar’, ‘Manipüle’ ve ‘Manipülasyon’ kelimelerinin toplam tekrar sayısı, Bild ve Spiegel gazetelerinde 14, Taz gazetesinde 17 ve Zeit gazetesinde 9’dur. Bunlar seçim günü ve onu tekrar eden üç gün boyunca gazetelerdeki tekrar sayısını belirtmektedir. Seçim günü ve ertesi boyunca ‘Manipülasyon’ sözcüğünün yinelenmesi, okuyucunun zihninde hileli seçim imajını oluşturmak içindir.

Yukarıdaki kelimeler gayet açık ifadeler olup, niyetli biçimde yazıldığını göstermektedir. Doğrudan gönderme yapılan anlamı bile yeterince suçlayıcıdır. Daha detaylı okumada, Türkiye Cumhuriyeti'ne yönelik ağır ithamlar içerdiği görülebilir. Anayasal düzenin olmadığı iddia edilen Türkiye'de, gericiliğin, çağdışılığın hatta dinciliğin olduğu, bu şekilde bir ilerleme gösterilemeyeceği gibi, gittikçe üçüncü dünya ülkelerine benzediği, Avrupa Birliği'ne girmenin hayal düzeyinde kalacağı anlamları çıkarılabilir. Çünkü Batı'nın oluşturduğu nosyonlar, demokrasi, insan hak ve özgürlüğü, skolastizm karşıtlığı, ilericilik, anayasal düzen vs. ile doğrudan ilişkilidir. Yasayı ihlal eden, seçime dolandırıcılık karıştıran, -onların söylemi ile- tek adam rejimini savunan – ki bu bir anlamda monarşiyeye de gönderme yapmaktadır-, bir ülke onlara göre ancak gelişmemiş bir ülke sayılır.

Tablo 12. Seçim Sonucunun Halktaki Yankısına Yönelik Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Bevölkerung Gespaltene	Bölünmüş halk	2	2	-	1
Gespaltene Nation	Bölünmüş Millet	3	3	1	-
Gespaltenes Land	Bölünmüş Ülke	4	2	1	1
Gesellschaft Gespalten	Toplum Bölünmüş	7	2	1	3
Gezi Proteste	Gezi Protestoları	2	3	5	3
Gezi Bewegung	Gezi Hareketi	1	-	4	1
Gezi Aufstand	Gezi İsyanı	-	-	-	4
⁸ Protestaktionen	Protestolar	3	-	-	12
Protest	Protesto	15	34	22	3
Protesten	Protestolar	27	-	7	-
Repression	Baskı	7	1	1	2
Tief Spaltung	Derin yarıлма	15	1	2	2
Widerstand	Direnç	-	2	3	5
Chaos	Kaos	1	1	1	5

Yukarıdaki tabloda, gazetelerin seçimden sonra ülkenin durumuyla ilgili kullandığı söylemler yer almaktadır. Anayasa Değişikliği referandumunu %51'lik oy çoğunluğuyla kazanan evet kutbu olmuştu. 'Evet' zaferinden sonra Alman basını ağırlıklı olarak 'hayır'

8 Neticede aynı anlama gelen kelimelerin Almanca karşılıkları tabloda görüldüğü şekildedir. Haberlerde tarama yapılırken kullanılan ifadeler olduğu gibi yazılmış, böylece olası bir 'bu ifade bu şekilde kullanılmadı' şeklindeki tartışmanın önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

kampının tepkilerine yer vermiştir. Seçimin ülkeyi ikiye böldüğü, kargaşaya yol açtığı vurgulanmıştır.

Bild gazetesi her tanıma en az 2 defa yer vermiştir. Diğer kavramlarda olduğu gibi bu tabloda da en fazla tekrar sayısı Bild gazetesine aittir. Spiegel, Zeit ve Taz ise birbirine yakın sayılarda tekrar etmiştir. Konuya yaklaşım biçimlerinde seçtikleri kelimelerin tekrarları arasında anlamlı bir fark yoktur. Bu vurgulamalar, Türkiye'nin kaos içinde olduğu, ülkede huzur, güvenlik ve düzen olmadığı, daha ileri boyutta iç savaşa bile varabilecek olduğu alt anlamlarını içermektedir. Böylece tehlikeli bir Türkiye imajı yaratılmaktadır.

Seçim sonucundaki protestolar 2013 yılında gerçekleşmiş Gezi olaylarıyla bağdaştırılmıştır. Gezi Parkı olayları, ülke çapında dönemin hükümeti ile muhalifleri arasında çıkan çatışmaları hatırlatmaktadır. Dönemin Başbakan'ı Recep Tayyip Erdoğan'dı. Ak Parti'nin muhafazakâr sağ olduğu, ana muhalefet partisi CHP'nin sol görüşlü olduğu bilinmektedir. Ülkedeki iki farklı görüşün zıtlığından yararlanarak çatışma ortamının hâkim olduğu yansıtılmaktadır. Seçimlerde de buna bir çatışma olması adeta arzulanırcasına haberde Gezi İsyanı karşılaştırması yapılmıştır.

Bu benzerlikten en fazla Zeit gazetesi yararlanmıştır. 'Gezi Protestoları' ve 'Gezi Hareketi' ifadesini toplamda 9 kez tekrar etmiştir. Zeit'tan sonra Taz gazetesi de bu ifadelerle toplam 8 kez yer vermiştir. Spiegel sadece 3 kez 'Gezi Protestoları' sözcesini kullanırken, Bild bu sözceyi 2 kez kullanmış, 1 kez de 'Gezi Hareketi' kavramına yer vermiştir. Zeit gazetesi liberal bir yayın organı olarak bilinmektedir. Taz ise sol çizgide bir gazetedir. Gezi protestolarında muhalif tarafı Taz gazetesinin yüceltmesi, ideolojik bir benzerlikten kaynaklanıyor olabilir. Fakat liberal bir gazete olarak Zeit'in, çatışmanın sol muhalif tarafını desteklemesi, *Türkiye'de olacak her çatışmayı ideoloji fark etmeksizin yüceltilmesi* anlamını güçlendirmektedir. Bir başka ifadeyle, Türkiye'de gerçekleşecek bir çatışma ortamı, Alman basınının hemfikir olarak çatışmayı perçinleyecek ifadeler kullanması, kendi içindeki farklılaşmalara rağmen, Türkiye'ye ortak pencereden yaklaşım sergilediklerini göstermektedir.

Bir diğer kutuplaştırıcı söylem, 'Protesto' ifadesinde görülmektedir. Protesto kelimesi, tabloda en fazla tekrar sayısı göze çarpmaktadır. 'Protestolar' ve 'Protesto'

kelimelerine seçim günü ve ertesı günü yapılan haberlerde toplamda Bild gazetesinde 45, Spiegel'da 34, Zeit'da 29 ve Taz'da 15 kez tekrar etmiştir. Gezi Protestosu benzetmesine kıyasla, Spiegel ve Bild'in bu kelimeye daha çok yer verdiği görülmektedir. Bununla birlikte tüm gazetelerde Gezi'den daha fazla yer almıştır. Protesto kelimesi, özünde olumsuz çağrışımlar içermektedir. Dolayısıyla protesto olması, yanlış giden bir duruma karşı konulan tepkiyi anlatmak için kullanılmıştır. Burada yanlış giden durum, seçim sonuçlarının hileli, adaletsiz olduğunu belirtir.

Protesto kelimesiyle yaratılan olumsuz durumu, 'Baskı', 'Kaos' ve 'Direnç' ifadeleri desteklemektedir. 'Baskı' kelimesini Bild 7, Spiegel ve Zeit 1, Taz 2 kez kullanmıştır. 'Kaos' kelimesini Bild, Spiegel ve Zeit 1'er kez kullanırken Taz gazetesi 5 kez bu ifadeye yer vermiştir. 'Direnç' kelimesini Spiegel 2, Zeit 3, Taz 5 kez kullanırken Bild gazetesi yer vermemiştir. Alman basını bu ifadelerle, seçim sonucuna karşı halkın verdiği tepkileri ortaya koymaya çalışmıştır. Seçimin ardından ülkede bir kaos ortamı oluştuğu, insanların sonuçlara karşı direnç gösterdiği vurgulanmıştır. Baskı kelimesi ise bir dikta rejimine gönderme yapmaktadır. Burada hükümetin insanlar üzerinde yaptırım uygulayarak kazanıldığı şeklinde bir ima bulunmaktadır. 'Derin Yarılma' ifadesiyle de seçim sonucunun ülkeyi böldüğü mesajı açıkça ortaya konulmuştur. Bild 15, Spiegel 1, Zeit ve Taz 2 kez 'Derin Yarılma' ifadesini kullanmıştır. Bu ifadeye sadece metin içinde değil, başlıkta da yer vermişlerdir. Habere çarpıcı bir nitelik kazandıran ifade ile Türkiye'nin kutuplaşması net bir biçimde yansıtılmaya çalışılmıştır.

21 Mart- 21 Nisan 2017 tarihleri arasında, seçilen bir aylık periyotta, Bild, Zeit, Spiegel ve Taz gazetelerinden toplam 347 haber incelenmiştir. Haberler ağırlıklı olarak 'Politika' kategorisinde yer almıştır. Gazeteler neredeyse her gün 1 haber yapmış, seçim günü olan 16 Nisan ve takip eden 17, 18, 19 Nisan tarihlerinde her gazete birden fazla haber girişi gerçekleştirmiştir. Haberlerden seçilen anahtar kelimeler ve sözceler, 5 farklı tablo oluşturularak incelenmiştir. Alman basınından farklı ideolojilere sahip gazetelerin, Türk Anayasa Referandumu ile ilgili ortak bir vizyona sahip olduğu saptanmıştır. Seçim öncesi süreçte yapılan haberlerde, Türkiye'nin mevcut durumu, seçimin içeriği ile ilgili bilgiler, Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yönelik tanımlamalar ile seçim günü ve sonrası, seçimin niteliği ve toplumdaki yansımalarına yönelik söylemlerin yer aldığı tablolardan çıkan bulgular şu şekildedir:

- *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ihlal ediliyor.*
- *Türkiye despotik yönetim şekline eviriliyor.*
- *Türk muhalefeti işlevsel değildir.*
- *Türkiye’de halk kutuplaşmış, kargaşa ve çatışma içindedir.*
- *Türkiye gerici, muhafazakâr ve tehlikeli bir ülkedir.*

Tüm bu çıkarımları yaratan ve bizzat bunlara gönderme yapan haber söylemleri, Alman basınının manipülatif, doğruluğu kanıtlanamayan bilgilerle, Avrupalının zihninde olumsuz Türkiye imajının oluşmasına neden olmaktadır. Bu imajın sonuçları vardır. Almanya’da yaşayan Türkler başta olmak üzere, tüm Türkleri genelleyen, kavgacı, dindar, Batılı değerlerden uzak, tehlike arz eden ırk profili çizmektedir. Görünüşte uluslararası politik nedenlere dayanarak, Recep Tayyip Erdoğan antipatisi oluşturulmuş olsa da tek bir kişi üzerinden tüm Türkiye’yi ve Türkleri biçimlendiren söylemsel yapının varlığı söz konusudur. Daha açık anlatımıyla, bir tür Türkiye ve Türk insanı iticiliğine varan sonuçlar doğurabilmektedir. Bu da daha uzun vadede, ekonomik, bilimsel, siyasi, sosyolojik boyutlarda Türkiye’yi derinden etkileyecek gelişmelere sebebiyet verebilir.

3.5.3. Basın Özgürlüğü Haberlerinin Bulguları

Anayasa Referandumuyla paralel döneme denk gelen önemli bir diğer olay, Alman ‘Die Welt’ gazetesi Türkiye muhabiri, Türk- Alman vatandaşı Deniz Yücel’in tutuklanmasıdır. Deniz Yücel şu iddialarla gözaltına alınmıştır:

- *Yazılarının ayrımcı söylemler içermesi*
- *Terör örgütünü destekleme*
- *Terör propagandası yapma*
- *Halkı isyana teşvik etme*
- *Gizli verileri kötüye kullanma*

Yücel’in sözü geçen iddialarla 17 Şubat 2017 tarihinde, İstanbul’da gözaltına alınması, hem Türkiye hem de Almanya basınında geniş yankı uyandırmıştır. Alman basınının derhal gündeme taşıdığı konuya ilişkin söylemleri, hâlihazırda çeşitli yargılarla itham ettikleri Türkiye’ye karşı daha da taraflı bir tavır takınmalarına neden olmuştur. Bu defa doğrudan Türk anayasasının işleyişi keskin ifadelerle eleştirilmiş, Türk basınının baskı

altında, hükümet tekelinde olduğunu anımsatan ifadeler kullanılmıştır. Yine burada da Bild, Spiegel, Zeit ve Taz gazetelerinin internet sitelerinden edinilen haberler, internet gazetesindeki yer aldığı kategoriye, haber sayısına, haberlerin günlere göre dağılımına göre kategorize edilmiş, seçimle ilgili bir aylık süreçte haberlerde kullanılan söylemlerin frekansları belirlenip, söylem analizi tekniklerinden yararlanılarak incelenmiştir.

3.5.3.1. Basın Özgürlüğü Haberlerinin Sayısı

17 Şubat- 17 Mart tarihinde ‘Deniz Yücel’ etiketiyle seçilen internet gazetelerine göre Türkiye’de basın özgürlüğü haberlerinin sayısı aşağıdaki şekildedir.

Tablo 13. Türkiye’de Basın Özgürlüğü Haberlerinin Sayısı

BILD	145
TAZ	62
ZEIT	39
SPIEGEL	46
TOPLAM	292

Bu bölümde, seçilen 4 gazetenin toplam haber sayısı 292’dir. Yine Bild gazetesi diğer gazetelere göre en fazla haber yapan gazetedir. Bu tabloda ön plana çıkan gazete Taz’dır. Taz gazetesinde yer almış Deniz Yücel haberleri referandum haberlerinin neredeyse iki katıdır. Bunun sebebi Deniz Yücel’in eski bir Taz gazetesi çalışanı olmasından ve hala Taz’da çalışan birçok Türkiye asıllı gazetecinin bulunmasıdır.

Tablo 14. 17 Şubat- 17 Mart Arası Basın Özgürlüğü Haberlerinin Gazetelere Göre Dağılımı

	BILD	ZEIT	TAZ	SPIEGEL
17 Şubat 2017	7	1	1	2
18 Şubat 2017	7	3	1	3
19 Şubat 2017	5	-	3	1
20 Şubat 2017	2	2	2	3
21 Şubat 2017	-	-	6	-
22 Şubat 2017	-	-	1	-
23 Şubat 2017	1	1	1	-
24 Şubat 2017	3	1	-	1
25 Şubat 2017	4	-	2	1
26 Şubat 2017	-	-	1	1

27 Şubat 2017	10	4	2	2
28 Şubat 2017	21	3	4	6
1 Mart 2017	17	3	8	2
2 Mart 2017	13	3	6	4
3 Mart 2017	11	4	3	4
4 Mart 2017	3	1	3	-
5 Mart 2017	5	2	-	1
6 Mart 2017	10	1	6	4
7 Mart 2017	1	1	1	1
8 Mart 2017	4	1	3	2
9 Mart 2017	4	1	2	2
10 Mart 2017	-	1	-	1
11 Mart 2017	-	-	-	-
12 Mart 2017	4	1	-	-
13 Mart 2017	1	2	2	2
14 Mart 2017	2	-	1	-
15 Mart 2017	6	2	2	2
16 Mart 2017	2	-	1	-
17 Mart 2017	2	1	-	1
Toplam	145	39	62	46

Tabloda, 17 Şubat- 17 Mart arasındaki ‘Deniz Yücel’ haberlerinin günlük dağılımı referandum haberlerinin dağılımına göre daha yoğun olduğu görülmektedir. Buna karşılık haberlerde günlük sayı sadece Bild gazetesinde 10’un üzerine çıkmıştır. Haber yapılan günlerde haber sayısı en fazla 21 en az 1’dir. Deniz Yücel’in eskiden çalışmış olduğu Taz gazetesi referandumdaki 37 habere kıyasla, Deniz Yücel’le ilgili 62 haber yapmıştır. Taz gazetesi bir ayda 6 gün, Spiegel ve Zeit 8 gün, Bild ise 5 gün haber yapmamıştır.

3.5.3.2. Basın Özgürlüğü Haberlerinin Kategorileri

Bild, Zeit, Spiegel ve Taz gazetelerinin internet sitelerindeki kategorilerin tamamı yazılmıştır. Deniz Yücel haberlerinin, en sık hangi kategoride yer aldığı aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.

Tablo 15. Bild İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Bild Plus	-
Haber	70
Politika	35

Ekonomi	3
Kültür	1
Spor	-
Ulusal lig	-
Yaşam	-
Danışma	-
Seyahat	-
Araba	-
Dijital	-
Oyunlar	-
Bölgesel	36
Video	-
Toplam	145

Bild gazetesi, referandum haberlerine benzer şekilde, en fazla haberi ‘Haber /Aktüel’ kategorisinde yayımlamıştır. Bunu ‘Bölgesel’ kategorisi 36 haberle takip ederken, üçüncü sırada 35 haberle ‘Politika’ kategorisi gelmektedir. Referandumdaki 23 ekonomi haberine kıyasla Deniz Yücel konusunda ekonomi ile ilgili yalnızca 3 haber yayımlamıştır. ‘Kültür’ kategorisinde ise 1 haber yapıldığı görülmektedir.

Kültür konusunda her 4 gazete en az bir kez haber girişi gerçekleştirmiştir. Fakat bu, Deniz Yücel’in yer aldığı bir kültürel faaliyet değildir. *Altın Ayı Ödül Töreni*’nde Deniz Yücel’in tutuklanmasının kınanması olayı anlatılmıştır. Referandum konusundaki spor haberlerinde olduğu gibi, basın özgürlüğü konusunda kültür kategorili haberler, bağlamından koparılmış, siyasi içerikli haberler haline bürünmüştür.

Tablo 16. Spiegel İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Politika	43
Görüş /fikir	-
Ekonomi	-
Panorama	-
Spor	-
Kültür	3
Dünya	-
Bilim	-
Seyahat	-
Toplam	46

Spiegel da Zeit’la benzer bir tutum paylamıştır. Toplam 46 haberin 43 tanesinin ‘Politika’ kategorisinde yayımladığı görülmektedir. Altın Ayı ödül töreninde Deniz Yücel dayanışması haberini kültür kategorisinde 3 kez yayımlamıştır. Politika kategorisindeki baskın sayı, Spiegel’ın tutuklamaya siyasi bir olay olarak yaklaştığını çağrıştırmaktadır.

Tablolar da açıkça göstermektedir ki, Deniz Yücel konulu haberler büyük ölçüde ‘Politika’ kategorisinde yayımlanmıştır. Spiegel Online’da 46 haberden 43’ü, Zeit Online’da 39 haberden 38’i, Taz’da 62 haberden 22’si ‘Politika’ kategorisi içindedir. Bild gazetesinde en fazla haber ‘Güncel/Haber’ kategorisinde yayımlanmışken, ‘Politika’ kategorisindeki haberlerin sayısı toplam 35’dir. Taz ve Bild gazetesi, haber kategorilerinde daha çok çeşitlilik göstermiştir. Bild’in çeşitliliği magazin bir gazete olmasından kaynaklanmaktadır. Araştırma sürecinde seçilen tarihlerde, her iki araştırma örnekleminde en çok haberi Bild gazetesinin yaptığı anlaşılmıştır.

Deniz Yücel konusunda en fazla haberi yapan ikinci gazete Taz’dır. Taz gazetesi (yorumlar, köşe yazıları ve röportajlar hariç) toplam 62 haber yapmıştır. Bu rakam referandum konulu 37 haberin neredeyse iki katını teşkil etmektedir. Buradan çıkarılan sonuç, eski bir Taz gazetecisi olan Deniz Yücel konusunun, Taz gazetesi ekibince daha fazla önemsenen ve içselleştirilmiş bir konu olduğudur. Haber kategorilerinin çeşitliliği, konunun sadece politika haberi okuyucularınca bilinmesi değil, hemen her kategoriye tercih eden okur tarafından en az bir kez gösterilerek, yaygınlaştırmasını sağlamak olarak değerlendirilebilir.

Tablo 17. Zeit İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Politika	38
Toplum	-
Ekonomi	1
Kültür	-
Bilmek	-
Dijital	-
Spor	-
Zeit Magazin	-
Hamburg	-
Hareketlilik	-
Oyunlar	-
Toplam	39

Zeit Online, 17 Şubat- 17 Mart tarihleri arasında yayımladığı toplam 39 haberi sadece iki kategoride gerçekleştirmiştir. Burada yalnızca 1 haber ‘Ekonomi’ kategorisindedir. ‘Politika’ kategorisinde gerçekleştirilmiş 38 haber, meselenin Zeit muhabirleri tarafından son derece siyasi bir olay olduğunu vurgulamaktadır.

Tablo 18. Taz İnternet Sitesi Kategorileri

KATEGORİLER	HABER SAYILARI
Politika	22
Ekonomi	-
Toplum	15
Kültür	2
Spor	-
Berlin	1
Hamburg	2
Bremen	1
Kuzey	-
Gerçek	-
1.Sayfa	3
2. Sayfa	1
6. Sayfa (iç kısım)	3
7. Sayfa (İç kısım)	1
Ağırlık Merkezi	8
Odak	2
Yabancı ülkeler	-
Arşiv	1
Toplam	62

Taz gazetesi, Bild ’den sonra Deniz Yücel konusuyula ilgili en çok haber yayımlamış gazetedir. Bunun sebebi, Deniz Yücel’in Taz daha önceden bu gazetenin muhabiri olmasıdır. Konuyu 22 haberle, en fazla ‘Politika’ kategorisinde ele almıştır. ‘Toplum’ kategorisinde ise 15 haber gerçekleştirmiştir. ‘Toplum’ kategorisi, güncel olayların aktarıldığı bir kategoridir denilebilir. Burada, ülke içinde oluşan konular aktarılmaktadır. Deniz Yücel olayının Taz gazetesi için içsel bir mesele olduğu sonucu çıkmaktadır. Bundan sonra en çok ‘Ağırlık Merkezi’ kategorisinde haber yapılmıştır. Ciddi meselelerin tartışıldığı bir alan olarak karşımıza çıkan ‘Ağırlık Merkezi’nde 8 haber yayımlanmıştır. Toplam 18 kategorinin sadece 5’inde Deniz Yücel haberi bulunmamıştır. Bild gazetesi ekonomi kısmında 3 kez haber girişi gerçekleştirmiş olmasına karşın, Taz gazetesi konuyu ekonomi çerçevesinde ele almamıştır. Yine ‘Yabancı Ülkeler’

kategorisinde de yer almayarak, konu direkt Alman muhabirinin meselesi olarak iç sayfalar kategorilerinde işlenmiştir. ‘Kültür’ kategorisinde Bild’de olduğu gibi Altın Ayı ödül töreninde Deniz Yücel dayanışması konu edilmiştir. Aynı haberi Taz 2 kez yayımlamıştır.

3.5.3.3. Basın Özgürlüğü Haberlerine Dair Söylemler

Bu veriler, haberlerin niteliklerini anlamlandırmak bakımından önemli olsa da tek başına sonuca ulaşmada yeterli değildir. Araştırmada; Bild, Zeit, Spiegel ve Taz gazetelerinin internet sitelerinde yer alan, incelemeye dâhil ettiğimiz 639 haberin tamamı, 3’er kez okunarak analiz edilmiştir. Haberler her bir gazete ve her periyod için tek tek incelenerek en sık tekrar eden anahtar kelimeler ve sözceler bulunmuştur. Bu kelimeler ve kaç kez tekrar ettikleri bulunarak, haberlerin niteliği daha net biçimde ortaya konmaya çalışılmıştır. Referandum haberlerinde anahtar kelimeler ön plana çıkmış, Deniz Yücel haberlerinde ise anlamlı bir sonuca ulaşabilmek için sık tekrar eden sözceler çözümlenmiştir. Referandum haberlerindeki sözcüklerden her biri, tek başına bir anlam ifade edebiliyorken, Deniz Yücel haberlerindeki kelimeler tek başlarına anlamlı bir sonuca ulaşmayı engellemiştir. Bu yüzden genellikle tek tek kelimeler değil, sözceler incelemeye alınmıştır.

Tablo 19. Yücel’in Tutuklanmasına İlişkin Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Deutsche-Türkische Journalist Inhaftierten	Alman-Türk Gazeteci Gözaltına Alındı	3	-	-	2
Deutsche-Journalist Inhaftierten	Alman Gazeteci Gözaltına Alındı	-	5	2	-
Deutsche-Journalist Polizeigewahrsam In Der Türkei	Alman Gazeteci Türkiye’de Gözaltında	-	5	3	3
Yücel Polizeigewahrsam In Untersuchungshaft Genommen Worde	Yücel Polis Velayeti Gözaltına Alındı	13	-	-	-
Deniz Yücel in Polizeigewahrsam Untersuchungshaft Für Den Deutsch-Türkischen Journalisten	Deniz Yücel Polis Gözetiminde	4	3	-	7
Welt Journalist In Polizeigewahrsam Inhaftierten Deutsche Türkischen Journalisten	Alman-Türk Gazeteci İçin Tutuklu Yargılanma	9	1	1	1
	Welt Gazetecisi Polis Gözaltında	2	1	-	-
	Hapsedilen Alman Türk Gazeteci	6	-	-	3

Inhaftierten Welt Journalist In Der Türkei	Türkiye’de Hapsedilmiş Welt Gazetecisi	5	2	3	-
In der Türkei Inhaftierten Deutsch-Türkischen Journalisten Deniz Yücel	Alman-Türk Gazeteci Deniz Yücel, Türkiye’de Hapsedildi	-	2	2	-
Deutscher Korrespondent In Der Türkei In Polizeigewahrsam	Türkiye’de Polis Gözetiminde Alman Muhabir	7	-	-	-
Welt Korrespondent Sitzt In Der Türkei In Untersuchungshaft.	Welt Muhabiri Türkiye’de Gözaltında	2	17	3	8
Welt-Korrespondent Deniz Yücel in İstanbul In Polizeigewahrsam	Welt Muhabiri Deniz Yücel, İstanbul’da Polis Gözaltında	3	3	-	7
Welt-Korrespondent Untersuchungs Haft Inhaftierten Journalistische Deniz	Welt Muhabiri Yargılama Öncesi Gözaltı Gözaltına Alınmış Gazeteci Deniz	-	4	1	1
Inhaftierten Welt-Korrespondent	Tutuklanmış Welt Muhabiri	9	3	5	4
Welt-Korrespondent In Untersuchungshaft	Welt Muhabiri Gözaltında	11	-	1	1
Untersuchungshaft Für Den Welt-Korrespondenten	Welt Muhabiri İçin Tutuklu Yargılama	4	-	-	2
Ohne Gerichtsbeschluss Ohne Ausdrücklich	Mahkeme Emri Olmadan Kesin Olmadan	6	-	-	-
		-	3	3	1
		-	1	4	5

Tabloda yer alan ifadelerin ortak noktası Deniz Yücel’in gözaltına alınması ve tutuklama sürecinin bildirilmesidir. Fakat seçilmiş olan gazeteler, farklı sıfatlar kullanarak durumu anlatmıştır. Welt muhabiri, gazeteci Yücel, Alman-Türk gazeteci, Alman Gazeteci, polis gözaltı, tutuklama, gözaltı, hapsedilen gazeteci, Türkiye’de gözaltında, İstanbul’da gözaltında, yargılama öncesi, mahkeme emri olmadan ve kesin olmadan şeklinde sıfat ve eylemlerle farklı kombinasyonlar oluşturularak aynı konu aktarılmıştır. Toplam 18 farklı anlatımda; 4 kez Alman-Türk gazeteci, 3 kez Alman gazeteci, 8 kez Welt muhabiri, 3 kez tutuklu Deniz Yücel ifadeleri yer almıştır.

Alman gazeteci ifadesini en çok Spiegel kullanmıştır. ‘Alman gazeteci gözaltına alındı’ ve ‘Alman gazeteci Türkiye’de gözaltında’ ifadelerini 5’er kez toplam 10 kez kullanmıştır. Zeit gazetesi toplam 5, Taz 3 kez kullanmıştır. ‘Türkiye’de polis gözetiminde Alman muhabir’ ifadesini Bild 7 kez kullanırken, diğer gazetelerde bu ifade, bu kelimelerle kullanılmamıştır. Alman-Türk vatandaşı Deniz Yücel için, *Alman muhabiri* ifadesinin kullanılması, Yücel’in Alman olarak görülmesi, Alman okurun

milliyetçilik duygularının kabartması ve hatta Alman ırkçılığının kışkırtması potansiyelini barındırmaktadır.

Bir diğer söylemde Deniz Yücel'in 'Die Welt' gazetesi muhabiri olduğu ön plana çıkarılmıştır. 'Welt muhabiri Türkiye'de gözaltında' ifadesini Bild 2, Spiegel 17, Zeit 3 ve Taz 8 kez tekrar etmiştir. 'Welt muhabiri Deniz Yücel, İstanbul'da polis gözaltında' cümlecğini Bild ve Spiegel 3 kez, Taz 7 kez kullanmıştır. Bir başka ifade olan 'Türkiye'de hapsedilmiş Welt gazetecisi'ni Bild 5, Spiegel 2, Zeit 3 kez tekrar etmiştir. Bild 11 kez 'Tutuklanmış Welt muhabiri' derken Zeit ve Taz 1 kez bu söyleme yer vermiştir. Zeit ve Taz'ın birer kez, Spiegel'in 4 kez kullandığı 'Welt muhabiri yargılama öncesi gözaltı' ifadesini Bild hiç kullanmamıştır. Buna karşılık 'Welt muhabiri için tutuklu yargılama' ifadesini ise Bild 6 kez kullanırken, diğer gazetelerde yer almamıştır. 'Welt gazetecisi polis gözaltında' cümlesini Bild 2, Spiegel 1 kez kullanırken Zeit ve Taz kullanmamıştır. Benzer bir cümle olan 'Welt muhabiri gözaltında' ifadesini ise Bild 4, Taz 2 kez kullanmış, Spiegel ve Zeit kullanmamıştır. Bu ifadeler, Alman bir gazetecinin tutuklanmasına karşı, Alman basınının ortak bakış açısına sahip olduğunu göstermiştir. Welt muhabiri vurgusunun yapılması Yücel'in Almanya'ya ait bir gazetede çalıştığı için tutuklanmasının yanlış ve dahi suç kapsamında olduğu yan anlamını içermektedir. Bir Alman gazetesi muhabirine yönelik tutuklamanın, çok hatalı bir davranış olduğu imasını, haberlerin devamında tekrar eden sözcük ve sözcelerden anlamaktayız.

Zeit gazetesi 'Mahkeme emri olmadan' ve 'Kesin olmadan' sözcüklerini sırasıyla 3 ve 4 kez kullanırken, sırasıyla Spiegel 3 ve 1, Taz 1 ve 5 kez tekrar etmiştir. Bild ise her ikisini de tercih etmemiştir. Burada, *Türk polis teşkilatının başına buyruk, yargıdan bağımsız bir tutumu var* mesajı anlaşılmaktadır.

'Gözaltına alınmış gazeteci Deniz' ifadesini sırasıyla; Bild 9, Spiegel 3, Zeit 5 ve Taz 4 kez tekrar etmiştir. Bild 'Yücel polis gözaltına alındı' cümlesini 13 kez kurmuş, diğer gazeteler kurmamıştır. 'Deniz Yücel polis gözetiminde' cümlesini Bild 4, Spiegel 3 ve Taz 7 kez tekrarlamıştır. Zeit ise bu cümleye yer vermemiştir. 'Alman-Türk gazeteci gözaltına alındı' Bild'de 4, Taz'da 3 kez tekrarlanmıştır. 'Alman-Türk gazeteci için tutuklu yargılanma'yı Bild 9, diğer gazeteler 1 kez tekrarlamıştır. Bild 6 kez, Taz 3 kez 'Hapsedilen Alman Türk gazeteci' demiştir. Spiegel ve Zeit ise ikişer kez 'Alman-Türk gazeteci Deniz Yücel, Türkiye'de hapsedildi' demiştir.

Deniz Yücel'in tutuklandığı bilgisini içeren haber cümlelerini 17 Şubat 2017- 17 Mart 2017 tarihleri arasında, Bild, Spiegel, Zeit ve Taz gazeteleri sırasıyla; 85, 50, 28 ve 45 kez tekrar etmiştir. Bu sayı, Deniz Yücel'in tutuklanmasının önemini, söz konusu gazetelerin okuyucularına iyice kavratması açısından dikkate değerdir. Burada, sebebi sadece bu cümlelerle açıklanamasa bile gayet ciddi, sıradan bir tutuklamanın ötesinde bir olay olduğunu anlaşılabilir kılmak ve okurun zihnine yerleştirerek, belki de toplumu infiale sevk edebilecek bir durum yaratma noktasına ulaştırması bakımında son derece elzemdir. Zira amaç doğru noktaya ulaşmış, çeşitli gösterilerle tutuklama protesto edilmiştir.

Tablo 20. Yücel'in Tutuklanmasına Verilen Tepkiler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Abbau Des Rechtsstaats	Hukukun üstünlüğünün bozulması	6	3	2	1
Journalismus Ist Kein Verbrecher	Gazetecilik Suç Değildir	3	1	-	6
Unverhältnismäßig Hart	Orantısız Sert	5	2	4	2
Unverhältnismäßig	Orantısız	7	2	5	4
Bitter und Enttäuschend	Acı ve Hayal Kırıklığı	7	1	2	7
Solidarität	Dayanışma	13	5	2	16
Schockiert	Şok	5	1	2	-
İnakzeptabel	Kabul Edilemez	6	2	1	1

‘Acı ve hayal kırıklığı’ ifadesi bizzat Almanya Şansölyesi Angela Merkel’e aittir. Bu ifadeyi Bild, Spiegel, Zeit ve Taz sırasıyla; 7, 1, 2,7 kez tekrar etmiştir. ‘Şok’ ifadesini Bild 5, Spiegel 1, Zeit 2 kez kullanmıştır. Bild 5, Zeit 4, Taz ve Spiegel 2 kez ‘Orantısız sert’ ifadesine yer verirken, ‘Orantısız’ kelimesine Bild 7, Spiegel 2, Zeit 5 ve Taz 4 kez yer vermiştir. Bir diğer önemli tepki olan ‘Kabul edilemez’i ise Bild 6, Spiegel 2, Zeit ve Taz 1 kez kullanmıştır. Bu sözceler haber aktörünün söylemi olduğu için tırnak içinde verilmiştir. Fakat 1’den fazla tekrar etmesi, her halükarda durumun daha da dramatik hale gelmesine neden olmuştur. ‘Hukukun üstünlüğünün bozulması’ söylemi de tırnak içinde verilmiş olmasına rağmen, haber başlığı şeklinde kullanılmasına da bağlı olarak, bu sözcü ile Türk hukukuna doğrudan bir eleştiri getirildiği açıktır. Bild gazetesi 6, Spiegel 3, Zeit 2 ve Taz 1 kez bu ifadeye yer vermiştir.

‘Dayanışma’ kelimesi, Bild, Spiegel, Zeit ve Taz gazetelerinde -tablodaki sıralamasıyla- 13, 5, 2 ve 16 kez kullanılmıştır. Bu kelime, *bir topluluğu oluşturanların duygu, düşünce ve ortak çıkarlarda birbirlerine karşılıklı bağlanması, tesanüt* (http://www.tdk.gov.tr/index.php?arama=gts&option=com_gts&kelime=siyasal+dayan%C4%B1%C5%9Fma) anlamına gelmektedir. Göstergebilimsel anlayışta zıtlıklar kelimelerin gerçek anlamlarını ortaya koymaya açısından gerekli görülür. Anlamlandırmanın en küçük birimi olan gösterge, gizli bir biçimde, içinde zıttını, anlamlı bir yapıyı iyice ve açıkça belirtmemize olanak sağlayan karşıtını gizler (Sığircı, 2016, s. 95,96). Bir yerde dayanışmanın olması, ortak bir düşman karşısında olmayı gerektirmektedir. Bu noktada Alman basını, kendilerinin saydıkları gazeteciyi müdafaa ederken, Türklerin yaptığı tutuklama davranışının yanlışlığını vurgulamaktadırlar. Buradaki dayanışma ifadesi iki ülke arasında bir karşıtlığa yol açmaktadır.

Analiz kapsamında, genellikle sayısal ortalaması Bild ve Spiegel’den daha az olan Taz gazetesi, ‘Dayanışma’ ifadesini en çok kullanan gazete olmuştur. Taz’ın bu tutumu, Deniz Yücel’in önceden bu gazetede çalışmış olmasından kaynaklanmaktadır. Farklı ideolojik eğilimlere sahip seçilen dört gazete, söz konusu haberler Türkiye ile ilgili olduğunda ortak görüşü paylaşırsa da Taz gazetesi için Deniz Yücel olayı daha içkindir. ‘Gazetecilik suç değildir’ ifadesini Taz’ın haber başlığında da kullanarak 6 kez tekrar etmiş olması, gazetecilik ve Deniz Yücel konusundaki hassasiyetini ifade etme açısından önemlidir. Bu ifadeyi Zeit hiç kullanmamışken, Spiegel 1 kez, Bild ise 3 kez kullanmıştır.

Tablo 21. Deniz Yücel’in Serbest Bırakılmasına İlişkin Taleplerin Sıklıkları

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Gefordert Freilassung von Yücel	Yücel’in Serbest Bırakılması İçin Talep	8	3	2	2
Fordert Freilassung von Yücel	Yücel’in Serbest Bırakılması İçin Çağrılar	16	8	10	19
Freiheit Für Deniz	Deniz İçin Özgürlük	4	4	6	7
Freilassung von Yücel	Yücel’in Serbest Bırakılması	23	16	6	8

Taz gazetesinin ‘Yücel’in serbest bırakılması için çağrılar’ cümlesini 19 kez ile diğer gazetelerden daha fazla tekrar etmiş olması, bu olay karşısındaki hassasiyetini ortaya koymaktadır. Bild 16, Spiegel 8 ve Zeit 10 kez bu çağrıyı habere konu etmiştir. ‘Yücel’in

serbest bırakılması için talep’ ifadesini Bild 8, Spiegel 3, Taz ve Zeit 2 kez kullanmıştır. ‘Yücel’in serbest bırakılması’ cümlesi tabloda en sık kullanılan ifadeyi göstermektedir. Bunu Bild 23, Spiegel 16, Zeit 6, Taz 8 kez tekrar etmiştir. ‘Deniz için özgürlük’ ise Bild ve Spiegel’da 4, Zeit’da 6, Taz’da 7 kez kullanmıştır.

Türkiye’de terör örgütü üyeliği, terör propagandası yapmak, halka isyana teşvik etmek ve gizli verinin kötüye kullanılması iddialarıyla gözaltına alınan bir gazeteci için, Alman basınında serbest bırakılması üzerine astronomik bir çaba gösterilmesi şaşırtıcıdır. Durumun iddia seviyesinde olması, elbette tutuklama süresinin fazlalığını ve tutuklu yargılamayı meşru kılmamaktadır. Ancak olağanüstü hal durumu, yargılama sürecinin bu şekilde işlemesine neden olmuştur. Yine de toplumsal huzur ve düzenin tehdidi olan terör kelimesinin iddia seviyesinde olması bile, söz konusu ülkenin (burada Türkiye) o şahsı soruşturmasını zorunlu kılmaktadır. Bu yasal süreci iyi bilen Almanya’nın, tutuklanır tutuklanmaz Deniz Yücel konusuna tepki göstermesi, serbest bırakılması için çaba harcaması bir çelişki oluşturmaktadır. Sıklıkla tekrar edilen ‘serbest bırakma’ ve ‘özgürlük’ kelimeleri, Almanya’nın Yücel’in masumiyetine ziyadesiyle inandığının bir göstergesidir. Fakat kesin kanıtlar olmadığı durumda yargılama süreci için bu denli propagandist bir yaklaşım olması, Türkiye ile Almanya arasındaki ilişkileri zorlayacak derecede Yücel’e önem verilmesi, açıkça Türkiye’ye siyasi bir mesaj verme çabasıdır. Bu bir sonraki tabloda daha net biçimde açıklanmıştır.

Tablo 22. Yargılamaya Yönelik Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Fordert Rechtsstaatlicher	Hukukun Üstünlüğü Çağrısı	4	1	1	-
Fordert faire Verfahren	Adil Yargılanma İçin Çağrılar	1	3	-	1
Faires Verfahren	Adil Prosedür	5	4	5	3
Faire Behandlung	Adil Muamele	1	1	4	1
Faire und Rechtsstaatliches Behandlung	Adil ve Anayasal Muamele	3	4	2	6
Rechtsstaatliche Regeln	Hukukun Üstünlüğüne Uymak ve	6	1	4	-
Einzuhalte Sowie Fairness	Adaletle Uyum Sağlamak				
Einzuhalten.					

Tablo 22’de, Deniz Yücel’in yargılanma süreci ile ilgili gazetelerin kullandığı sözceler ve gazetelere göre kullanım sıklıkları verilmiştir. ‘Adil prosedür’, ‘Adil muamele’, ‘Adil ve anayasal muamele’ sözceleri her gazetede en az bir en çok 6 kez tekrar etmiştir. ‘Hukukun üstünlüğü çağrısı’nı Taz hiç kullanmamıştır. Zeit ve Spiegel’ın 1 kez kullandığı ifadeyi Bild 4 kez tekrar etmiştir. ‘Adil yargılanma için çağrılar’ ifadesini Bild ve Taz 1 kez, Spiegel 3 kez kullanmıştır.

Hukukun üstünlüğü ile ilgili kurulmuş 2 cümle Taz gazetesinde tercih edilmemiştir. 6 tekrar ile Taz en çok ‘Adil ve anayasal muamele’ cümlesine yer vermiştir. Zeit 5 tekrar sayısıyla en çok ‘Adil prosedür’ ifadesini kullanırken, Spiegel’in en fazla yer verdiği iki cümle ise 4’er tekrar sayısıyla ‘Adil ve anayasal muamele’ ve ‘Adil prosedür’dür. Fakat genel itibariyle değerlendirildiğinde kullanılan farklı 7 cümleye rağmen, hepsinin temelde vermek istediği mesaj; adaletli, anayasal ve hukukun üstünlüğüne uygun yargılama şeklindedir.

Bu söylemlerin vermek istediği mesaj ise Türk adaletine karşı bir güvensizlik olduğu imasıdır. Israrla adil muamele denmesi, Türk Anayasa ve Hukuk düzeninde gedikler olduğu, bu sebeple, Almanya tarafından masum olduğuna inanılan bir gazetecinin haksız yere cezalandırabileceği endişesi üstü örtük bir biçimde anlatılmaktadır. Zıtlıklar kapsamında değerlendirildiğinde, adil kelimesinin karşılığı adaletsizliği içerir. Adaletin talebi de adaletsizliğin olduğu bir ortamda söz konusudur. Dolayısıyla ‘Türk yargısına güvenmiyoruz’ mesajını algılamak çokta zor olmamaktadır. Daha derin okuma ile Türkiye’deki demokrasi anlayışında bile yoksunluklar olduğu, adalet sağlayıcılarının tarafı davrandığı, ülkenin çıkarıcı bir sisteme dönüştüğü imaları çıkarılabilir.

Tüm bunlar, ancak eleştirel okumalarla açığa çıkabilmektedir. Fakat sürekli olarak gazetelerde benzer mesajlara maruz kalan okuyucu, başka bir zaman ‘Türkiye’de adalet yok’ şeklinde bir haber okuduğunda şaşırmayacaktır. Çünkü çözümlediğimiz cümlelerle zaten bunun zemini hazırlanmıştır. Okuyucu, geçmiş okumalarıyla zihinsel bir bağıntı kurarak gönderilen iletiyi daha kolay kabullenecektir. Sonuçta, bağımsız gazetecilik iddiasıyla Türk basınını eleştiren Almanya’nın, haber söylemleri ve fotoğraflarıyla, haberlerin tekrar sayıları, başlıktaki ifadeler gibi özellikleriyle manipülatif ve tarafı bir tutum sergilediği açıktır.

Tablo 23. Durumun Türk- Alman İlişkilerine Etkisi İle İlgili Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Deutsch-Türkische Verhältnis Verschlechtert Sich Weite	Alman-Türk İlişkileri Kötüye Gidiyor	-	-	1	-
Die Beziehungen Sind Bereits Wegen Der Verhaftung Des Deutsch-Türkischen Journalisten Deniz Yücel İn Istanbul Angespannt.	Alman-Türk Gazeteci Deniz Yücel'in İstanbul'da Tutuklanması Nedeniyle İlişkiler Geriliyor	-	-	1	-
Beziehungen Zwischen Deutschland und Der Türkei Weiter Belastet	Almanya Ve Türkiye Arasındaki İlişkiler Gerilmeye Devam Ediyor	1	-	2	-
Zu Erheblichen Spannungen Zwischen Der Türkischen und Deutschen Regierung Geführt	Türk Ve Alman Hükümetleri Arasında Önemli Gerilimlere Yol Açtı	-	-	2	-
Beschädigungim Deutsch-Türkischen Verhältnis	Alman-Türk İlişkilerinde Bozukluk	-	-	2	-
Die Beziehungen Zwischen Berlin und Ankara Sind Derzeit Wegen Der Inhaftierungdes "Welt"-Korrespondenten Deniz Yücel İn Istanbul Belastet	İstanbul'da "Dünya" Muhabiri Deniz Yücel'in Hapsedilmesi Nedeniyle Berlin İle Ankara Arasındaki İlişkiler Halen Baskı Altında	-	3	-	-
Der Fall Des İn Der Türkei Einsitzenden Korrespondenten Der Zeitung "Die Welt" Hat İn Den Vergangenen Tagen Für Erhebliche Spannungen Zwischen Ankara Und Berlingeführt	Türkiye'deki Die Welt Gazetesinin Muhabiri, Son Günlerde Ankara İle Berlin Arasında Kayda Değer Gerginliğe Neden Oldu	-	1	-	-
Die Beziehungen Beider Länder Sind Erheblich Belastet, Auch Wegen Der Inhaftierung Des Korrespondenten Der 'Welt' Deniz Yücel	İki Ülke Arasındaki İlişkiler, 'Dünya' Muhabiri Deniz Yücel'in Hapsedilmesinden Dolayı Büyük Ölçüde Gerildi	-	1	-	-
Beziehungen Zwischen Berlin und Ankara Sind Derzeit Wegen Schwer Belastet	Berlin Ve Ankara Arasındaki İlişkiler Şu Anda Ağır Gerilim Altında	-	1	2	-
Deutsch-Türkischen Beziehungen Belastet	Alman-Türk İlişkileri Sıkıntılı	3	1	3	1
Schwierigen Zeiten Für Die Deutsch-Türkischen Beziehungen	Alman-Türk İlişkileri İçin Zor Zamanlar	2	1	3	-
Der Fall Des Inhaftierten Journalist En Deniz Yücel Belasten Die Beziehungen Zwischen Berlin Und Ankara Massiv	Gözüaltına Alınan Gazeteci Deniz Yücel'in Davası Berlin Ve Ankara Arasındaki İlişkileri Büyük Ölçüde Sıkıntıya Sokuyor	1	-	-	1
Beziehungen Zwischen Berlin und Ankara Sind Derzeit Wegen Der Inhaftierung Des Deutsch-Türkischen Journalist En	Berlin İle Ankara Arasındaki İlişkiler Şu Anda Alman-Türk Gazetecinin Tutuklanmasına Bağlı	3	-	-	1
Inhaftierung Yücels Belastet Die Beziehungen Zwischen Berlin und Ankara Schwer.	Yücel'in Tutuklanması Ağır Bir Şekilde Berlin Ve Ankara Arasındaki İlişkilere Zorluk Veriyor	-	-	-	1
Die Beziehungen Zwischen Den Beiden Ländern Belastet	İki Ülke Arasındaki İlişkilere Sıkıntı Veriyor	-	-	-	1
Inhaftierung Yücels Hat Die Angespannten Beziehungen Zwischen Deutschland Und Der Türkei Weiter Belastet	Yücel'in Tutuklanması Almanya Ve Türkiye Arasındaki Gergin İlişkileri Daha Da Zorladı	2	-	-	-
Deutsch-Türkischen Beziehungen Durch Die Inhaftierung Des «Welt»-Korrespondenten Deniz Yücel Massiv Belastet	Alman-Türk İlişkileri "Dünya" Muhabiri Deniz Yücel'in Tutuklanmasıyla Ağır Bir Yük Altında Kaldı	2	-	-	-
Der Fall Deniz Yücel Belastet Das Verhältnis Deutschlands Zur Türkei.	Deniz Yücel Davası, Almanya'nın Türkiye İle Olan İlişisine Sıkıntı Veriyor	3	-	-	-
Das Verhältnis Zwischen Berlin Und Ankara Ist Wegen Der Inhaftierung Des «Welt»-Korrespondenten Deniz Yücel İn Der Türkei Ohnehin Belastet.	Berlin Ve Ankara Arasındaki İlişki, "Dünya" Muhabiri Deniz Yücel'in Türkiye'de Tutuklanması Nedeniyle Zaten Gerginleşti	1	-	-	-
Seit Der Inhaftierung Des «Welt»-Korrespondenten Deniz Yücel İn Der Türkei Haben Sich Die Spannungen Zwischen Beiden Ländern Immer Weiter Verschärft	"Dünya" Muhabiri Deniz Yücel'in Türkiye'de Tutuklanmasından Bu Yana İki Ülke Arasındaki Gerginlikler Daha Da Kötüye Gitti	1	-	-	-
Der Streit Zwischen Beiden Ländern War Auch Wegen Der Inhaftierung Des Journalist En Eskaliert	İki Ülke Arasındaki Anlaşmazlık Da Gazetecinin Tutuklanması Nedeniyle Tırmandı	2	-	-	-

Die Deutsch-Türkischen Beziehungen Sind Durch Die Inhaftierung Des «Welt»- Korrespondenten Deniz Yücel İn Istanbul Belastet.	Alman-Türk İlişkileri, “Dünya” Muhabiri Deniz Yücel’in İstanbul’da Tutuklanmasıyla Sıkıntıda	1	-	-	-
Die Beziehungen Beider Länder Sind Auch Wegen Des In Untersuchungshaft Sitzenden Journalist En Deniz Yücel Angespannt	Gözüaltına Alınan Gazeteci Deniz Yücel Yüzünden İki Ülke Arasındaki İlişkiler De Geriliyor	1	-	-	-
Die Beziehungen Zwischen Berlin und Ankara Sind Wegen Der Verhaftung Des Deutsch-Türkischen Journalist En Deniz Yücel Belastet.	Alman-Türk Gazeteci Deniz Yücel’in Tutuklanması Nedeniyle Berlin İle Ankara Arasındaki İlişkiler Zor Durumda	1	-	-	-
Die Beziehungen Zwischen Deutschland und Der Türkei Sind Angespannter Denn Je	Almanya Ve Türkiye Arasındaki İlişkiler Her Zamankinden Daha Gergin	2	-	-	-
Weitere Eskalation Im Gestörten Deutsch-Türkischen Verhältnis: Inhaftierten «Welt»-Korrespondenten Deniz Yücel	Alman-Türk İlişkilerinde Rahatsızlık Verici Bir Gelişme: Hapsedilen ‘Welt’ Muhabiri Deniz Yücel	1	-	-	-
Die Festnahme Yücels Hat Zu Der Jüngsten Verschlechterung Der Beziehungen Beider Länder Beigetragen.	Yücel’in Tutuklanması, İki Ülke Arasındaki İlişkilerde Yaşanan Son Bozulmaya Katkıda Bulundu.	1	-	-	-

Tarihsel süreçte Türkiye ve Almanya arasında siyasi ve ekonomik ilişkiler olmuştur. 1961’de başlayan işçi göçüyle birlikte, ekonomik ilişkiler yoğunlaşmış, iki ülkenin yalnızca ticari ve politik değil, artık toplumsal anlamda da ilişkileri sosyolojik boyuta evrilerek, kültürlerarası bir özellik kazanmıştı. Fakat 2016’daki darbe teşebbüsünden bu yana ilişkiler bozulmaya başlamış, nihayetinde Anayasa Referandumu ve Alman-Türk muhabiri Deniz Yücel’in tutuklanmasıyla bozulma tırmanışa geçmiştir. Yukarıdaki tabloda, Deniz Yücel’in tutuklanmasının ardından, Alman-Türk ilişkilerinin bozulmasıyla ilgili Bild, Taz, Zeit ve Spiegel’in kullandığı cümleler yer almaktadır. Tüm gazeteler farklı cümleler kullanarak aynı mesajı vermektedirler. Burada özellikle referandum haberlerine kıyasla sadece sözcüksel değil, sözcüsel anlatımın seçilmesi, konunun tek bir kelime ile açıklanamayacağındandır. Ayrıca farklıymış gibi görünen cümleler, gazetelerin değişik kelimeler kullanarak cümle oluşturmalarından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden gazetelerin tümünde ortak cümle kullanılmadığı görülmektedir. Her seferinde farklı kelimelerle cümle oluşturan gazeteler, tablolunun sayısal özelliğine de etki etmiştir. Tekrar sayısı bir cümle için en fazla üç kezdir. Yalnızca ‘Alman-Türk ilişkileri sıkıntılı’ ifadesi her gazetede tekrar etmiştir. Bild ve Zeit’da üçer kez, Spiegel ve Taz’da ise birer kez kullanılmıştır.

Deniz Yücel’in tutuklandığı dönemde, Türk Anayasa Referandumu da Alman basınının gündemindeydi. Bu süreçte Türk seçim kampanyalarının yasaklanması, Bekir Bozdağ’a Almanya’ya giriş yasağı konulması, Türkiye cephelerinden yasağa konulan tepkiler

Alman- Türk ilişkilerini bozmaya başlamıştı. Die Welt'in Türkiye muhabiri Deniz Yücel'in tutuklanması ise ilişkilerdeki bozulmayı hat safhaya çıkartmıştı. Duruma ilişkin gazetelerdeki ortak söylem aşağıdaki gibidir:

Bild: “ ... Gözaltına alınan gazeteci Deniz Yücel yüzünden iki ülke arasındaki ilişkiler de geriliyor ...’

Zeit: “... Alman-Türk gazeteci Deniz Yücel'in İstanbul'da tutuklanması nedeniyle ilişkiler geriliyor ...’

Spiegel: “ ... İki ülke arasındaki ilişkiler, ‘Welt’ muhabiri Deniz Yücel'in hapsedilmesinden dolayı büyük ölçüde gerildi...’

Taz: “ ... Gözaltına alınan gazeteci Deniz Yücel'in davası Berlin ve Ankara arasındaki ilişkileri büyük ölçüde sıkıntıya sokuyor ...’

Burada yer alan “ilişkileri sıkıntıya soktu/gerdi”, şeklindeki ifadeler, üstü kapalı bir tehdit iması içermektedir. Sıkıntılı veya gergin bir durum, iyi veya kötü bir sonuçla çözümlendiği zaman ortadan kalkar. Habere konu olan aktör siyasi suçla tutuklu bir gazetecidir. Zaten seçim yasağıyla ilgili de rahatsız edici bir durum mevcuttur. En büyük ticaret ortağı ve en önemli siyasi müttefiklerinden Almanya ile bu noktaya gelmiş Türkiye açısından sonuçların pek de olumlu olmayabileceği iması vardır. Haberlerin devamında, Deniz Yücel'in tutuklanması ve Almanya'da Türk seçim propagandasının istenmemesine direnilmesi sonucunda, ekonomik ortaklığın bozulacağı tehdidi yapılmaktadır.

Tablo 24. Türkiye’de Gazeteciliğin Durumuyla İlgili Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Zahlreiche Journalist En In Der Türkei Sitzen Wegen Angeblicher Terrorunterstützung Im Gefängnis	Türkiye'de Birçok Gazeteci Terörist Desteği Olduğu İddiasıyla Hapiste	5	-	-	-
Zahlreiche Journalist En In Haft	Sayırsız Gazeteci Tutuklu	-	1	1	3
Dutzende Regierungskritische Türkische Journalist En Sitzen In Haft	Onlarca Hükümet Eleştirmeni Türk Gazeteci Tutuklu	4	-	-	-
Regierungskritische Türkische Journalist En In Haft	Hükümet Eleştirmeni Gazeteciler Gözaltında	4	3	2	2
Druck Journalist	Gazetecilere Baskı	2	-	4	1

In Der Türkei Inhaftierten Journalist En	Türkiye'de Alınan Gazeteciler	Gözaltına	13	5	7	5
Inhaftierten Journalist Ische In Der Türkei	Türkiye'de Alınmış Gazetecilik	Gözaltına	-	-	-	4
Untersuchungshaft Journalisten	Tutuklu Gazeteciler		2	3	3	2

Türkiye'deki gazetecilerin durumuyla ilgili çözümlemede, yine sözcüksel değil, sözcesel takip gerekmiştir. Alman medyası, özünde Türkiye'nin demokratik bir ülke olmadığını, çünkü muhalif gazetecilere türlü baskılar uygulandığını ima etmektedir. Yine farklı cümlelerle aynı sonuca varılmaya çalışılmıştır. 'Hükümet eleştirmeni gazeteciler gözaltında' cümlesi dört gazetede de kullanılmıştır. Bild'de 4, Spiegel'da 3, Zeit ve Taz'da 2 kez tekrar etmiştir. Dört gazetede geçen bir diğer cümle, Bild ve Taz'da 2, Spiegel ve Zeit'da 3 kez tekrar eden 'Tutuklu gazeteciler' ifadesidir. Burada söylemin düz anlamı çok açıktır. Tutuklanmak ve baskı kelimeleri olumsuzdur. Bu açıdan 'Sayısız gazeteci tutuklu' veya 'Gazetecilere baskı' ifadeleri, düz anlamsal boyutta da olumsuz bir durumu anlatmaktadır. Bu cümleler, görünmeyen fakat eleştirel okumada açığa çıkan başka imalar içermektedir.

Gazetecilerin baskı altında olması, demokrasinin ve özgürlüğün olmadığı imasını içermektedir. Demokratik bir ülke olarak bilinen Türkiye'de, demokratik toplumların temel gereklerinden basın özgürlüğünün uygulanmadığı söylenmeye çalışılmıştır. 'Hükümet eleştirmeni gazeteciler gözaltında' ifadesi ise farklı görüşlere yer vermeyen, otokrasiye yakın bir siyasi mekanizma olduğuna gönderme yapmaktadır. Zeit gazetesinin 4 kez tekrar ettiği 'Türkiye'de gözaltına alınmış gazetecilik' ifadesi, Türk demokrasisi ve muhalif basının yokluğuna dair yapılan imaları güçlendirmektedir. Bu cümle ile gerçekten de Türkiye, *basın özgürlüğünün olmadığı* bir ülke gibi yansıtılmaktadır. 'Türkiye'de gözaltına alınan gazeteciler' cümlecisi, çok sık tekrar etmiştir. Bild gazetesi 13, Zeit gazetesi 7, Spiegel ve Taz gazetesi 5 kez bu ifadeyi kullanmıştır.

'Türkiye'de gazetecilere baskı uygulanıp tutuklanıyor' temalı iddiayı, farklı cümlelerle toplamda Bild gazetesi 28, Spiegel gazetesi 9, Zeit gazetesi 14 ve Taz gazetesi 15 kez kullanmıştır. Bu sık kullanımlar okuyucunun zihninde Türkiye'de basın özgürlüğü yok imajını güçlendirebilir.

Tablo 25. Türkiye’de Basın Özgürlüğü İle İlgili Söylemler

Almanca	Türkçe	BILD	SPIEGEL	ZEIT	TAZ
Verstoß Gegen Die Pressefreiheit Meinungs	Basın Özgürlüğünün İhlali	-	1	2	-
Meinungs- und Pressefreiheit Einschränke	İfade Özgürlüğü Ve Basın Kısıtlı	1	1	1	2
Meinungsfreiheit Kritisierte	İfade Özgürlüğü Eleştirildi	-	-	5	-
Meinungsfreiheit In Der Türkei Kritisierte	Türkiye’de İfade Özgürlüğü Eleştirildi	-	4	1	-
Mangelnder Pressefreiheit	Basın Özgürlüğü Olmaması	-		1	-
Presse und Meinungsfreiheit In Der Türkei Kritisierte	Türkiye’de İfade Ve Basın Özgürlüğü Eleştirildi	3	2	1	1

Türkiye’de basın özgürlüğü konulu ifadelere bakıldığında, yine açık ve cesur ifadeler kullanıldığı anlaşılmaktadır. Dört gazetenin de kullandığı ‘ İfade özgürlüğü ve basın kısıtlı’ ifadesi ile Zeit gazetesinin bir kez kullanılmış olduğu ‘Basın özgürlüğü olmaması’ ifadesi, doğrudan olumsuz bir anlatımdır. İçeriğin tözü bakımında ‘olmamak’, ‘kısıtlılık’, ‘ihlal’ şeklindeki sözcükler olumsuzluğu çağrıştırmaktır. Yan anlamsal boyutta ise gelişmemiş ülkelere özgü bir hareket olan basın özgürlüğünün kısıtlanması, Türkiye’nin hala Avrupa değerlerini benimseyememiş bir ülke olarak ilkel bir davranış sergilediği, ileri boyutta Türkiye’nin bu şartlar altında Avrupa Birliğine girmesinin eleştirilmesine kadar okunabilir. Bild’de 3, Spiegel’da 2, Zeit ve Taz’da 1 kez kullanılmış “ Türkiye’ de ifade ve basın özgürlüğü eleştirildi’ cümlesine derinlemesine bakıldığında, Demokrasi ve İnsan Hakları konusunda gelişmiş, Batının müstesna ülkesi Almanya’da bu konunun tartışıldığı, Türkiye’ye bu anlamda belki de bir ders verilmesi gerektiği sonucu çıkarılabilir. Spiegel’da 1 ve Zeit’da 2 kez tekrar etmiş ‘Basın özgürlüğünün ihlali’ sözcüğü, direkt olarak bir ithamı içermektedir. İhlal kelimesi, bir uygulamanın gerçekte işlevselliğinin yok edilmesi şeklinde bir anlama sahiptir. Burada Türkiye’de basın yalnızca taraflı ve manipülatif bilgiler veren bir araç olarak kullanılıyor göndermesi vardır.

3.5.4. Haber Fotoğrafları Bulguları

Haberde fotoğraf kullanımı, haber metninin okuyucu üzerindeki inandırıcılığını artırması, haberi daha çekici hale getirmesi, daha yoğun duygusal tepkiler göstermesi gibi haber metnini destekleyici bir görev üstlenmektedir. Kimi zaman haberlerin görselleri, metnin kendisinden daha önemli olmaktadır. Bir fotoğraf, haberin tamamında

yazanları anlatabileceği gibi, haber söyleminin önüne geçebilir. Görselliğin zirveye ulaştığı çağımızda, haber fotoğraflarının önemi de dikkate değerdir. Uzun yazılı metinler yerine, haberi özetleyen bir fotoğraf, çok daha işlevsel olabilmektedir. İnternet gazetesi alanında, sayfanın pek çok yerinde bulunan hareketli reklamlar, sayfadaki diğer haberler, kullanılan renkler, yazıların puntoları, hipermetin özelliği, okuyucunun ilgisini çok çabuk başka bir konuya kanalize edebilmektedir. Bu yüzden internet gazeteciliğinde kullanılan fotoğraflara yazılı basında olduğundan daha çok dikkat etme zorunluluğu doğmaktadır.

Haber metinlerinde fotoğraf kullanımını Gezgin şu şekilde sınıflamıştır: 1)Haber Fotoğrafı, 2)Renklendirici Fotoğraf, 3)Kavramsal fotoğraf. Haber fotoğrafı okuyucuyu bilgilendirici işlev üstlenir. Renklendirici fotoğraf, bilgilendirme görevi olmayan ancak yer aldığı metnin konusuyla ilgili kullanılan fotoğraflardır. Kavramsal fotoğraf ise irdelenen konunun merkezindeki kavramı görselleştirmeye yarar (Gezgin, 2002, s. 91). Fotoğraf, göstergebilim düzeyinde, görüntüsel göstergenin en belirgin örneğidir. Görüntüsel gösterge belirttiği şeyi doğrudan temsil eder, canlandırır. Bir fotoğrafı okumak demek, gerçek dünya ile temsil ettiği nesne arasındaki ilişkiyi ortaya koymak demektir (Günay, 2012, s: 26).

Her haber fotoğrafı gerçeği yansıttığı iddiasındadır. Fakat insan unsuru ve gazeteciliğin taraflı yapısı her zaman gerçeği yansıtmasının önünde engel teşkil eder. Fotoğraflar kasti biçimde, uzamsal bir bağıntı oluşturularak yeniden kurgulanabilir. Görsel iletiyi sınırlayan, diğer göstergelerden ayıran çerçevedir. Bu bağlamda, çerçeve, çevrelenen alanı, uzamı ortaya çıkaran sınırlayan bir kapanımdır, bir başka deyişle bir tür fiziksel ve görsel kesintililiktir (Küçükdoğan, 2012:64). Fotoğrafın kadrajlanma süreci bu noktada önemlidir. Muhabir, olay yerinde gerekli ayrıntıları gizleyerek veya gereksiz olanları ön plana çıkararak, haber fotoğrafı üzerinde doğal bir manipülasyon uygulayabilir. Photoshop gibi programları kullanılarak fotoğraf üzerinde ekleme- çıkarma, renk tonu değiştirme, ortamdaki nesneleri değiştirme veya silme gibi teknolojik boyutta bir manipülasyona da başvurulabilir.

Alman basınında yer alan fotoğrafların genellikle kavramsal olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık güçlü göstergesel anlamlar içeren, alt anlamlar taşıyan, kasti biçimde görüntülenmiş fotoğraflar olduğu bulunmuştur. Araştırmacı tarafından bütünün

çalışmaya başlamadan önce belirlenmesi gerekir: bu, bütündür. Bütünce, çözümelemecinin ister istemez belli bir keyfilik içinde önceden belirlediği, üstünde çalışacağı sonlu sayıda bir gereçler topluluğudur (Barthes, 2018:88). Dolayısıyla, fotoğrafların seçilmesi süreci sübjektif özellik taşımıştır.

3.5.4.1. Bild Gazetesi Referandum Haber Fotoğrafları

Yaklaşan referandum döneminde, 27 Mart'ta, Bild gazetesi referandumun içeriğine yönelik yazdığı bir habere, aşağıdaki görseli koymuştur. Tüm haber fotoğraflarında yer alan metinlerin Türkçe anlamları dipnotlarda yer almaktadır.



⁹ Şekil 1. 27 Mart 2017 Bild Gazetesi

Fotoğrafta ilk göze çarpan detay (Şekil1), ‘Evet oyu’ kampanyasına ilişkin yapılmış olan afiştir. Afişte, sağ tarafta Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın fotoğrafı, orta ve solu kaplayan kısmında seçim kampanyasının söylemlerinden biri yer almaktadır. Afişin asılı olduğu bina harabedir. Yıkık dökük duvarlara rastgele yazılar yazılmıştır. Binanın bulunduğu mahalle, üst üste bakımsız eski evlerin olduğu varoş bir yerdir. Mahallede birkaç araba bulunmaktadır. Bu arabalar ticari araçlar olup, lüks ve gösterişten uzak, o mahallenin bağlamına uygun türdendir. Görselde, afişin dışında bej rengi hâkimdir.

⁹ Türkiye’de başkanlık sistemi için Anayasa Referandumu

Gökyüzü bile puslu ve sarımtırak bir görünümündedir. Fotoğrafta, uzakta olduğu belli olan bir caminin minareleri ve kubbeleri bulunmaktadır. Burada cami kullanımının amacı çok açıktır. Cami direk olarak İslamiyet dinine gönderme yapar. Yıkık dökük yapılar ise yoksulluğun sembolüdür. Fotoğraftaki her unsur birlikte okunduğunda, Recep Tayyip Erdoğan yönetimiyle, İslamiyet ve yoksulluğun bağdaştırıldığı sonucu çıkmaktadır. Erdoğan'ın yönetiminin insanları yoksullaştırdığı veya referandum sonrası daha da yoksullaştırabileceği, bunun halk tarafından tolere edilebilmesi içinse İslamiyet'i kullandığı göndermeleri yapılmıştır. İstanbul'da başka yer yokmuşçasına bu varoş semtte çekilmiş olan görsel, açıkça manipülatif bir amaçla gazetede yer almıştır.



Eine verschleierte Frau in Sarıyer nahe Istanbul während des Wahlkampfabschlusses. Foto: Michael Kappeler

¹⁰ Şekil 2. 18 Nisan 2017 Bild Gazetesi

Anayasa Referandumundan iki gün sonra yapılan haberde Bild, yukarıdaki fotoğrafı kullanmıştır. Fotoğrafta kalabalık içinde bir kadın bulunmaktadır. Kadının dışındaki tüm insanlar ve nesneler buzlanmıştır. Çarşafılı kadının yüzünde sadece kaşları, gözleri ve burnu görünmektedir. Kadın, alın kısmından başının etrafınca sarılmış, kırmızı renkli zemin üzerine beyaz renkle, Recep Tayyip Erdoğan yazılı bir bandana takmıştır. Haberde,

¹⁰ Türkiye Cumhuriyeti'nin Yolları. Seçim kampanyası sırasında İstanbul Sarıyer'de peçeli bir kadın.

Türkiye’de yaşanan kritik siyasi gelişmelerin dönemsel olarak incelemesi yapılmıştır. Kadın peçeli ve siyah çarşaflıdır. Dikkatli bakıldığında fotoğrafın flu kısmındaki diğer kadınların da türbanlı olduğu anlaşılmaktadır. Bu açıdan fotoğraf, doğrudan İslamiyet’e gönderme yapmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan yazısı, Erdoğan’ın muhafazakâr bir lider olduğunu pekiştirmektedir. Erdoğan’ın takipçisi olan kesimin de muhafazakâr olduğu açık biçimde belirtilmek istenmiştir. Peçeli kadın aynı zamanda gözlerini gökyüzüne çevirmiştir. Bu, geleceğe bakışı sembolize eder. Bandanasında yazan Recep Tayyip Erdoğan yazısıyla birlikte okunduğunda: “Türkiye’de Cumhuriyet artık işlevselliğini yitiriyor, muhafazakâr lider Erdoğan’ın yeni zaferiyle Türkiye gerici, şeriatla yönetilen devlet haline gelecek’ iması çıkarmak mümkündür.



¹¹ Şekil 3. 17 Nisan 2017 Bild Gazetesi

Görselde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan elinde mikrofonla, resmi bir yerde konuşma yapmaktadır. Bulunduğu yerde flu biçimde hardal rengi bir duvarın küçük bir kısmı ve bir pencere vardır. Pencerenin tam ortasında Türkiye Cumhuriyeti cumhurbaşkanlığının sembolü bulunmaktadır. Erdoğan’ın ön plana çıkarılması için, onun

¹¹ Şimdi Erdoğan Türkiye’nin Elinde. Bizim İçin Ne Kadar Tehlikeli Olacak?

dışında kalan nesneler flulaştırılmıştır. Erdoğan’ın kaşları çatık vaziyette ve sağ elinin işaret parmağı ileriye göstermektedir. Görselde direk olarak Erdoğan’ın konuşma esnasındaki sinirli ruh hali yansıtılmıştır. Parmağının duruşu ve mimikleri, bir uyarı, tehditkâr bir durumu işaret etmektedir. Başlıkta referandumdan çıkan evet sonucuna ithafen “Bizim İçin Ne Kadar Tehlikeli Olacak” ifadesine yer verilmiştir. Başlıkla birlikte okunduğunda, jest ve mimikleri, duruşu, konumu kapsamında görsel şu alt mesajları içermektedir: “Recep Tayyip Erdoğan şimdi çok büyük bir güce sahip, Avrupa için tehlike teşkil ediyor, Tayyip Erdoğan’ın ülkesinde korku hâkim, o herkes üzerinde tahakküm kuran bir diktatör”. Alman basını, konuşma esnasında pekala başka bir an’ı yakalayıp, Erdoğan’ın daha nötr bir yüz ifadesine yer verebilirdi. Fakat bu görselle Erdoğan imajının olumsuzluğu güçlendirilmiştir.



Şekil 4. 20 Nisan 2017 Bild gazetesi

20 Nisan’da yapılan bu haberde, halkın seçim sonuçlarına tepki gösterdiği, bu anlamda eylemler başlattığı konusu işlenmiştir. Fotoğrafta, kalabalık bir grup insanın sokakta yürüdüğü, ortada yürüyen kadının elinde ‘Hayır’ kampanyasını destekleyen pankart, sağ köşede belli belirsiz bir adamın elinde Atatürk resmi vardır. Pankartı tek eliyle havaya kaldıran kadının açık ağzı ve gergin yüz ifadesi bir şeye bağırdığını göstermektedir. Fotoğraf insanlarla aynı boyda çekildiği için, kalabalığın derecesi belli olmamaktadır fakat kalabalık bir yürüyüş imajı verilmiştir. Yanan sokak lambaları ve alacalaşmış

gökyüzü akşam saatleri olduğunu göstermektedir. Görseldeki insanlar farklı yaş gruplarından ve kadın erkek karışık bulunmaktadır. İnsanların arasında başörtülü, sakallı, takkeli gibi dini unsurları hatırlatacak aksesuarlar kullanan kimse yoktur. Kadınların başı açık, erkekler ise modern görünümlüdür.

Bu görselde ilk göze çarpan ortadaki kadının tek eliyle havaya yükselttiği pankarttır. Kırmızı zemine sahip olan pankartta büyük beyaz harflerle ‘hayır’ yazmaktadır. ‘Hayır’ın üst kısmında, daha küçük puntoyla ve siyahla yazılmış ‘Ortaçağcı Gericiliğe’ ifadesi yer almaktadır.

Ortaçağ kelimesi özünde insanlık tarihinin dönemlerinden birine gönderme yapar. Fakat Ortaçağ, ilkeliliği, işkenceciliği, skolastizmi, eşitsizliği, monarşiyi temsil eden bir zaman dilimidir. Böylece Ortaçağcı gericilik ifadesinin ‘hayır’ kampı sloganı olarak kullanılması şu çıkarımları yaratır: “Başkanlık sistemi monarşiye benzeyecek, eşitsizlik, yoksulluk, baskı, özgürlüğün yok olması durumlarını beraberinde getirecek”. Pankartı tutan kadının bağırma ifadesi ve gergin yüzü, böyle bir durumun olmaması için insanları uyarmayı, adeta çırpınırcasına kendince doğru olan yola çevirmeye çalışmasını ima etmektedir. Sağ köşedeki Atatürk fotoğrafı ise ‘Hayır’ı destekleyenler “Atatürkçü”, “modern”, “ileri görüşlü insanlardır” imajı yaratmaktadır. İnsanların görüntüsü de modern, laik, ilerici sol kesim profilinin bir prototipidir.

Buradaki en önemli ayrıntı, Atatürk ve Erdoğan arasında bir karşıtlığın vurgulanmasıdır. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucu lideri Atatürk ile yeni bir siyasal rejim getirmek isteyen Erdoğan zıtlığı, toplumsal bir kutuplaşmaya yol açtı mesajı verilmektedir. Bu tür bir kutuplaşmanın desteklenmesi Türkiye’de iç savaşa varacak düzeyde şiddetli gelişmelere yol açabileceği bakımından son derece tehlikelidir. Herhangi bir lideri savunmanın ötesinde, ülkenin istikbalini tehdit edecek sonuçlara varabilecek bu konuyu Alman basını gerek haber metinlerinde gerekse haber fotoğraflarında sıkça tekrar etmektedir.

3.5.4.2. Bild Gazetesi Deniz Yücel Haber Fotoğrafları

Bild gazetesinin internet sitesinden, Deniz Yücel ilgili haberlerden, incelemeye değer bulunan üç haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



¹²Şekil 5. 17 Şubat 2017

17 Şubat 2017’de gözaltına alınan Die Welt muhabiri Yücel’in tutuklanmasıyla ilişkili, tüm gazetelerde en sık kullanılan fotoğraf yukarıdakidir (şekil 5). Bu tür fotoğraflar habercilik pratiklerinde kavramsal veya sembolik fotoğraf olarak adlandırılmaktadır. Fotoğrafta Yücel’in olduğu ortam tamamen flulaştırılmış, Yücel’in omuzdan itibaren boynu başı ve yüzü görüntülenmiştir. Yücel’in dudağında hafif bir gülümseme vardır. Kaşları bir olayı ciddiyle dinleyen fakat masumiyetine gönderme yapacak biçimde aşağıda durmaktadır. Mağduriyet, hak etmediği bir durum karşısındaki şaşkınlığa gönderme yapmaktadır. Zaten bu fotoğraf genel olarak Deniz Yücel’in masum yönünü vurgulamaya yönelik kullanılmıştır.

¹² Alman Muhabir Türkiye’de Gözaltında



¹³Şekil 6. 1 Mart 2017

Deniz Yücel'in gözaltına alınmasından 11 gün sonra, serbest bırakılması için Almanya'nın çeşitli kentlerinde protestolar başlamıştı. Auto- corso diye adlandırdıkları eylemlerde, arabalar ve motosikletlerle şehirde tur atarak, pankartlarla gösteriler yapmışlardı. Görselde Volkswagen marka bir arabanın tamponunda, Deniz Yücel'in siyah-beyaz fotoğrafı olan ve 'free Deniz'¹⁴ etiketli kâğıtlar yapıştırıldığı görülmektedir. Fotoğrafı yapıştıran bir kadının ve erkeğin elleri görünmektedir. Volkswagen Alman üretimi bir araba markasıdır. Almanya'da Alman üretimi bir arabanın kullanılıyor olması elbette beklendik bir durumdur. Ancak buradaki esas anlam, Deniz Yücel'in *Alman* olarak görüldüğü vurgusudur. Alman üretimi başka arabalar da vardır ancak, 2. Dünya Savaşı'ndan beri propaganda amacıyla da kullanılan Volkswagen daha içkindir. Zira Alman basını, tabiyet olarak da kendinden gördüğü Yücel'in tutuklanmasına ciddi oranda tepki göstermiştir. Buradaki Volkswagen ve 'Deniz'e Özgürlük' yazısı: "bizim vatandaşımızı alıkoyamazsınız" mesajı içermektedir.

¹³ Tutuklu Yücel. Politikacılar Türkiye Üzerindeki Baskıyı Artırdı

¹⁴ 'Free Deniz' etiketi, Deniz Yücel davasının Almanya'daki sloganı olmuştu.



¹⁵Şekil 7. 3 Mart 2017

3 Mart'ta yapılmış haberin görselinde (şekil 7), bir grup insanın ellerinde pankartlarla eylem yaptığı görülmektedir. Pankartların bir kısmı Almanca, bir kısmı Türkçe yazılarla ve Deniz Yücel görselleriyle donatılmıştır. Buradan çıkarımla, eylemi yapanların hem Türk hem de Almanlardan oluştuğu anlaşılmıştır. İçlerinde karikatürlerin de olduğu fotoğraflarda yine 'Free Deniz' etiketi kullanılmıştır. Görseldeki Türklerin arasında, dini semboller taşıyan kimse yoktur. Bu yine bir 'Erdoğan karşıtları dindar değildir' algısını pekiştirmektedir. Bu sığ düşüncüyü yaratan insanların varlığı yeterince sorunluysen, Alman basınının konunun altını çizmesi, taraflılık, arabozuculuk, provakatiflik misyonlarını yüklenmesi, basın anlamında güvenirlilik gibi, daha ciddi sorunlara yol açmaktadır. Böyle genellemeler, bir an önce aşılması gereken problemlerdir. Fotoğrafta, çeşitli yazıların varlığıyla eylem fikri güçlendirilmiştir.

Orta yaşlı, kısa boylu, beyaz saçlı, kahverengi paltolu ve muhtemelen Türk bir kadının elinde tuttuğu pankart ise çok çarpıcıdır. Pankartta Almanca ve Türkçe olarak 'Diktatöre Boyun Eğmeyeceğiz' yazısı bulunmaktadır. Deniz Yücel'in tutuklanmasına ilişkin yapılan bir eylemde, Erdoğan'a karşı takınılan düşmanca tavır, her şeyin sorumlusu olarak onun görüldüğü, ülkede dikta yönetimi uyguladığı, gazetecilerin akıbetiyle ilgili

¹⁵ Türk Büyükelçiliğinin Önünde Deniz Yücel İçin Gösteri

tüm kararları onun aldığı mesajı içermektedir. Toplumsal düzeni tehdit iddiasıyla gözaltına alınan gazetecinin müsebbibinin Erdoğan olarak değerlendirilmesi son derece taraflı, niyetli bir tutumun göstergesidir. Kanımızca esas sorun, Erdoğan'ın şahsına olan bir düşmanlık değildir. Erdoğan'ın makamına, dolayısıyla genel olarak Türkiye'ye karşı olan olumsuz düşüncelerdir.

3.5.4.3. Spiegel Referandum Haber Fotoğrafları

Spiegel gazetesinin internet sitesinden, Referandumla ilgili haberlerden, incelemeye değer bulunan üç haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



¹⁶Şekil 8. 17 Nisan 2017

Referandumun yapıldığı gün çekilen şekil 8'deki fotoğrafta, bir kargaşa ortamının hâkim olduğu anlaşılmaktadır. Kırmızının renginin ağırlıklı olduğu görselde, bir grup insan ellerindeki Türk bayraklarını sallamaktadırlar. Ateş yakıldığıнын belirtisi olan duman, ortamdaki keşmekeş atmosferi pekiştirmektedir. Görselde farklı yaş grubundan insanlar bulunmaktadır. Bununla birlikte erkek varlığı ağırlıktayken, arkaya gidildikçe belli belirsiz iki başörtülü genç kızın olduğu fark edilmektedir. Fotoğraf referandumda evet

¹⁶ Bölünmüş Ulus. Türk seçmenler karar verdi: Daha güçlü bir başkan ve eski Osmanlı hayali için. Ancak sonuç düşüktü, vatandaşların yarısını bunun tersini istiyor.

sonucunun ardından kutlamak için sokağa çıkan halkı temsil etmektedir. Kırmızı rengi, renklerin dili düzeyinde kışkırtıcı, kalp atışlarını hızlandıran, tehlikeli ve cinselliği çağrıştıran bir renktir. Burada, hararetli bir kutlama olduğu vurgulanırken, kutlamanın kışkırtıcı yönü ön plana çıkarılmıştır. Zira ateş yakılması, bayrak sallanması, insanların yüzlerindeki slogan atan ifadeler, normalin üstünde bir tepkiye işaret etmektedir. ‘Hayır’ kampının yaptığı tepki yürüyüşlerine kıyasla, evet destekçilerinin ilkel bir tepki gösterdiğini çağrıştıran görsel bir zıtlığa işaret etmektedir. Bunu haberin başlığında yazan ‘Bölünmüş Ülke’ ifadesinden anlamaktayız. Bölünmüşlük bu konudaki değerler yapısı içinde, taraflar arasındaki anlaşmazlığı sembolize etmektedir. Söz konusu görsel ve haber başlığı ile Türkiye’nin taraflar arası çatışma yaşadığı, karışık ve tehlikeli bir ülke olduğu iması vardır.



¹⁷Şekil 9. 18 Nisan 2017

Spiegel gazetesi de türbanlı seçmen imajına yer vermiştir. Şekil 9’da, beyaz, portatif bir yapı vardır. Bu yapının içindeki beyaz bir masa boyunca oturmuş, orta yaşlı, saçları

¹⁷ Yurtdışındaki Türklerin Oy Kullanma Şekli. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın zaferi yurtdışında kendi ülkesinden daha belirgindi. Almanya’da Anayasa Referandumunun onaylanması komşu ülkelerinden daha fazlaydı.

kırışmış ve hafif dökülmüş, biri sakallı üç adam oturmaktadır. Adamların başları kâğıtlara doğru eğilmiştir. İki kız bir erkek ayakta duruyordur. Kızların ikisi de siyah başörtüsü takmış ve ellerinde Türk bayrağı motifli balonlar tutmaktadırlar. Ayrıca ellerinde cüzdanları bulunan kızlar, kimliklerini çıkarıyorlardır. Buradan, ayakta duranların seçmen, oturanların ise seçim gözlemcisidir. Seçim yerinin portatif çadıra benzeyen yapı, yurtdışındaki seçmenlere yönelik kurulmuş bir seçim merkezidir. Fotoğraftaki insanların muhafazakâr görüntüsü, evet oyu kullandıkları iması içermektedir. Zira Erdoğan muhafazakâr bir liderdir. “ Sakallı, başörtülü bu insanlar ‘evet oyu’ kullanmıştır’ mesajı içermektedir.



Şekil 10. 22 Nisan 2017

Spiegel gazetesindeki en çarpıcı fotoğraf yukarıdakidir. Çalışmadaki inceleme aralığı Referandum haberleri için 21-Mart- 21 Nisan olsa da bu görselin içerdiği mesajların çok güçlü olduğu düşünülerek, çözümlemeye dâhil edilmiştir. Zaten seçilen aralıktan yalnızca bir gün sonraya ait olduğu için, konudan bağımsız değildir. Fotoğrafta İstanbul Adalet Sarayı’nın aşağıdan yukarı doğru oluşturulmuş perspektifteki görüntüsü yer almaktadır. Yüksek katlı, bej renkli binanın tam ortasında, üstte bir Türk bayrağı asılıdır. Fotoğraf aşağıdan yukarıya eğilimli biçimde kadrajlandığı için, insan veya başka bir nesne yoktur. Sadece bulutlu gökyüzü kadrja alınmıştır. Karabulutlar, fotoğrafın yarasını kaplamıştır.

Bulutlu, gri renk gökyüzü, yağmur, kar gibi meteorolojik olaylara, sonbahar ve kış mevsimlerine işaret eder. Fotoğraf nisan ayında, ilkbahar mevsiminde çekilmiştir. Ama içerdiği manalar bakımından bundan bağımsız olarak değerlendirilmiştir.

Fotoğraftan çıkan anlam ‘Türk Adaletinin üzerinde karabulutlar var’ şeklindedir. Adalet sarayı kasti bir biçimde, kara bulutları olarak fotoğraflandırılmıştır. Burada doğrudan, Türk Adaletinin yozlaştığı, doğru kararlar vermediği, güçlü olanların kararlarıyla çıkarıcı ve edilgen biçimde hareket ettiği, etik değerleri ve insan haklarını görmezden geldiği, imalarına gönderme yapılmıştır. Bu sonucu, Umberto Eco’nun deyiimiyle ‘ansiklopedik bilgilerimize’ ve haber metninin içeriğine dayanarak çıkardık. Dolayısıyla bu fotoğraf için yaptığımız yorumlar, hem uzamsal bağı olan haberle hem de diğer haberlerdeki bilgiler ışığında okunduğunda çokta öznel durmamaktadır. ‘Türk yasaları çöküyor, iktidar erklerinin tek elinde, yanlış, çıkarıcı ve sadece Türkler değil, oraya turist olarak dahi gelmiş olanlar insanlar için tehlike oluşturuyor’ ifadelerini çıkarsamak, son derece olasıdır.

3.5.4.4. Spiegel Deniz Yücel Haber Fotoğrafları

Spiegel gazetesinin internet sitesinden, Deniz Yücel ilgili haberlerden, incelemeye değer bulunan iki haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



¹⁸Şekil 11. 7 Mart 2017

¹⁸ Yücel’in avukatları tutuklamayı reddetti. Terör propagandası iddiasıyla İstanbul’da hapisanedeki Welt gazetecisi Deniz Yücel’in avukatları, tutuklamanın Türk yasalarını ihlal ettiğini söyledi.

Yücel'in tutuklanmasından sonra ülkenin pek çok bölgesinde eylemler yapılmıştı. Yukarıdaki fotoğraf (şekil 11) Yücel'in tutuklanmasına gösterilen tepkiyi yansıtmaktadır. Fotoğrafta bir grup insan, ellerinde Deniz Yücel'in siyah-beyaz fotoğrafının bulunduğu 'Free Deniz' etiketli pankartlar taşımaktadır. Fotoğrafın perspektifine göre en önde görünen kadının başı öne eğiktir. Onu takip eden sıradaki insanların yüz ifadeleri, üzgün olduğunu göstermektedir. Fotoğrafta görünen altı pankartın üçü kol hizasında tutulmuşken, diğer üçü havaya kaldırılmış vaziyettedir. Yücel'in tutuklanmasından duyulan üzüntü ve memnuniyetsizlik insanların yüzlerinden anlaşılmaktadır. Haberin üst başlığında, Yücel'in 'Die Welt' gazetecisi olduğu belirtilmiştir. Onun Almanya basınından bir gazetenin çalışanı olarak Türkiye'de tutuklanmasının uluslararası ve derhal çözülmesi gereken bir problem olduğu algısını uyandırmaktadır. Tablo 19'da yapılan incelemelerde Spiegel'in Yücel'i ağırlıklı olarak Alman gazeteci veya 'Welt gazetecisi' olarak tanımladığını bulgulamıştık. Bu bilgi, gazetenin Yücel'i Alman olarak gördüğünü doğrulamaktadır.

Haberin ana başlığında yer alan "Yücel'in avukatları tutuklama emrine itiraz ediyor" ifadesi, Yücel'in tutuklu yargılanacağına gönderme yapmaktadır. Haberin spotunda, Deniz Yücel'in terör propagandası nedeniyle İstanbul'da hapiste olduğu hatırlatılmıştır. Haberde geçen 'Terör propagandası' sözü ile Deniz'in serbest bırakılması için yapılan eylem, haberi kendi içinde bir çelişkiye sürüklemiştir. Sonuçta, ülkesinde terör propagandası gibi ciddi bir ithamla yargılanan biri, masumiyeti kanıtlanana kadar her halükarda töhmet altındadır. Bu eylemlerin ve serbest bırakılması için ülke genelinde yapılan eylemlerin manasının anlaşılması güçtür. Buraya kadar yine de bir beis görülmeyebilir. Fakat haberin devamında, Yücel'in avukatlarınca karşı olduğu belirtilerek kullanılan 'Türk yasalarını ihlal' ifadesi, olayı daha karmaşık bir boyuta sürüklemiştir. Alman basının çok iyi bildiği ve haberlerine konu ettiği gibi, 2017 yılında Türkiye'de olağanüstü hal vardı. Olağanüstü hal sırasında, özellikle siyasi yargılamalarda süreç, normal yargılamaya göre farklılık göstermektedir. Türkiye normal bir dönemdeymiş gibi Türk yasalarının ihlal edildiği vurgusunun yapılması son derece manipülatiftir. Spotta yer alan bu bilgi ve fotoğraf birlikte okunduğunda 'Türkiye'deki yargılama erkleri, taraflı kararlar veriyor, kasti olarak suçsuz Yücel'i hapse atıyorlar' algısı oluşmaktadır.



¹⁹Şekil 12. 13 Mart 2017

Spiegel gazetesinde yer alan en manipülatif haber yukarıdaki görselin (Şekil 13) içinde bulunduğu haberdır. Bu haber, Deniz Yücel’in tutuklanmasıyla ilişkilendirilerek, bir Türkiye yanlış temsilinin yapılmasına neden olmuştur. Görsel, düz anlamıyla incelendiğinde boş bir sahili göstermektedir. Sol tarafta deniz, denizin etrafında tek tük insanlar görünmektedir. Sağ tarafta sahil boyunca uzanan palmiye ağaçları ve dağlar vardır. Fotoğrafın – fotoğrafa bakanların bakış açısına göre- en önünde ise boş bir bank yer almaktadır. Hava güneşlidir ve gündüz vaktini göstermektedir. Fotoğrafın sol alt köşesinde, küçük puntıyla yazılmış Antalya sahili yazısı vardır. Bu görsel ancak haberle birlikte yorumlandığında anlamlı olmaktadır. Haberin başlığında “Dışişleri Bakanlığı Türkiye’ye Gelenleri Dikkatli Olmaya Çağırıyor” ifadesi yer almaktadır. Başlık direk olarak Türkiye’de tehlikeli bir konjonktür olduğunu çağrıştırmaktadır. Haberin spotu ve gövdesi ana hatlarıyla, Türkiye ve Almanya arasında gerilimler olduğu, bu gerilimlerin müsebbibi olarak; referandum seçim kampanyasında Türk bakanının Almanya’ya girişinin engellenmesi ve Deniz Yücel’in Türkiye’de tutuklanması gösterilmiştir. Bu gerilimin ise Alman turistleri olumsuz olarak etkileyebileceği bilgisi verilmiştir. Fotoğraftaki boş sahil, haberle birlikte anlamlandırıldığında şu sonuca gönderme yapmaktadır: “Türkiye’de tehlikeli olaylar var, Alman turistler gitmesin diye Alman hükümeti olarak uyardık,

¹⁹ Dışişleri Bakanlığı Türkiye’ye gidenleri dikkatli olmaları konusunda uyardı. Berlin ve Ankara arasındaki gerginlik ve günlerce söylenen söylem yoğunlaştı. Federal Dışişleri Bakanlığı, Türkiye’deki turistlerin daha temkinli olmalarını tavsiye ediyor.

giderlerse Türkler onlara zarar verebilir, sonuçta görüyorsunuz ki sahillar bomboş'. Bu, ekonomik tehdiye işareti etmektedir. Almanya ve Türkiye arasındaki gazeteci geriliminden yola çıkarak, Avrupalı vatandaşlara, Türkiye'nin tehlikeli bir yer olduğu anlatılmaya çalışılmıştır. İşin gülünç boyutunuysa haberin yapıldığı tarih oluşturmaktadır. Yaz tatili sezonu Mayıs ve Eylül aylarını kapsar, haber fotoğrafı ise 13 Mart tarihinde, sezonun açılmadığı ve görece soğuk olan mart ayında çekildiği için doğal olarak sahil boştur. Sırf "Türkiye'ye turist gelmiyor", "sahiller bomboş" göndermesi yapılmak için bu tarihteki fotoğraf seçilmiştir.

3.5.4.5. Zeit Referandum Haber Fotoğrafları

Zeit gazetesinin internet sitesinden, Referandumla ilgili haberlerinden, incelemeye değer bulunan iki haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



²⁰Şekil 13. 17 Nisan 2017

²⁰ Muhalefet Referandumun iptal edilmesini talep etti. Türk muhalefeti sonuçlara itiraz etmek istiyor. Erdoğan, olağanüstü hal durumunu zaferinden sonra uzatmak istiyor.

Zeit gazetesinde, referandum aralığında kullanılmış dikkat çeken fotoğraflar genellikle seçim sonuçlarının halkta uyandırdığı tepkiye yöneliktir. Şekil 13'deki fotoğrafta, kalabalık içinde bir adamın, üzerindeki yazıları anlaşılmayan sarı bir çarşafın önünde, iki elini havaya kaldırarak bağırdığı görülmektedir. Görsel, bir protestoyu anlatmaktadır. Bağırarak eylem yapan adamın, dövme kolunun olduğu elinde bir cezve bulunmaktadır. Adamın dövmesi başlı başına bir anlam içermektedir. Sürekli olarak 'evet' tarafı muhafazakârlıkla içkinleştirilirken, erkekte küpe, dövme gibi unsurlar Modernizmin simgesi olarak 'hayır' kampını çağrıştırmaktadır. Dolayısıyla evet bir gerilemeyi ifade ederken, hayır Avrupai değerlerle bezenerek yüceltilmektedir. Başlıkta da "Muhalefet Referandumun İptal Edilmesini Talep Ediyor" ifadesi yer almıştır. Bu görselin 'protesto' imasını doğrulamaktadır.



²¹Şekil 14. 17 Nisan 2017

²¹ Hayır! Hayır! Her yerde Direniş Var! Bazı aktivistler, Erdoğan'ın zaferini eleştirdi. Cumhurbaşkanı'na karşı bir hareket başlatmak istiyorlar.

Benzer şekilde, Şekil 14'deki fotoğrafta, referandum sonucunun ülke içinde kargaşaya sebep olduğunu vurgulamaktadır. Bu defa fotoğrafta ön planda olan bir kadındır. Tencere, kaşık, tabak gibi aletleri birbirine vurarak ses çıkarmak, bir protesto şeklidir. Görselde doğrudan eyleme gönderme yapılmaktadır. Fotoğrafın sol üst köşesine doğru, mor renkli kartonun üzerinde 'Hayır' yazılı bir pankart görünmektedir. Mor rengi feminizmin rengi olarak bilinmektedir. Fotoğraftaki kadın ağırlığına da bakıldığında, dolaylı olarak kadın haklarının savunucusu olanlar 'hayır destekçileridir' iması yer almaktadır. Haberin başlığındaki "Hayır, Hayır! Her Yerde Direniş Var" ifadesi ile ülke çapında referandum sonucuna tepki gösterildiği söylenmiştir. "Türkiye bölünmüş bir ülke" imajını güçlendirmeye yarayan bu fotoğraflar Alman basınında sıklıkla kullanılmıştır.

3.5.4.6. Zeit Deniz Yücel Haber Fotoğrafları

Zeit gazetesinin internet sitesinden, Deniz Yücel ilgili haberlerden, incelemeye değer bulunan iki haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



²²Şekil 15. 27 Şubat 2017

²² Merkel duruşma öncesi tutuklamayı 'orantısız sert' buldu. Şansölye hukukun üstünlüğü konusunda ısrarlı. Türk yargısının kararı eleştirmenleri şok etti.

Zeit gazetesi de diğer gazetelerde olduğu gibi, Deniz için yapılan Auto-korso (arabalı eylem) haberine yer vermiştir. Fotoğrafta ‘Deniz İçin korsa’ ve ‘Free deniz’ etiketleriyle Yücel’in fotoğrafının olduğu kâğıdı gökyüzüne doğru kaldırmış bir elin parmakları görünmektedir. Haberin konusun doğrudan Yücel’i ilgilendirdiğini vurgulamak üzere, fotoğraf kadrajına başka nesne alınmamıştır. Yücel’in serbest bırakılması için gösterilen çabaların altı çizilmiştir. Merkel’in tutuklama için ‘orantısız sert’ ifadesi başlıkta verilerek, sıradan bir tutuklamanın ötesinde, uluslararası bir problem teşkil ettiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.



²³Şekil 16. 1 Mart 2017

Zeit gazetesinde yer alan en anlamlı görsel yukardakidir (Şekil 16). Çeşitli gazetelerdeki Yücel’e ilişkin haberlerle fotoğraf uzamı oluşturulmuştur. Haber söylemleri ve gazetelerdeki fotoğraflardan anlaşılmaktadır. Bu görselle, Yücel konusunun Alman basını tarafından ne kadar önemsendiği, sürekli gündemde olarak, ülkeler arası ilişkileri etkileyecek derece kıymetli bir isim olduğu vurgusu yapılmıştır. Haberin başlığındaki

²³ Politikacılar Erdoğan’ı Almanya’da istemiyorlar. “Deniz Yücel’in tutuklanması sonuçsuz kalmamalı. Böyle bir başkanı artık Almanya’da misafir olarak istemiyoruz.”

ifade ise daha çarpıcıdır: ‘politikacılar, Erdoğan’ın Almanya’daki gösterisinin yasaklanmasını istiyor’. Spotta da: ‘Deniz Yücel’in gözaltına alınması, sonuçsuz kalmamalı. Böyle bir şeye izin veren bir başkan artık Almanya’da misafir olarak kabul edilmeyecek’ söylemi kullanılmıştır. Burada açıkça, Deniz Yücel’in tutuklanmasının Almanya ile ilişkileri ne kadar zedelediği anlatılmıştır. Sonuçta Alman vatandaşı olsa da bir Türk olan Yücel’in, Türkiye için çok önemli sayılan terör örgütü üyeliği/propagandası, halkı isyana sevk etme gibi gerekçelerle yargılanması durumunun Almanya’yı bu denli rahatsız etmiş olması düşündürücüdür. Üstelik burada, ‘Erdoğan kasıtlı biçimde Alman-Türk gazeteciyi esaret altına almış, keyfi karar veren bir lider’ imajı yaratılmıştır. Her fırsatta basının tarafsızlığını ve serbesiyetini ön plana çıkaran Almanya’nın bu derece taraflı haberler gerçekleştirmiş olması da ayrı bir çelişki yaratmaktadır.

3.5.4.7. Taz Referendum Haber Fotoğrafları

Taz gazetesinin internet sitesinden, Referandumla ilgili haberlerden, incelemeye değer bulunan üç haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



²⁴Şekil 17. 16 Nisan 2017

²⁴ Türk referandumunu. Oy verme merkezlerinde sözde ‘evet’ oyları önde. Kapalı sayım, şaşırtıcı biçimde hızlı devam ediyor. Medya, evet oylarının %57 olacağını bildirdi.

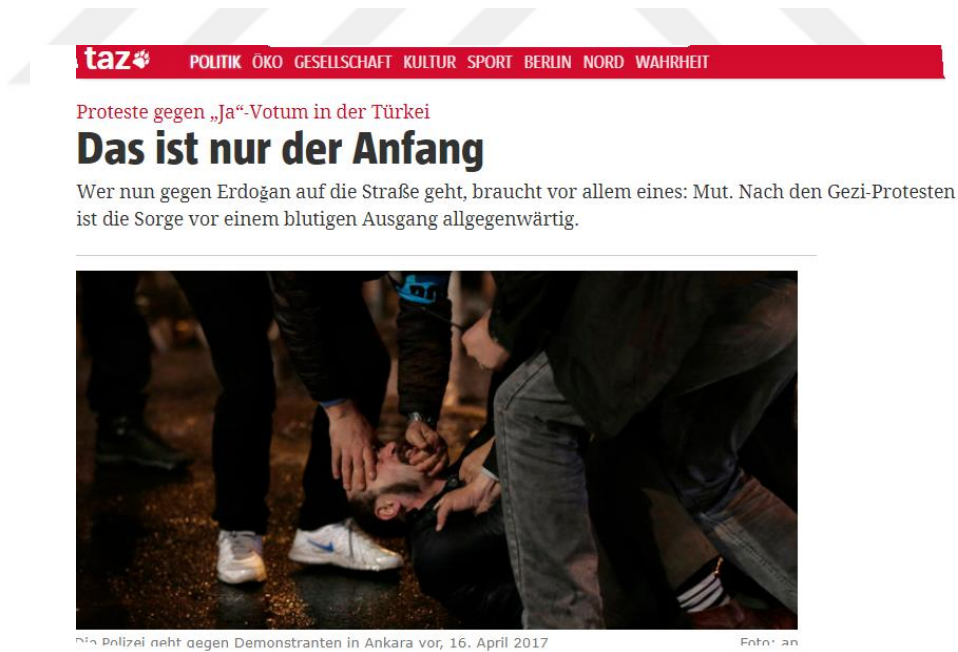
Referandum oylamasının gerçekleştiği gün yapılan haberin görselinde (şekil 17), yeşil zeminin önünde başı ve elleri görünen, bir adam vardır. Adamın kollarına bakıldığında beyaz gömleğinin manşetleri ve onun üzerine sıvanmış siyah ceketinin bir kısmı görünmektedir. Adam iki eliyle tuttuğu evet ve hayır yazılı seçim kâğıdını ekrana yakın tutmuştur. Buradan hareketle, adamın seçim gözlemcisi olduğu anlaşılmaktadır. Seçim kâğıdının hayır kısmının mühürlenmiş olduğu görülmektedir. Kâğıdı elinde tutan, seçim gözlemcisi olduğunu düşündüğümüz adamın yüzünde bezgin bir ifade vardır. Kaşları aşağı doğru inmiş, dudaklarını sıkıca kapatarak bir yenilmişliği temsil etmektedir. Haberin başlığında ise şu sözler yer almıştır: “ ‘Evet’ sesleri ön planda”. Başlık ve haber fotoğrafı birbiriyle zıttır. Zira bu zıtlık, seçim sandıkları açılırken yapılan bir usulsüzlüğe işaret etmektedir. Haber metni, sandıklar açılırken evet oylarının şüpheli sayıldığını anlatmaktadır. Fotoğraftaki adamın gösterdiği pusulada da birkaç kez mühürlenmiş olmak üzere ‘hayır’ oyu kullanılmıştır. ‘Evet’ oyları çoğunlukta fakat seçimde bir usulsüzlük yapıyor’ göndermesi bulunmaktadır.



²⁵Şekil 18. 17 Nisan 2017

²⁵ Birçoğu hala inanmak istemiyor. Umut, şok, sinir, zafer sevinci. Referandum Türkiye'yi böldü.

Şekil 18'deki çarpıcı görsel, referandumdan bir gün sonra yapılan haberin fotoğrafı olarak kullanılmıştır. Fotoğrafın arka planında, üzerine grafiti yapılmış bir duvar vardır. Duvarın üzerindeki grafitide Atatürk'ün resmi, resmin sağ ve solunda Atatürk inkılapları ve altında, kırmızı renkle yazılmış ve Türk bayrağı imajı yaratılmış cumhuriyetin ilan tarihi 1923 sayısı bulunmaktadır. Duvarın dibine kazılmış, yıkık dökük bir havaya bürünmüştür. Duvarın biraz ilerisinde de kafasında bareti, yeşil yeleği, eldivenleri ile süpürge yapan bir temizlik işçisi görülmektedir. Bu görsel ile "Cumhuriyet enkaz altında kaldı" mesajı verilmektedir. "Referandumun kazanılması sonucu yeni bir rejim gelecek ve artık Atatürk'ün kurduğu Türkiye'den başka bir yer olacak Atatürk'ün ilkeleri işlevselliğini yitirecek" imaları vardır. Burada yine Atatürk ve Erdoğan karşıtlığı yaratılmaya çalışılmıştır. Bu da Türkler için doğrudan bir kutuplaşmayı perçinlediği gibi, gerçekliği yansıtmamaktadır. Bir kez daha burada, basının doğru ve gerçek bilgileri verme özelliğini yitirdiği görülmektedir.



²⁶Şekil 19. 18 Nisan 2017

²⁶ Türkiye'de 'evet' oylarına karşı protesto. Bu sadece başlangıç. Erdoğan' karşı sokağa çıkanların tek ihtiyacı var: cesaret. Gezi'den sonra kanlı eylemlerle ilgili endişeler var.

16 Nisan'da çekilmiş fakat 18 Nisan'daki haberde yer alan bu fotoğrafta (Şekil 19), yerde yatan bir adam ve onun etrafını sarmış, elleriyle adamı hırpalayan birkaç adamın belden aşağısı görülmektedir. Görsel, adamın darp edildiğine işaret etmektedir. Fotoğrafın çekildiği gece, referandumun yapıldığı güne tekabül etmekte, seçim sonuçlarının ardından yapılan protestolara göndermede bulunmaktadır. Fotoğrafın altında yazan açıklamada, 'Ankara'da polis, gözlemcilere karşı çıktı' ifadesi yer almıştır. Haberin üst başlığında 'Türkiye'de evet oyuna karşı protesto', ana başlıkta ise 'Bu daha başlangıç' söylemleri kullanılmıştır. Haberin spotundaki ifadelerde de gezi olaylarıyla bağdaştırma yapılarak, halkın yeni bir isyan hareketi başlatacağı öne sürülmüştür. Haber fotoğrafı ve metni birlikte değerlendirildiğinde, ülkede iç savaş başladığı, kolluk kuvvetlerinin devreye girerek insanlara şiddet uyguladığı; medeniyetsiz ve istikrarsız bir Türkiye imajı yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Zaten, referandum sonuçlarında yapılan haberlerin fotoğraflarında evet veya hayır destekçileri fark etmeksizin, sürekli olarak, karmaşa, eylem, ölçüsüz zafer kutlamaları biçiminde iddialı fotoğraflara yer verilmiştir. Destekleyen tarafın niteliği değil, hangisinin en hararetli gösteriyi yaptığı, hangisinin çatışmayı daha çok teşvik ettiği önemsenmiş, buna uygun görseller seçilerek, ülkede huzursuzluk ve genel kaos ortamı olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır. Yıkık dökük, eski, yapıların olduğu yerler vurgulanmış, göstericilerin duruşu, aksesuarları kutuplaşma yaratacak biçimde görüntülenmiş, genellemelere Türk halkı yargılanmış, seçimin adil olmadığı dile getirilerek Türkiye'deki demokrasi eleştirilmiştir. Bunun sonucu olarak, Avrupa toplumları gözünde Türkiye tehlikelerle dolu, kendi içinde savaş halinde bir ülke olarak gösterilerek itibarsızlaştırılmıştır.

Bilindiği gibi, göstergebilimsel okumalar, özellikle ülke veya bölge çaplı değerlendiriliyorsa, öznel okumaya çok müsaittir. Ancak buradaki anlatımlar, sadece sıkıştırılmış gerçekleri ortaya çıkarmamıza yaramaktadır. Yoksa Alman basını zaten Türkiye'ye karşı yanlı tutumunu açıkça dile getirmektedir.

3.5.4.8. Taz Deniz Yücel Haber Fotoğrafları

Taz gazetesinin internet sitesinden, Deniz Yücel ilgili haberlerden, incelemeye değer bulunan iki haber fotoğrafı çözümlenmiştir.



Şekil 20. 28 Şubat 2017

Deniz Yücel eski bir Taz muhabiriydi. Dolayısıyla Taz gazetesinin Deniz Yücel olayına yaklaşımı daha duygusal olmuştur. Deniz Yücel'e destek için yapılmış tüm gösteri ve eylemleri haberleştirmişlerdir. Ancak yukarıdaki görsel, desteğin boyutunu ortaya koymaktadır. Fotoğrafta bir şehrin yukarıdan çekilmiş hali vardır. Şehirdeki en yüksek yapının tepesinde, büyük harflerle 'Free Deniz' yazılmıştır. Yazının rengi, kontrast için mavi olarak seçilmiştir. Ayrıca mavi rengi özgürlüğü sembolize etmektedir. Bu şekilde de özgürlük vurgusu güçlendirilmiştir.

Inhaftierte JournalistInnen in der Türkei

Solidarität darf nicht abreißen

Zurzeit sind 152 Journalisten in der Türkei in U-Haft. Viele warten seit Monaten auf ein Verfahren. Ihre Arbeit wird als Verbrechen betrachtet.



²⁷Şekil 21. 28 Şubat 2017

Yukarıdaki görsel, Deniz yücel kategorisinde seçilen 17 Şubat- 17 Mart tarihleri arasındaki en çarpıcı fotoğraf olarak karşımıza çıkmıştır. Fotoğrafın transkripsiyonunda şunlar yer almaktadır: yere serilmiş sert bir zemin üzerine yerleştirilmiş Recep Tayyip Erdoğan fotoğrafı vardır. Fotoğraf okuyucuya göre, Erdoğan'ın başı ekranın önüne gelecek şekilde ters olarak kadrajlanmıştır. Sol tarafta, yere eğilmiş beyaz elbiseli, esmer bir adam, fotoğraftaki Erdoğan'ın sol gözüne denk gelen yeri bir bez ile silmektedir. Adamın giysileri ve yaptığı iş, sıradan ve muhtemelen yoksul biri olduğunu göstermektedir. Erdoğan'ın sol gözü tamamen karanlıktır. Diğer her yer ise renkli ve aydınlıktır.

Erdoğan'ın fotoğraftaki yüz ifadesi ciddi, bakışları serttir. Bir gözünün siyahlaştırılması, onun gözünün karardığı, iyice korkutucu hale geldiğine gönderme yapmaktadır. Haberin üst başlığında "Türkiye'de tutuklu gazeteciler" ifadesi yer alırken, ana başlıkta "Dayanışma Koparılmamalıdır" denmiş ve spotta Türkiye'de tutuklu 152 gazeteci olduğu belirtilmiştir. Türkiye'de 152 tutuklu gazetecisi ifadesi, hükümetin medya üzerinde kurduğu tahakküme işaret etmiştir. Erdoğan'ın fotoğrafının yayımlanış biçimi 'Big Brother'a göndermedir. George Orwell'in 1984 adlı yapıtında, gelecekte ülkelerin ve

²⁷ Türkiye'de tutuklu gazeteciler. Dayanışma koparılmamalı. Türkiye'de tutuklu 152 gazeteci, aylardır prosedürlere takılıyor. Çoğunun çalışmaları suç olarak kabul ediliyor.

basının başına gelecek olası kâbus senaryoları anlatılmıştır. Big Brother karakteri, öyküdeki ülkenin diktatör lideridir. Farklı partilerin olmadığı siyasal sistemde, tek adam olarak, tüm medyayı kontrolü altına almış, tarihi değiştiren, gazeteciliği sadece iktidar propagandası yapan bir araç olarak kullanan, manipülasyonlarla halkı sefaletе sürükleyen bir otokrattır. Pek çok yerde bulunan tele-ekranlarla, insanlar kontrol altında tutulmaktadır. Belirli aralıklarla bu tele-ekranlarda nefret izlenceleriyle insanlar kışkırtılmakta, en sonuna doğru Big Brother'ın yüzü gösterilerek tekrar yatıştırılmaktadırlar (Orwell, 2011). Bu ansiklopedik hafızamızla ilgili bilgi, fotoğrafı görünce 'Big Brother' göndermesi yapıldığını düşündürmüştür. Üstelik Alman basını, inceleme süresince içinde yer alan haberlerle karşılaştırıldığında, zaten Erdoğan'a tek adam, otokrat, diktatör sıfatlarını kullanmıştır. Basın özgürlüğü konusunu içeren haberlerde, basının iktidarın tekelinde olduğu imalarına da rastlanmıştır. Tüm bu imaların birleştiği nokta olarak yukarıdaki görsel dikkate değerdir.

Seçilen haber fotoğrafları, birbirine benzer nitelikte olup, ortak mesajları taşımaktadır. Genelde ima edilen olgular; Türkiye'nin kargaşa içinde, birbiriyle çatışan insanlarla dolu, kutuplaşmış bir yer olduğu, Erdoğan'ın varlığının bu kutuplaşmayı desteklediği, anayasa ve insan haklarının görmezden gelindiği, yasaların çiğnendiği, basının kontrol altında tutulduğu, gazeteciler ve Avrupalılar için tehlikeli bir bölge olduğu şeklindedir. Bu ifadelerle olumsuz Türkiye imajı Avrupa'da yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Zaten son yıllarda yükselen İslamofobi ile bağıntılı olarak, Türklere bakış açısı yeterince sancılı bir süreçteyken, yapılan haberlerle köktendinci, gerici, yobaz, Avrupa dışı Türk insanı profili yaratılmaktadır.

3.5.4.9. Haberlerdeki Türkiye Algısı

İncelenen haberler, tez çalışmasının birinci hipotezi olan *H' Alman medyasında son yıllarda Türkiye ve Türklerle ilgili yapılan haberler genellikle olumsuzdur* hipotezini sınamıştır. Sonuçlar şu şekildedir:

- *Yalnızca iki ay gibi kısa bir zamanda bile, Türkiye ile ilgili onlarca olumsuz haber yapılmıştır.*

- Seçilen 4 gazetede ki haberlerin dağılımları incelendiğinde, özellikle popüler bir yayın organı olan Bild gazetesinin, bir gün içinde aynı konuya ilişkin defalarca haber yaptığı görülmüştür.
- Söz konusu gazeteleri takip eden kişilerin zihnine iyice yerleştirilen bu haberlerin, Almanya'daki gurbetçilerimize de doğrudan etkimektedir.
- Spor haberleri dahi siyasi içeriklidir. Fetö ve PKK destekçisi futbolcuların masumiyetine ilişkin haberler yapılmıştır.
- Haberler ağırlıklı olarak internet gazetelerinin 'Politika' kategorilerinde yer almıştır. Yabancı ülkelerin haberlerinin Politika kategorisinde yer alması beklenmezken, Alman medyası Referandum ve Deniz Yücel'in tutuklanmasına ilişkin haberleri bu kategoride yaparak, olayı içsel bir mesele gibi yansıtmış, böylece popülerliğinin artmasını sağlamıştır.

Haberlerdeki Türkiye algısı ise genel hatlarıyla şu şekildedir:

- Cumhurbaşkanı Erdoğan diktatör bir liderdir.
- Türkiye despotik yönetim şekline eviriliyor.
- Türk muhalefeti işlevsel değildir.
- Türkiye'de basın özgürlüğü yok.
- Türk halkı bölünmüş, ülke kaos içinde.
- Türban takan insanlar iktidar yanlısı, takmayanlar hükümet karşıtı.
- Türkiye'de Atatürk- Erdoğan çatışması var.
- Türkiye'de anayasa ve insan hakları ihlal ediliyor, hukuk görmezden geliniyor.
- Türkiye; tehlikeli, anayasal sisteme uymayan, istibdat altında bir ülke.

Haberlerdeki Türkiye imajı genel olarak; tehlikeli, anayasal sisteme uymayan, köktendinci, basın ve insan hak ve özgürlükten yoksun, çatışma içindeki bir ülke

şeklindedir. Bu durum daha çok Cumhurbaşkanı Erdoğan üzerinden biçimlendirilmiştir. Haberlerden etkilenen Alman vatandaşlarının, Almanya'daki gurbetçilere baskısı ise *“Avrupa nosyonlarının uzağında, diktatörlük ile ülkeyi yöneten, muhafazakâr lidere inanıp desteklemeleri”* varsayımlarından kaynaklanmaktadır. Tabi bu, şu an için geçerli olan bir durumdur. Çünkü sorunun asıl kaynağı ‘öteki olarak İslam ve temsilcisi Türkiye’dir. Bugün sebep Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın politikaları olarak gösterilirken, değişen siyasi konjonktüre göre, ayrımcılık yeniden şekillenecektir. Haber analizleri kısmında belirtildiği gibi, Alman basınındaki gazetelerin ideolojik eğilimleri farklı olsa da Türkiye söz konusu olduğunda, ortak görüşleri paylaşmışlardır. Aynı zamanda, Türkiye yönetim sistemini ve muhalefetini görmezden gelen bir yaklaşımla, ağır eleştirilerde bulunmuşlardır. Yapılan haberler doğrudan bir taraflılığı ortaya koyarak, gazetecilik etik ilkelerini hiçe saymıştır. Gazeteciliğin temel unsurlarından tarafsızlık ilkesini pervasızca harcamak, Almanya gibi kurallarıyla ön plana çıkmış bir ülke için beklenmeyen bir davranıştır.

3.5.5. Çevrimiçi Anketin Bulguları

Tez çalışmasının sac ayaklarından biri olan çevrimiçi anket, Almanya’da yaşayan Türkler ve Alman basını üzerine hazırlanmış spesifik sorulardan oluşmaktadır. Çalışma için geliştirilen ölçeği, tamamen bu araştırmaya özel olarak hazırladık. Ölçeği geliştirme noktasında öncelikle, Alman medyasındaki Türk ve Türkiye konulu haberleri baz aldık. Ardından pilot çalışmada yapılan derinlemesine görüşmelerin sonucunda şekillenmeye başladı. Son aşamada, akademisyenlerle gerçekleştirilen görüşmelerin ardından, anket soruları son şeklini aldı (Ek 1). Anket çalışması sürecinde, herhangi bir kamuoyu araştırma şirketiyle çalışmamış, anket tamamen araştırmacı olarak ben ve danışmanımın tarafından gerçekleştirilmiştir. Ankete katılımcı oranını artırmak üzere, bir kartvizit bastırıp (Ek 5), özellikle yaz ayında Türkiye’de bulunan pek çok gurbetçiye, yakın zamana kadar Almanya’da yaşamış şu an Türkiye’de bulunan vatandaşlara ve gurbetçi yakınları olan çok sayıda insana dağıttık. Adeta yolda, kafede, alışveriş merkezinde bulduğumuz herkes ile anket yapmaya çalıştık. Böylece anketör hatasıyla karşılaşma ihtimalini azaltmış olduk. Toplam 200 katılımcı sayısına ulaştık.

Başlangıç aşamasında, Almanya’da yaşayan en az 400 gurbetçimize ulaşarak, Almanya’da karşılaştıkları davranışlar hakkında bilgiler edinmeyi umuyorduk. Bu süreçte, bizzat Almanya’ya gidip gözlem yapmak da diğer hedefimizdi. Almanya’ya

gitmek için öncelikle Erasmus Staj programına başvurduk. Ancak, Almanya'daki bir Türk basın-yayın kuruluşundan davet mektubu alamadığımız için bu işi ertelemek durumuna kaldık. Ardından Bilimsel Araştırma Projesi (BAP) projesi yazdık. Yoğun ve meşakkatli proje süreci olumlu sonuçlanınca, Almanya'ya gitmek için resmi evrakları hazırlamaya başladık. Ancak ne yazık ki vize talebimiz ret cevabı aldı. Dolayısıyla Almanya'ya gitmek üzere bir buçuk yıllık çabamız, bürokratik engelle takılarak gerçekleşemedi.

Özellikle bu tez çalışmasında, insanların internete veri girmedeki tereddütleri ciddi sıkıntılar yaratmıştır. Son yıllarda internet üzerinden işlenen suçların hukuk alanına girmesi, siyasi gündemin dinamizminden kaynaklanan tedirginlikler tabiatıyla ankete şüpheyi yaklaşmalarına neden olmuştur. Anket çalışmasının uygulandığı dönem, Türkiye Başkanlık seçimi sürecine denk gelmiştir. Bu da ankete katılım oranını ciddi ölçüde etkilemiş, daha az sayıda katılımcıya ulaşılmasına neden olmuştur. Devam eden bir yıllık süreçte, Türkiye yerel seçimlerine denk geldik ve aynı gerekçelerle ankete katılımda tereddütlerle karşılaştık. Gurbetçilerimiz ankete katılımlarının ve verdikleri cevapların izlenmesiyle aleyhlerine dönebileceklerini düşündüler.

Sosyal medya uygulamalarına da başvurduk. Twitter ve Facebook üzerinden, Avrupa ve Almanya'daki gurbetçilerin oluşturduğu platform ve dernek hesaplarına şu mesajla ankete katılım daveti gönderdik: “*Merhabalar, ben Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda yüksek lisans yapıyorum. Tezimin konusunu Almanya'da yaşayan Türkler. Bununla ilgili olarak kendi kurduğum web sitesi üzerinden Almanya'da yaşayan vatandaşlarımızla anket çalışması gerçekleştiriyorum. Kendi geliştirdiğim ölçek ile hazırladığım soruları ne kadar çok kişiye ulaştırabilirsem, hem Almanya'da yaşayan sizler için hem de ülkemiz akademisi için kendimce naçizane bir katkı sağlamış olacağım. Bu konuda desteklerinizi bekliyorum... İyi bayramlar...<https://www.avrupadakigurbetcimiz.com/>*”. Bundan az sayıda geri dönüş elde ettik.

Yine bir sosyal medya aracı olan Instagram üzerinden tanıdıklarımızı bilgilendirerek, internetin avantajlarından yararlanmak istedik. Hatta ankete katılımcı bulmak için yardım edip etmeyecekleri konusunda bile anket düzenledik. Tabi bu anketler evet ve hayır

şeklinde iki seçeneğe dayandığı için, Instagram anketine katılanların sayısı, esas ankete katılanların sayısından daha fazla oldu.

22 Şubat 2018 tarihinde, Avusturya'daki bir Türk derneği olan Agentur Für Interkulturelle Angelegenheiten ile web konferans gerçekleştirdik. Avusturya ve Almanya'nın coğrafi konum olarak birbirlerine çok yakın olmaları, Almancanın her iki ülkede de konuşulması, Avusturya'da yaşayan gurbetçilerin de Alman basınıni takip etmesi sebebiyle, bu ülkedeki vatandaşlarımız da ankete katıldılar. Konferans sırasında yaklaşık 30 kişiden oluşan bir grup ile görüştük. Dernek başkanı çalışmamızın gerekliliğinin üzerinde durarak, bu tür çalışmaların eksikliğinden yakınarak, çalışmamızın sonucunu merakla beklediğini ifade etti. Zaten çalışma boyunca görüştüğümüz hemen herkes, bu tür bir çalışmanın eksik olduğunu defalarca dile getirdi. Bu da literatür çalışmalarımızda konunun eksikliğine yönelik argümanımızı destekler nitelikte oldu. Zira Avrupa'da yaşayan Türklerin sorunları konusu, Türkiye Cumhuriyeti'nin de üzerinde ciddi şekilde durması gereken bir meseledir.

Son olarak, tanıtım videosu hazırlayıp YouTube aracılığıyla yayınladık. Almanya'daki dernekler başta olmak üzere, tanıdığımız herkese gönderdik. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi stüdyosunda, profesyonel olarak çektiğimiz tanıtım videosu, çalışmamın ne olduğunu detaylı olarak anlattık. Bu, ankete katılım sayısını tatmin edici miktarda olmasa da artırdı.

Çalışmada gazetede analizleri ve anket süreci için, internet mecrasının tüm kaynaklarına başvurduk. Almanya'ya gidemediğimiz için söz konusu mecranın faydaları tezin içeriğine doğrudan yansdı. Burada şunu belirtmek gerekir ki; çalışmanın spesifik ve siyasi içerikli oluşu, elbette binlere veya milyonlara ulaşmamızı engelledi. Zira YouTube, Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamaları ve diğer web kanalları üzerinden, popüler, eğlenceli veya herkesi ilgilendiren farklı pek çok konunun çok kısa zamanda geniş kitlelere ulaştığı bilinmektedir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi, araştırmanın özel ve siyasi içerikli olması, ankete katılımın 200 kişiyle sınırlı kalmasına neden oldu. Youtube videosu da 27 Şubat- 17 Mart tarihleri arasında yalnızca 260 kere görüntülendi.

Anket soruları incelemeye alınırken bir sorunla karşılaştık. Anketin 4 ayrı bölümden oluşması sebebiyle, bazı bölümleri doldurmuş, bazı bölümleri doldurmamış katılımcılara

rastladık. Örneğin, ilk iki bölümü doldurup son iki bölümü doldurmayanlar vardı. Bu durum, ankete cevap veren katılımcıların sıralamalarının kaymasına neden oldu. Ayrıca, birinci bölümdeki katılımcı sayısı 248 iken 3. bölümdeki katılımcı sayısı 221 olarak görüldü. Bu noktada, katılımcıların her birinin, ankete katılım tarihi, saati ve IP adresi eşleştirilerek nihai sayıya ulaşıldı. Sonuçta, ankete katılıp soruların tamamına cevap veren 200 katılımcı olduğunu tespit edildi.

3.5.5.1. Pilot Çalışma Bulguları

Pilot çalışmada, araştırmanın temelini oluşturan soruları Almanya’da yaşayan farklı meslek guruplarına sahip 10 vatandaşa yöneltilerek, tez çalışması için seçilen gazeteler ve yine tez çalışmasının önemli bir bölümünü oluşturacak olan anket sorularının belirlenirken, daha nesnel sonuçlara ulaşılması hedeflenmiştir. Pilot inceleme, internet üzerinden bazı sosyal ağ uygulamaları (WhatsApp, Skype, Messenger) aracılığıyla derinlemesine görüşme şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir:

- Almanya’da yaşadığınız süre boyunca, başınıza gelen ırkçılık, dine ve dile dayalı ötekileştirme gibi durumlara maruz kaldınız mı?
- Türkiye’de yaşanan gelişmeler Almanya’daki sosyal çevre, eğitim, iş gibi alanlarda size sorun teşkil ediyor mu?
- Almanya medyasında en çok takip ettiğiniz internet haber siteleri hangileridir?
- Almanya basınında Türkiye ile ilgili yer alan haberlerle ilgili görüş ve düşüncelerinizi belirtiniz.

Katılımcıların özellikleri şunlardır:

Katılımcı 1: Öğretmen/ Almanya’ya Türkçe öğretmenliği mesleğiniz icra etmek için 2010 yılında Almanya’ya gitmiştir. Berlin.

Katılımcı 2: İnşaat Mühendisi / Ailesinin 1988’de iş için göç etmiş olması hasebiyle Almanya’da doğmuş, büyümüş ve hala orada yaşamaktadır. Wiesbaden.

Katılımcı 3: Tesisatçı/ 1999 yılında tek başına iş için Almanya’ya göç etmiştir. Nürnberg.

Katılımcı 4: Terzi/ 1991 yılında Almanya’ya göç etmiş ve orada kendi terzi dükkânını işletmektedir. Duisburg.

Katılımcı 5: Emlakçı/ 1985 yılında iş için Almanya'ya göç etmiştir. Düsseldorf

Katılımcı 6: Lokanta İşletmecisi/ 1965'de iş için Almanya'ya göç etmiştir. Essen.

Katılımcı 7: İşçi/ 1962 yılında ailesi Almanya'ya göç etmiş. Bir fabrikada işçi olarak çalışmaktadır. Düsseldorf.

Katılımcı 8: Siyasetçi/ 1960'larda ailesiyle birlikte Almanya'ya yerleşmiştir. Şu anda Almanya'da faaliyet gösteren bir Türk derneğinde aktif şekilde çalışmaktadır. Essen.

Katılımcı 9: Emekli İşçi/ 1968 yılında ailesi iş için Almanya'ya göç etmiş. Almanya'da doğmuş büyümüş ve Alman vatandaşlığına sahiptir. Düsseldorf.

Katılımcı 10: Ev hanımı/ 1976 yılında evlenerek Almanya'ya göç etmiştir. Hannover.

Cevaplar:

“Almanya’da yaşadığınız süre boyunca, başınıza gelen ırkçılık, dine veya dile dayalı ötekileştirme gibi durumlara maruz kaldınız mı?” ‘ sorusuna verilen yanıt 8 katılımcı için ‘dil konusunda ayrımcılığa maruz kaldık’ şeklinde olmuştur. Almanya’da doğup büyümüş olan mühendis ve emekli işçi ise Almancaya hâkim olduğundan mütevellit böyle bir ayrımla karşılaşmadığını ifade etmiştir. Katılımcılardan 6 kişi özellikle din ile ilgili, iş yerinde ve okulda ayrımcılık yaşadıklarını dile getirirken, söz konusu katılımcılar ağırlıklı olarak Türk bölgelerinde yaşadıkları için ırka dayalı bir ayrımcılık yaşamadıklarını söylemişlerdir. Buna rağmen ev hanımı katılımcı, Türklerin yaşadığı bölgeden çıktıklarında kimi zaman düşmanlıkla karşılaştıklarını, Türkleri istemediklerini yüzlerine karşı söylediklerinin bile olduğunu ifade etmiştir. Alman vatandaşlığına sahip emekli işçi kadın, kocası Türkiye’den geldiği için ona kiralık ev vermediklerini, sadece kendisinin Alman vatandaşlığından dolayı oturdukları evi kiralayabildiklerini aktarırken, öğretmen katılımcı Türkiye’den göç etmiş ve mühendis, doktor, avukat gibi meslekleri icra eden vatandaşların, Alman vatandaşlığına geçmedikleri takdirde, mesleklerinde yükselmelerine ket vurulduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan çocuk sahibi olanlar, ötekileştirme yerine asimilasyonun daha çok olduğunu, ana sınıfı ve ilköğretim düzeyindeki çocuklarına Alman kültürünü ve değerlerini empoze etmeye çalıştıklarını söylerken; öğretmen katılımcı, bazı Türkiye göçmeni çocuklara kasıtlı olarak düşük not verildiğini dile getirmiştir. Dine dayalı ayrımcılık konusunda özellikle işçi olarak çalışan katılımcılar, Avrupa’da yayılmış olan İslamofobi dalgasından dolayı bir takım sıkıntılar

yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Tesisatçı katılımcı: “ eğer Türk iseniz sizi doğrudan İslam’la özdeşleştirip saldırgan biri muamelesi yapıyorlar. Işid gibi terör örgütlerinin saldırıları tüm İslam dünyasına mal edildiği gibi, Avrupalıların Müslümanlara korkulacak insanlar gibi davranmaları sonucu ortaya çıkıyor.’ demiştir.

“Türkiye’de yaşanan gelişmeler Almanya’daki sosyal çevre, eğitim, iş gibi alanlarda size sorun teşkil ediyor mu?” sorusuna eğitim gören çocuğu olanlar ve işçi, mühendis, tesisatçı ve öğretmen katılımcılar, özellikle Türkiye iç politikasıyla ilgili yaşanan gelişmelerden doğrudan etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Okulda, iş yerinde ve sosyal çevrelerinde sürekli olarak Türkiye’deki siyasi görüşleri, Türkiye’nin iç ve dış politikası ile ilgili sorulara maruz kaldıklarını, verdikleri cevaplardan da karşı tarafın tatmin olmadığını söylemişlerdir. Alman arkadaşları olan tesisatçı katılımcı, kendisine açıkça siyasi görüşünü sorduklarını ve verdiği cevaba hiçbir surette inanmadıklarını, bunun sonucunda Alman arkadaşlarıyla arasının açıldığını dile getirmiştir. Bir başka şehirden olan emekli işçi kadın katılımcı, kocasının esnafılık yapıyor olması sebebiyle siyasi görüşünü açıklamadığını, açıkladığı takdirde iş yerine gelmeyeceklerini ve para kazanamayacaklarını vurgularken; öğretmen, terzi, lokanta işletmecisi, ev hanımı ve işçi katılımcılar, çocuklarının eğitim gördükleri okulda sıklıkla öğretmenleri tarafından ailelerinin ve kendilerinin Türkiye’deki hangi siyasetçiyi sevdiğini ve desteklediğini sorduklarını ve bu durumdan son derece rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir. Mühendis katılımcı şu an yüksek lisans yaptığı üniversitede devamlı Türkiye’de yaşanan gelişmelerle ilgili sorularla karşılaştığını, bazen arkadaşları ile bu konuda tartışma noktasına geldiğini söylemiştir. Ayrıca katılımcıların hemen hepsi Alman vatandaşlığına geçmeleri konusunda baskı yaşadıklarını eklemişlerdir.

“Almanya medyasında en çok takip ettiğiniz internet haber siteleri hangileridir?” soruna verilen yanıtlar araştırma açısından büyük ölçüde önem taşımaktadır. Araştırma için belirlenen Bild ve Spiegel gazetelerinin, katılımcılar tarafından da en çok takip edilen site olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların istisnasız tümü Bild gazetesinin magazinleştirilmiş haber yaptığını, Spiegel gazetesinde Türkiye ile ilgili yapılan haberlerin taraflı olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada bu iki gazeteye ek olarak abartılı haber yaptığını düşündükleri Zeit ve Taz gazetesi, katılımcıların bu ifadelerinden yola çıkılarak incelenmiş ve araştırmaya dâhil edilmiştir.

“ Almanya basınında Türkiye ile ilgili yer alan haberlere dair görüş ve düşüncelerinizi belirtiniz. ’ sorusuna verilen yanıtlar birbiriyle benzer nitelik taşımaktadır. Zira pilot çalışmaya dâhil olan katılımcılar birbirlerini tanımayan kişiler olmalarına rağmen, bu soru daha yöneltilmeden itibaren Almanya medyasının Türklerle ilgili taraflı haberler yaptığını ileri sürmüşlerdir. Almanya medyasında Türkiye haberleri denildiğinde ilk olarak ve büyük oranda politika haberlerinden bahsedilmektedir. Türkiye iç ve dış politikası ile ilgili detaylara yer veren Almanya internet gazetelerinin abartılmış, içeriği değiştirilmiş ve Türkiye’yi kötüleyen haberler yaptığını düşünmektedirler.

Katılımcılardan öğretmen, tesisatçı, siyasetçi ve mühendis, özellikle basın özgürlüğü ile ilgili haberler üzerine odaklanarak, Türkiye’yi her türlü özgürlükten mahrum bir yer gibi gösterilmesinin dikkatlerini çektiğini söylemişlerdir. Buna karşılık esas Almanya’da fikir özgürlüğü olmadığını siyasetçi ve dernek üyesi katılımcı şu şekilde ifade etmiştir: “ fikir özgürlüğü aslında burada yok. Türkiye’de bir siyasi parti liderine hakaret ettiği için suçlanan birini yere göğe koyamazlarken, benim kendi Facebook hesabımdan yaptığım hakaret içermeyen bir eleştiri için dava açtılar. Kendilerine gelince böyle işte. ’ Tesisatçı katılımcı Türkiye ve Almanya medyasında yapılan haberleri karşılaştırdığını söyleyerek haberlerdeki söylemler hakkında şu şekilde konuşmuştur: ‘Türkiye’den kaçan terör suçlularına şanlı ifadesini kullanıyorlar. Cumhurbaşkanı hakkında diktatör benzetmesi yapıyorlar. ’ Diğer katılımcılar, Almanya’daki Türkiye göçmenlerini Türkiye’ye düşman etmeye çalıştıklarını, Türkiye’yi dünyaya güvensiz, yaşanılmaz bir yer gibi gösterdiklerini söylemişlerdir. Emekli işçi kadın katılımcı, eşinin işyerine gelen Almanların haberleri izleyip gelerek ‘bir daha Türkiye’ye gitmeyeceğiz’, ‘Türkiye korkunç bir yer’ gibi söylemleri olduğunu, ayrıca televizyon kanallarında Almanya’ya dair kötü haberleri kısaca geçerlerken, Türkiye içinde yaşanan olaylara uzun süre yer verip, tekrar tekrar gündeme getirdiklerini aktarmıştır. Katılımcıların hepsi Türkiye’nin Doğu sınırında yaşananların haberleştirilirken çarpıtıldığını dile getirmişlerdir. 15 Temmuz sonrası ve referandum süreci ile ilgili haberlerin üzerinde durarak, son bir yılın Almanya medyasındaki Türkiye haberlerini bu iki durumun belirlediğini ifade etmişlerdir.

3.5.5.2. Kapalı Uçlu Sorular

Bu bölüm, katılımcıların demografik bilgilerini içeren sorulardan oluşmaktadır. Sorular şu şekildedir: *Cinsiyet, Yaş, Medeni durum, Vatandaşlık, Meslek, Öğrenim durumu, Kaç yıldır Almanya’da yaşıyorsunuz?, Sizin/ailenizin göç sebebi nedir?, Türkiye, memleketiniz ve Avrupa’daki Türklerle ilgili haberleri nereden takip ediyorsunuz?, Türkiye ile ilgili haberleri hangi sıklıkla takip ediyorsunuz?*. Bu soruların cevapları SPSS 22 programının, frekans analizi kullanılarak incelenmiştir.

Tablo 26. Anket Çalışmasına Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Değer	N	%
Erkek	115	%58,1
Kadın	85	%41,9
Toplam	200	%100,0

Ankete katılanların erkek ağırlıklı olduğu görülmektedir. 200 kişiden 115’i erkek, 85’i kadındır.

Tablo 27. Anket Çalışmasına Katılanların Yaşa Göre Dağılımı

Değer	N	%
41-50	50	%25,1
18-25	41	%20,2
26- 30	40	%19,7
31-40	37	%18,7
51-60	22	%11,3
60+	10	%4,9
Toplam	200	%100,0

Araştırmaya katılanların yaş değişkenine göre %25,1 kısmı, 41-50 aralığındadır. %20,2 oranıyla 18-25 ve %19,7 oranıyla 26-30 yaş arası katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. 18,7 oranı 31-40 yaş aralığını, %11,3 oranı ise 51-60 yaş aralığını temsil etmektedir. Ankete %4,9 oranıyla en az katılım 60 yaş ve üzeri gruptan gerçekleşmiştir. Bu bölümde katılımcıların oranı arasında önemli bir fark yoktur. Ancak en fazla 41-50 grubunun cevap vermesi, ikinci kuşak göçmenlerin konuya daha ilgili olduklarını göstermektedir.

Tablo 28. Anket Çalışmasına Katılanların Medeni Duruma Göre Dağılımı

Değer	N	%
Evli	116	%56,7
Bekâr	66	%33,0
Dul	11	%5,9
Boşanmış	7	%3,4
Toplam	200	%100,0

Medeni durum değişkenine göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu %56,7 oranıyla evlidir. Onu izleyen %33,0 oranı, bekâr katılımcılardır. %5,9 dul, %3,4 oranında ise boşanmış katılımcı vardır.

Tablo 29. Anket Çalışmasına Katılanların Vatandaşlık Durumuna Göre Dağılımı

Değer	N	%
Türkiye Vatandaşı	104	%51,7
Alman Vatandaşı	61	%30,5
Çifte Vatandaş	35	%17,7
Toplam	200	%100,0

Bu değişkene göre %51,7 oranıyla en fazla *Türkiye vatandaşı* olduğunu ifade eden katılımcı vardır. Bunu %30,5 oranıyla *Alman vatandaşı* olan ve %17,7 oranıyla *çifte vatandaş* olduğunu belirten katılımcı takip etmiştir. Alman vatandaşlığına geçiş, belirli süre Almanya’da yaşamış gurbetçilere verilen bir haktır. Aşağıdaki tabloda görülebileceği gibi, katılımcıların büyük bir çoğunluğu 20 yıldan fazla süredir Almanya’da yaşıyor olduğunu belirtmiştir. Almanya’da yaşayan gurbetçilerin büyük çoğunluğunun hala Türkiye vatandaşı olduğunu belirtmesi, derin okuma yapıldığında, Türklük değerlerini ve Türkiye ile olan bağlarını sürdürmek için böyle bir tercih yapmış oldukları şeklinde yorumlanabilir. Çünkü Almanya’da yaşayan Türk vatandaşları arasında görüşme yapılanların tamamı, kendi iradeleriyle verdikleri/ verebilecekleri bu karar aşamasında milliyetçi duyguları takip ettiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 30. Anket Çalışmasına Katılanların Almanya’da Yaşadıkları Yıla Göre Dağılımı

Değer	N	%
21-30	59	%29,6
30+	57	%28,6
11-20	53	%26,1
1-5	16	%8,4
6-10	15	%7,4
Toplam	200	%100,0

Ankete katılanların büyük çoğunluğunu, *11 yıl ve üzeri* seçenekleri işaretleyenler oluşturmaktadır. *21-30 yıldan beri* Almanya’da yaşayanlar oranı %29,6 ile en fazla tıklanan seçenektir. *30 yıldan fazla* zamandır Almanya’da yaşayan katılımcıların oranı %28,6’dır. %26,1 oranı ise *11-20 yıldan beri* Almanya’da yaşadığını belirtenlerdir. %7,4 oranıyla 15 katılımcı, 6-10 yıldır, %8,4 oranıyla 16 katılımcı ise *1-5 yıldır* Almanya’da yaşadığını belirtmiştir.

Tablo 31. Anket Çalışmasına Katılanların Almanya’ya Göç Etme Sebeplerine Göre Dağılımı

Değer	N	%
İş için	145	%71,9
Evlilik yoluyla	37	%18,2
Eğitim için	13	%6,9
Diğer	5	%3,0
Toplam	200	%100,0

Sizin veya ailenizin Almanya’ya göç sebebi nedir? Sorusuna %71,9 ile en fazla *iş için* cevabı verilmiştir. %18,2 oranıyla 37 katılımcı *evlilik yoluyla* seçeneğini işaretlemiştir. *Eğitim için* gelenlerin oranı %6,9 iken, *diğer* seçeneğini %3,0 ile 5 kişi işaretlemiştir. Bilindiği gibi Almanya’ya göçün başlıca sebebi 1961 yılı itibariyle başlayan işçi göçü idi. Dolayısıyla katılımcıların %71’i *iş için* göç ettiğini belirtmiştir. Onu takip eden evlilik yoluyla cevabı da yine göçmen işçilerin aile birleşimi yoluyla ailelerini Almanya’ya getirmelerinden kaynaklanmaktadır. *Diğer* seçeneğini işaretleyenler yalnızca 5 kişi olmakla birlikte, göç sebeplerini belirtmek istememişlerdir. Diğer seçeneğin kapsamına ilticalar girebilir ancak böyle bir seçeneğe yer verilmemiştir.

Tablo 32. Anket Çalışmasına Katılanların Mesleklerine Göre Dağılımı

Değer	N	%
Özel Sektör	56	%28,1
İşçi	48	%23,6
Öğrenci	29	%14,8
Serbest Meslek	22	%10,8
Ev Hanımı	15	%7,9
Memur	15	%7,4
Emekli	9	%4,4
İşsiz	6	%3,0
Ev Adamı	-	-
Toplam	200	%100,0

Mesleğiniz nedir sorusuna en fazla *özel sektör* (%28,1) cevabı verilmiştir. Bunu %23,6 oranıyla *işçi* seçeneğini işaretleyenler takip ederken; %14,8 oranında *öğrenci* seçeneği, %10,8 oranıyla *serbest meslek* seçeneği, %7,9 oranıyla *ev hanımı* seçeneği işaretlenmiştir. Seçenekler arasında olan *ev adam'ını* kimse işaretlememiştir. %7,4 ile 15 katılımcı *memur* olduğunu belirtmiştir. 9 kişi (4,4) *emekli* seçeneğini işaretlerken, en az %3,0 oranıyla *işsiz* seçeneği işaretlenmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun aktif biçimde çalışıyor olması, Almanya'daki sosyal hayatı iyi tanıdıklarını ve anket sorularına daha sağlıklı cevap vermeleri bakımından dikkate değerdir.

Tablo 33. Anket Çalışmasına Katılanların Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Değer	N	%
Üniversite/ yüksekokul	76	%37,9
Lise ve dengi	63	%31,5
Ortaokul	26	%13,3
İlkokul	27	%13,3
Lisansüstü	8	%3,9
Toplam	200	%100,0

Katılımcıların %37,9'ü *üniversite/yüksekokul* okuduğunu belirtmiştir. %31,5 oranıyla 64 katılımcı *lise* mezunudur. *İlkokul* ve *ortaokul* eğitim derecesindeki katılımcılar, ayrı ayrı %13,3 oranını temsil etmişlerdir. %3,9 oranıyla 8 katılımcı *lisansüstü* eğitim derecesine sahiptir. Ankete katılanların büyük çoğunluğunu en az *lise* mezunu olanların oluşturması, eğitim düzeyine göre, konuya olan ilgiyi ve internet mecralarına katılımın bu kişilerde

daha fazla olduğunu göstermektedir. Ayrıca Almanya’da bir mesleği icra edebilmek için en azından lise düzeyinde konuya ilişkin eğitim alınması gerekmektedir. Bu sebeple, lise ve üzeri okul bitirmiş olanların sayısı daha fazladır.

Tablo 34. Anket Çalışmasına Katılanların Haberleri Takip Ettikleri Ülkenin Medyasına Göre Dağılımı

Değer	N	%
Her ikisinden	129	%64,0
Türk Medyasından	49	%24,6
Alman Medyasından	22	%11,3
Toplam	200	%100,0

Haberleri nereden takip ediyorsunuz sorusuna katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu %64,0 oranıyla *her ikisinden* (hem Alman hem de Türk mediasından) takip ettiklerini göstermişlerdir. %24,6 oranıyla *Türk mediasından*, %11,3 oranıyla *Alman mediasından* takip ettiklerini işaretlemişlerdir. Haberleri her iki ülkenin mediasından takip etmeleri, olayları karşılaştırma yeteneklerine sahip olmalarını ve sorulara daha bilinçli cevap vermelerini sağlamıştır.

Tablo 35. Anket Çalışmasına Katılanların Haberleri Takip Etme Sıklıklarına Göre Dağılımı

Değer	N	%
Her gün	161	%79,8
Haftada Birkaç kez	30	%15,2
Ayda birkaç kez	8	%4,4
Takip etmem	1	% 0,5
Toplam	200	100,0

Anketin ilk bölümünün son sorusu olan *haberleri hangi sıklıkla takip ediyorsunuz* sorusuna katılımcıların çok anlamlı bir çoğunluğu *her gün* cevabını vermiştir. Ankete katılan 200 kişiden 161’i %79,8 oranını oluşturarak *her gün takip ederim* seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşılık sadece 1 katılımcı *takip etmem* seçeneğini işaret etmiştir ki bu, çalışmanın seyri açısından anlamlı bir fark yaratmamıştır. *Haftada birkaç kez* takip

ederimi işaretleyen 30 (%15,2) kişi bulunmuştur. *Ayda birkaç kez* takip edenlerin sayısı ise 8'dir (%4,4).

Tablo 36. Haberlerin Takip Etme Sıklığı ve Takip Ettikleri Medyanın Karşılaştırılması

	Alman Medyası		Türk Medyası		Her ikisi		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Her gün	15	%9,4	35	%22,0	109	%68,6	159	%100,0
Haftada birkaç kez	6	%19,4	9	%29,0	16	%51,6	30	%100,0
Ayda birkaç kez	1	%11,1	4	%44,4	4	%44,4	8	%100,0
Takip etmem	0	%0,0	0	%0,0	1	%100	1	%100,0
Total	22	%11,0	48	%24,0	130	%65,0	200	%100,0

Katılımcıların haberleri takip etme sıklıkları ve takip ettikleri ülkenin medyası karşılaştırıldığında, büyük oranda *her gün* ve *hem Alman hem de Türk medyasından* haberleri takip ettikleri görülmektedir. Katılımcıların %68,6'sı haberleri *her gün*, *her iki medyadan* da takip ettiklerini belirtmişlerdir. Haberleri takip etmem diyen 1 kişi vardır ve o da her iki medyadan seçeneğini işaretlemiştir. Haberleri *haftada birkaç kez* takip ettiğini belirtenler yine ağırlıklı olarak %51,6 oranıyla *her iki medyadan* takip ettiklerini ifade etmişlerdir. *Ayda birkaç kez* takip ettiğini belirten katılımcılar %44,4 oranıyla Türk medyasından ve yine %44,4 oranıyla her iki medyadan da takip ettiklerini belirtmişlerdir. Sonuç itibariyle, araştırmaya katılanların yarısından fazlası haberleri her iki ülkenin medyasından ve her gün takip etmektedirler. Ankete katılanların büyük çoğunluğunun 'her gün' haberleri takip ediyor olması, gündemde yaşanan gelişmelere karşı duyarlı olduklarının bir göstergesidir. Anketin devamındaki bölümlerde görüleceği gibi, gurbetçilerin haberleri sıklıkla takip etmeleri, haberlerin toplum üzerinde etkili olmasını teyit eder niteliktedir.

Tablo 37. Alman Medyasındaki Türk ve Türkiye Haberlerinin İçeriklerine Yönelik Sorulara Verilen Cevaplara İlişkin Analiz Sonuçları

	1 ²⁸		2		3		4		5		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Alman medyasının Türklerle ilgili haberleri abartılıdır.	134	%67,0	28	%14,0	23	%11,5	13	%6,5	2	%1,0	200	100,0
Almanya medyasındaki Türkiye ve Türklerle ilgili haberler siyasi konjonktürden etkilenmektedir.	132	%66,0	29	%14,5	18	%9,0	20	%10,0	1	%0,5	200	100,0
Almanya'daki Türkler Almanya medyasında çeşitli suçlar ile anılmakta, Alman vatandaşlarının gözünde kötü insanlar olarak temsil edilmektedirler	126	%63,0	25	%12,5	32	%16,0	14	%7,0	3	%1,5	200	100,0
Almanya medyasında siyasi gelişmelere bağlı olarak yapılan haberler yüzünden Türklere karşı yabancı düşmanlığı son yıllarda artmıştır.	137	%68,5	24	%12,0	24	%12,0	13	%6,5	2	%1,0	200	100,0
Almanya medyasında Türkiye tehlikeli bir yer olarak gösterilmektedir	136	%68,0	27	%13,5	18	%9,0	15	%7,5	4	%2,0	200	100,0
Haberler İslamofobi'yi artıracak niteliktedir	143	%71,5	20	%10,0	20	%10,0	12	%6,0	5	%2,5	200	100,0
Türk vatandaşları Alman medyasında kavgacılıkla suçlanmakta, Müslümanlığın terörle birlikte anılması yüzünden zaman zaman terörist muamelesi görmektedir	122	%61,0	23	%11,5	19	%9,5	31	%15,5	5	%2,5	200	100,0

Anketin 2. ve 3. Bölümünü oluşturan sorular, likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Katılımcılar bu bölümde yöneltilen 7 soruya ağırlıklı olarak *kesinlikle katılıyorum* cevabını vermiştir. *Alman medyasının Türklerle ilgili haberleri abartılıdır* seçeneğine katılımcıların %67,0'ı *kesinlikle katılıyorum* derken, %14'ü *katılıyorum* seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %11,5'i *kararsız* olduğunu belirtmiştir. *Kesinlikle katılmıyorum* %1,0 ve *katılmıyorum* %6,5 seçenekleri en az işaretlenen seçenekler olmuştur.

200 katılımcının %66'sı, *Almanya medyasındaki Türkiye ve Türklerle ilgili haberler siyasi konjonktürden etkilenmektedir* sorusuna *kesinlikle katılırken*, %14,5'i katıldığını, %9'u *kararsız* olduğunu, %10'u *katılmadığını* ve %0,5 oranıyla ile sadece 1 kişi *kesinlikle katılmadığını* belirtmiştir.

Almanya'daki Türkler Almanya medyasında çeşitli suçlar ile anılmakta, Alman vatandaşlarının gözüünde kötü insanlar olarak temsil edilmektedirler sorusuna, diğer cevaplarda olduğu gibi %63 oranıyla en fazla *kesinlikle katılıyorum* cevabı verilmiştir. %12,5 oranı *katılıyorum* seçeneğini, %16 oranı *kararsızım* seçeneğini, %7 *katılmıyorum* ve %1,5 oranı *kesinlikle katılmıyorum* seçeneğini temsil etmektedir.

Katılımcıların %68,5 ile yarısından fazlası, *Almanya medyasında siyasi gelişmelere bağlı olarak yapılan haberler yüzünden Türklere karşı yabancı düşmanlığı son yıllarda artmıştır* sorusuna *kesinlikle katılıyorum* demiştir. %12'si *katılıyorum*, yine %12'si *kararsızım* seçeneğini işaretlemiştir. %6,5'i *katılmıyorum*, %1'i ise *kesinlikle katılmıyorum* seçeneğine tıklamıştır. Almanya medyasında Türkiye tehlikeli bir yer olarak gösterilmektedir sorusuna %68 oranıyla en fazla *kesinlikle katılıyorum* denmiştir. %13,5'i *katılıyorum*, %9'u *kararsızım* derken, %7,5'i *katılmadığını*, %2'i ise *kesinlikle katılmadığını* ifade etmiştir. *Haberler İslamofobi'yi artıracak nitelikte olduğunu* belirtenlerin %71,5'i *kesinlikle katılıyorum* seçeneğini işaretlemiştir. Bu seçenek, haberlerin içeriği (2.bölüm) bölümündeki sorulara verilen en yüksek ortalamaı temsil etmektedir. %10'u *katılıyorum*, %10'u *kararsızım* derken, %6'sı *katılmıyorum*, %2,5'i *kesinlikle katılıyorum* seçeneğini tercih etmiştir.

Bölümün son sorusu olan *Türk vatandaşları Alman medyasında kavgacılıkla suçlanmakta, Müslümanlığın terörle birlikte anılması yüzünden zaman zaman terörist muamelesi görmektedir* değişkenine göre verilen cevaplar %61 *kesinlikle katılıyorum*, %11,5 *katılıyorum*, %9,5 *kararsızım*, %15,5 *katılmıyorum*, %2,5 *kesinlikle katılmıyorum* şeklindedir.

Bu bölüm, araştırma sorularından *Medyada Türk vatandaşları nasıl temsil edilmekte ve nasıl bir 'Türk imgesi' inşa edilmektedir?* sorusuna cevap verecek niteliktedir. Alman medyasında Türk ve Türkiye temsillerinin olumsuz yapıldığı, gazete analizleri bölümünde ortaya konulmuştu. Katılımcıların verdiği cevaplara bakıldığında ise sonuçların birbiriyle uyum içinde olduğu görülmektedir. *Alman medyasında Türkiye ve Türklerle ilgili olumsuz nitelikte haberler vardır* iddiasına, Almanya'da yaşayan gurbetçilerimiz arasında, ankete katılan 200 kişinin yarısından fazlasının *kesinlikle katılıyorum* ve *katılıyorum* cevabını vermesi, araştırma varsayımlarımızın doğruluğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 38. Alman Medyasındaki Türk ve Türkiye Haberlerinin Gurbetçiler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Verilen Cevaplara İlişkin Analiz Sonuçları

	1 ²⁹		2		3		4		5		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra, Alman arkadaş çevrem bana mesafeli davranmaya başladı	125	%62,5	50	%25,0	6	%3,0	16	%8,0	3	%1,5	200	100,0
Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra Türklere ait iş yerlerine gelen Alman müşteri sayısı azaldı	129	%64,5	51	%25,5	11	%5,5	8	%4,0	1	%0,5	200	100,0
Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra, iş çevremde sorunlar yaşamaya başladım	87	%43,5	48	%24,0	17	%8,5	39	%19,5	9	%4,5	200	100,0
Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra çalıştığım işten çıkarılma riskiyle karşı karşıya kaldım.	45	%22,5	8	%4,0	17	%8,5	94	%47,0	36	%18,0	200	100,0

Bu bölümde yer alan değişkenler, araştırma sorularından *Alman medyasında Türk vatandaşlarına uygulanan yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımlar orada yaşayan vatandaşlarımızı ‘nasıl’ etkilemektedir?* Sorusuna cevap oluşturmaktadır.

Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra, Alman arkadaş çevrem bana mesafeli davranmaya başladı önermesine, katılımcıların büyük çoğunluğu (%62,2) *kesinlikle katılıyorum* cevabını vermiştir. İkinci büyük oran %25 ile *katılıyorum* seçeneğine aittir. Karasız olduğunu ifade edenlerin oranı %3, *katılmıyorum* diyenlerin oranı %8 ve *kesinlikle katılmıyorum* diyenlerin oranı %1,5’dir. Bu noktada, haberlerin gurbetçilerin nasıl etkilendiği kadar, Alman vatandaşlarının da nasıl etkilendiği durumu ortaya çıkmaktadır. Türkler, Almanların mesafeli yaklaşımlarıyla karşılaşırken, Almanların onlara bu mesafeyi koymalarına Alman medyası sebep olmuş demek mümkündür.

Benzer durum *Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra Türklere ait iş yerlerine gelen Alman müşteri sayısı azaldı* önermesinde de geçerlidir. *Kesinlikle*

katılanların cevabı %64,5 oranındadır. Onu takip edene *katılıyorum* seçeneği %25,5'dir. *Kararsız* cevabını verenlerin oranı %5,5, *katılmıyorum* %4 ve *kesinlikle katılmıyorum* diyenlerin oranı %0,5'dir. Almanların, Türklere ait iş yerlerine gelmemelerinin altında yatan sebeplerin büyük çoğunluğu, medya iletileri oluşturmaktadır. Zaten böyle bir soruyu sormamızın sebebi, pilot çalışma kapsamında derinlemesine görüşme yaptığımız kişilerin, haberler yüzünden böyle bir sorunla sıklıkla karşılaşıldığını belirtmiş olmalarındandır.

Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra, iş çevremde sorunlar yaşamaya başladım önermesine verilen cevaplarda yine *kesinlikle katılıyorum* (%43,5) ve *katılıyorum* (%24) seçenekleri yüksek oranda olsa da *katılmıyorum* %19,5 ve *kesinlikle katılmıyorum* %4,5 oranları dikkate alındığında diğer önermelere kıyasla aradaki fark keskin değildir.

Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra çalıştığım işten çıkarılma riskiyle karşı karşıya kaldım önermesinde ise oranlar ciddi ölçüde değişmiştir. *Kesinlikle katılıyorum* diyenlerin oranı %22,5, *katılıyorum* diyenlerin oranı %4 iken, *katılmıyorum* cevabı verenlerin oranı %47 ve *kesinlikle katılmayanların* oranı %18'dir. Bu iki soruya ilişkin verilen cevapların, *katılmıyorum* yönünde olması, Almanya'nın hala Türk işçilere ihtiyaç duyması ve bu yüzden işten çıkarmalar noktasında keskin davranmaması yüzünden olabilir. Zira başka konularda ayrımcılığı kolaylıkla yaratabiliyorlarken, bu durumda daha hassas davranmaları ancak böyle bir sebeple ilişkilendirilebilir.

Anketin üçüncü bölümünde, Türkiye ve Türkler Almanya medyasında olumsuz temsil ediliyor varsayımına göre, Almanya'da yaşayan Türklerin haberler sonucunda yaşadıkları çevrede, okulda, işte, gündelik hayatta ne gibi sorunlar yaşadıklarını, şiddetin hangi türüne maruz kaldıklarını tespit etmek amaçlandı.

Tablo 39. Alman Medyasındaki Türk ve Türkiye Haberlerinin Gurbetçilere Üzerindeki Fiziksel, Psikolojik ve Sosyolojik Etkilerine Yönelik Verilen Cevaplara İlişkin Analiz Sonuçları

	1 ³⁰		2		3		4		5		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Haberlerden etkilenen Almanlar, Türk siyaseti ve siyasetçileri ile ilgili görüşlerimi sık sık soruyorlar	163	%81,5	18	%14,0	4	%2,0	3	%1,5	2	%1,0	200	100,0
Türkiye'deki siyasetle ilgili sordukları sorulara verdiğim cevaplar yüzünden ayrımcılık yaşıyorum	136	%68,0	37	%18,5	7	%3,5	16	%8,0	4	%2,0	200	100,0
Haberler yüzünden Türk çocuklarına, siyasi, dini ve kültürel nedenlerle baskı ve ayrımcılık yapılmaktadır.	156	%78,0	32	%16,0	6	%3,0	4	%2,0	2	%1,0	200	100,0
Sokakta/ işte/ okulda hakarete maruz kalıyorum	38	%19,0	23	%11,5	6	%3,0	81	%40,5	52	%26,0	200	100,0
Sokakta/ işte/ okulda fiziksel şiddete maruz kalıyorum	7	%3,5	2	%1,0	3	%1,5	90	%45,0	98	%49,0	200	100,0
Dini semboller olarak algılanan dış görünüşüm (başörtü, giyim tarzı, sakal vb.) nedeniyle ayrımcılığa maruz kalıyorum	120	%60,0	36	%18,0	12	%6,0	22	%11,0	10	%5,0	200	100,0

Haberlerden etkilenen Almanlar, Türk siyaseti ve siyasetçileri ile ilgili görüşlerimi sık sık soruyorlar önermesine katılımcıların %81,5'i *kesinlikle katılıyorum* demiştir. %14'ü ise *katılıyorum* seçeneğini işaretlemiştir. %2,0 oranında *kararsızım* cevabı verilirken, *katılmıyorum* ve *kesinlikle katılmıyorum* verilen cevaplar %1 oranında olup, son derece düşüktür. Alman medyasında yer alan Türk ve Türkiye haberleri, genellikle politika haberlerinden oluşmaktadır. Bu yüzden, katılımcıların neredeyse tamamı, Almanların kendilerine siyaset hakkında sık sık soru sorduklarını ifade etmişlerdir.

Hemen ardından gelen soru, *Türkiye'deki siyasetle ilgili sordukları sorulara verdiğim cevaplar yüzünden ayrımcılık yaşıyorum* şeklindedir. Buna %68 ile katılımcıların yarısından fazlası *kesinlikle katılıyorum* demiştir. %18,5'i *katılıyorum* derken, %3,5'i *kararsız* olduğunu, %8'i *katılmadığını* ve %2'si *kesinlikle katılmadığını* ifade etmiştir. Bu sorulara *katılmıyorum* cevabı verenler arasında, Almanlarla sıkı ilişkiler içinde olmayanlar vardır ve bu yüzden katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bunu, açık uçlu sorular

30 1, Kesinlikle Katılıyorum; 2 Katılıyorum; 3 Kararsızım; 4 Katılmıyorum; 5 Kesinlikle Katılmıyorum

bölümünde belirtenler ve bizimle direk iletişime geçenlerden aldığımız bilgilere göre söylemekteyiz

Haberler yüzünden Türk çocuklarına, siyasi, dini ve kültürel nedenlerle baskı ve ayrımcılık yapılmaktadır. Önermesi, gurbetçilerin en çok önemsedikleri konulardan biridir. Bu soruya katılımcıların %78'i *kesinlikle katılıyorum* ve %16'sı *katılıyorum* cevabını vermiştir. Gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler ve açık uçlu sorular bölümüne yazılanlar dikkate alındığında, etnik kökene ve dine dayalı ayrımcılığın en belirgin alanı olarak çocuklar ve okullar söz konusudur. Çocuklara yapılan bu baskı ve ayrımcılık, çocukların etnik özelliklerinin dışında, ailelerinin siyasi eğilimleri dolayısıyla da kendini göstermektedir. Böylesi bir tavır, insan haklarının öne çıktığı ülkelerin başında gelen Almanya için son derece olumsuzdur. Sosyalizasyonun ilk basamaklarından okul, bireylerin gelecek tüm yaşantısına sirayet edebileceğinden, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Katılımcıların %3'ü *kararsız* kaldığını belirtmiş, %2,'i *katılmamış*, %1'i ise *kesinlikle katılmamıştır*.

Haberlerin en önemli etkilerinden biri *Sokakta/ işte/ okulda hakarete maruz kalıyorum* önermesindedir. Zira bundan öncekiler, daha sessiz tavırları içerirken, bu ve ardından gelen önermeler, yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımların pratikteki ifadesini içermektedir.

Söz konusu önermeye 200 katılımcının büyük çoğunluğu katılmıyorum %40,5 ve *kesinlikle katılmıyorum* %26,0 *katılmıyorum* şıklarını kullanmıştır. %3,0'ı *kararsız* olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %19'u *kesinlikle katılıyorum* ve %11,5'i *katılıyorum* şıklarını işaretlemiştir. Bu noktada katılımcıların büyük çoğunluğu, sözel şiddet yaşamadığını ifade etse de buna katılanların olması üzücü bir durumdur. Ayrıca başka sebeplerle katılıyorum şikkını işaretlemeyenler de söz konusudur. Gurbetçiler, Almanlarla iç içe yaşamadıkları için doğrudan hakarete maruz kalmayıp *katılmıyorum* seçeneğini işaretlemişlerdir. Neticede, etnik köken, din gibi ayrımcı sebeplerle tek bir insanın bile hakarete uğraması sorunlu bir durumdur.

Sokakta/ işte/ okulda fiziksel şiddete maruz kalıyorum ifadesine, katılımcıların neredeyse tamamı, kesinlikle katılmadığını ve katılmadığını belirtmiştir. %49'u *kesinlikle katılmadığını*, %45'i katılmadığını işaretlemiştir. 7 (%3,5) kişi, *kesinlikle katılıyorum* derken, 2 kişi *katılıyorum* ve 3 kişi *kararsızım* şıklarından birini işaretlemiştir. Şiddet

gördüğünü ifade eden katılımcıların bazıları, bunu açık uçlu sorular bölümünde yazmıştır. Bir önceki soruda olduğu gibi, burada da bir kişi dahi olsa, etnik kökeni, dini, ten rengi gibi gerekçelerle fiziksel şiddete maruz kalınması insan haklarına aykırı bir davranış olduğu gibi, ivedi çözüm gerektiren bir problemi ifade etmektedir.

3. bölümün son sorusu olan *Dini semboller olarak algılanan dış görünüşüm (başörtü, giyim tarzı, sakal vb.) nedeniyle ayrımcılığa maruz kalıyorum* ifadesine, katılımcıların %60'ı kesinlikle katılıyorum, %18'i katılıyorum, %6'sı kararsızım, %11'i katılmıyorum ve %5'i kesinlikle katılmıyorum seçeneklerini kullanmıştır.

Sokakta fiziksel şiddete maruz kalma düşük iken, psikolojik şiddet durumunun yüksek oranda katılımı olmasının, Almanya'da yaşayan Türklerin doğrudan fiziksel şiddete karşılaşmamasına rağmen, psikolojik olarak baskı altında hissettiklerini sonucunu vermiştir. Almanya'da yaşayan Türklere yapılan ayrımcılık psikolojik olarak mobinge ve sosyolojik olarak etnik ayrımcılığa sebep olmaktadır.

Araştırmanın Likert ölçekle uygulanan tutum sorularının son bölümü *Alman medyasında Türk vatandaşlarına uygulanan yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımlar orada yaşayan vatandaşlarımızı 'nasıl' etkilemektedir?* Temel araştırma sorusuna cevap verecek veriler içermektedir. Aynı zamanda araştırma hipotezlerinden *H² Alman medyasında Türk vatandaşları ve Türkiye ile ilgili olumsuz temsil niteliğinde haberlerden dolayı Almanya'daki vatandaşlarımız yabancı düşmanlığı, İslamofobi, göçmen karşıtlığı sorunlarıyla karşı karşıyadırlar* hipotezi de sınanmıştır.

Haber analizlerinde, Alman medyasında, köktendinci, gerici, yobaz, Avrupa dışı Türk insanı profili yaratıldığı görülmüştür. Bundan etkilenen Almanların, özellikle din ve siyaset konularındaki yaklaşımlarının, ankete katılan gurbetçiler tarafından olumsuz olduğu ortaya çıkmış ve *olumsuz temsil niteliğinde haberler vardır ve Almanya'daki vatandaşlarımız bu haberlerden dolayı bir takım olumsuz sorunlarla karşı karşıyadırlar* hipotezi desteklenmiştir.

Alman medyasında Türk vatandaşlarına uygulanan yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımlar orada yaşayan vatandaşlarımızı olumsuz etkilemektedir demek bu örneklem kümesi içinde mümkündür.

3.5.5.3. Açık Uçlu sorular

Anketin ilk üç bölümüne katılan katılımcıların sayısı 200'tü. Fakat açık uçlu sorular bölümünde katılımcı sayısı 111 olmuştur. Buna rağmen sayı farklılığını tolere ederek, cevapları bu bölümde değerlendirmeye aldık. Zira katılımcıların son bölümde çeşitli nedenlerden dolayı, yazı yazmaktan çekindiklerini anladık. Kimi sıkıldığı için, kimi yazıyla kendini iyi ifade edemeyeceğini düşündüğü için, kimi Türkçe yazamadığı için, kimi söz konusunda bölümde ifşa olacağından korktuğu için bu bölümü boş bırakmış ya da hiç doldurmamıştır. Bölümdeki soruların tamamını yanıtlamayanlar da vardır. Yine de tezin çok önemli bir bölümünü oluşturan açık uçlu sorular kısmını araştırmaya dâhil ettik. Çünkü amaçlarımızdan biri Almanya'da yaşayan vatandaşların zihinlerinde olan, yaşadıkları, beklentileri ve sıkıntılarını tespit etmektir. Aşağıda sırasıyla 4 soruya verilen yanıtların her biri tablolastırılmıştır.

“Sizce Almanya medyasında olumsuz Türk imajının oluşturulmasına neden olan, Türklerle ilgili asıl sorun nedir? Lütfen aşağıdaki kutucuğa yazarak açıklayınız.” Sorusuna anketimize katılan 200 kişiden 111'i cevap vermiş, bunlardan da 95'i bu araştırmanın temel araştırma sorularından “ Türklerle ilgili temel sorun nedir, sorunun kökeninde yatan asıl sebepler nelerdir? Çözüm ne olabilir?” sorusuna cevap oluşturacak ve araştırmaya ışık tutacak nitelikte olmuştur. Katılımcıların soruya verdikleri yanıtlar başlıca 6 konuya işaret etmiştir.

Tablo 40. *Sizce Almanya medyasında olumsuz Türk imajının oluşturulmasına neden olan, Türklerle ilgili asıl sorun nedir?* Sorusunda Öne Çıkan Konu Başlıkları

Konu	N	%
Politik	31	%32,6
Etnik	17	%17,9
Dini	15	%15,8
Medya	15	%15,8
Ekonomik	10	%10,5
Etnik istismar	7	%7,4
Toplam	95	%100,0

Yukarıdaki rakamlar, cevapları dikkate alınan 95 katılımcının yazılarının içeriklerinden taranarak bulunmuştur. %32,6 ile en çok *politik* konularda sıkıntı yaşandığı söylenmiştir. Bunu *etnik nedenler* %17,9 ile takip etmektedir. Etnik nedenlerden kastedilen; ırkçılık,

dışlama, ötekileştirme, asimilasyon karşıtlığıdır. Politik ve etnik sorunlardan sonra en çok %15,8 oranıyla *din ve medya* yazılmıştır. %10,5 oranındaki ekonomik nedenler, katılımcıların Türkiye Cumhuriyeti'nin refah seviyesinde yükselmeler olduğu ve bu yüzden Türklerin olumsuz temsil edildiğini ifade ettikleri için seçenekler arasına konulmuştur. *Türk- Kürt ayrımını* ön plana çıkartıp kamplaştırmayı ifade eden etnik farklılığın istismarı ise %7,4 oranındadır. Katılımcıların tümünün cevapları tablolastırılmamış, basmakalıp cevaplara yer verilmemiş, konuyla ilgili öne çıkan cevaplar sıralanmıştır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir.

Tablo 41. *Sizce Almanya medyasında olumsuz Türk imajının oluşturulmasına neden olan, Türklerle ilgili asıl sorun nedir?* Sorusuna Katılımcıların Öne Çıkan Cevapları

Tarih ³¹	Katılımcının Cevabı
10.05.2018	<i>Bunu biraz daha iyi anlamak için Almanya'daki medya kuruluşlarının söz sahiplerinin (hissedar, yönetim, öne çıkarılan sunucu, yazar, vs.) daha hangi kuruluşlarla ilişkili olduğunu ve/veya hangi kuruluşlardan bugünkü makamlara getirildiklerine bakın.</i>
13.05.2018	<i>Basının yabancı düşmanlığı, Türkiye'den gelen gazetecilerin yazdıkları kötüleyici yazılar. Mesela kimsenin tanımadığı kişiler çıkıp televizyonda ya da gazetede Türkiye'yi kötülerse ondan iyisi olmuyor. İşte bu 15 Temmuz'un etkisi var tabi. Kaçıp gelen Türkiye kötü derse tabi olumsuz imaj olur.</i>
10.05.2018	<i>Türklerle ilgili esas sorun siyasi göçmen olarak Almanya'ya sığınmak isteyen Türklerin, çeşitli uydurma hikâyelerle, kendilerini Almanya'ya kabul ettirmek için olumsuz bir Türkiye imajı yaratmış olmaları ve 20 yıl öncesinde başlayan Kürt akınıdır.</i>
12.05.2018	<i>Almanya'da yaşayan Türk ve Kürt Kökenli İnsanların Sayın Cumhurbaşkanına olan nefreti. Ve onların Almanları yalan yanlış haberlerle bilgilendirmesi.</i>
	<i>Vatanımızı çekememektir. Ülkemizi kısıtlıyorlar. Ve şu anda yükseldiğimiz, güçlendiğimiz için bizi her yandan vurmaya çalışıyorlar ama beceremiyorlar. Bunlarda bu yüzden daha da çok kin ve nefret kusuyor. Türkiye çok ilerledi ve ilerleyecek. Bizim güçlenmemizle, Avrupa'nın maddi yönden çok zarar gördüğü yerler var. Mesela İstanbul'a açılacak olan dünyanın en büyük havalimanı. Bu sırf bir misal. Daha nice nice şeyler. Onlar haliyle zarar edince karşı çıkıyorlar.</i>
04.05.2018	<i>Türk ve Kürtün aynı milletmiş gibi gösterilmesi. Fakat burada Kürt derken Doğu ve Güneydoğudan gelen dürüst milliyetçi gerçek Kürtlerden bahsetmiyorum. Almanya'da vatanını satıp menfaatleri çıkarınca şekilden şekile giren asimile olmuş Kürt kimliğine sığınan insanlardan bahsediyorum. Alman devletini sahte evraklarla kandırıp burada bir gün dahi çalışmadan tek kelime Almanca bilmeden PKK'nın avukatları sayesinde oturma izni alıp binlerce avro yardım alıp hepsini ihanet ettikleri Türkiye'ye kaçırıp yatırım yapılıyor. Alman halkı da bunu çok iyi bildiğinden ister istemez genelleme yapanlar aralardan çıkıyor.</i>
28.05.2018	<i>Vatanımızdaki gelişimi medya yoluyla kötü gösterip, gelişmemizi güçlenmemizi engellemeye çalışıyorlar.</i>
28.05.2018	<i>Yukarıdaki güçlerin beyaz ırkı kullanarak Türk silahlı kuvvetleri üzerinde kontrol sağlamaya çalışmasının yanında, Avrupa'daki beyaz ırkın devamlı bir düşmana ihtiyacının olması... Önce Osmanlı'ydı, Yahudiler oldu, sonra komünizm öcü yapıldı şimdide İslam, Türkler ve Rusya... Yukarıdaki güçler, Avrupa halkına hep bir öcü bulmuştur.</i>
30.05.2018	<i>Kendi içlerinde bastırdıkları ırkçılık, ötekileri kabullenememek. Kendilerini üstün ırk olarak görmek.</i>
31.05.2018	<i>Alman medyası birçok konuyu abartarak Türklerin imajını sarsmaya çalışmaktadır. Asıl sorun Almanya'da yaşayan Türklere kendi ülkelerinin ne kadar kötü bir yer ve Almanya'nın ne kadar güvenli bir ülke olduğunu göstermeye çalışmaları olabilir.</i>
21.06.2018	<i>Almanya tamamen ırkçı bir millet. Temel sebebi bu Müslüman olmak Almanya'da adeta bir suç olarak görülmekte ne yapsanız saygınlığınız sıfır yasalar önünde herkes gibi eşit görünsek de Almanların gözünde asla eşit değiliz.</i>

31 Katılımcıların ankete katıldıkları tarihler belirli bir düzene göre değil, verdikleri cevaplara göre yazılmıştır.

10.08.2018	<i>Ben 40 senedir Almanya'da yaşıyorum. Zaten bizimle ilgili olumlu düşünceleri yoktu. Türkler sadece onlar için çalışsın sonra gütsin diye bakıyorlardı. Gazeteler de son zamanlarda iyice Türkleri sorunlu olarak yansıtmaya başladı.</i>
14.08.2018	<i>Türklerle ilgili asıl sorun çok kendi içlerine dönük gettolaşmış vaziyette yasamalarıdır. Türkler kendi dar çevrelerinde yaşayıp geleneklerini sürdürmektedirler. Bu durumu Almanlar, entegrasyon politikalarının eksikliğinden kaynaklandığı şeklinde yorumluyorlar. Entegrasyon dediğiniz de aslında asimilasyon. Yani tam olarak kendilerine de benzetemediklerinden kaynaklanan bir düşmanlık söz konusu bana göre.</i>
21.08.2018	<i>Alman milleti (medyada çalışanlar olsun) Türk 'Müslüman' halkını çekememezlik durumu olduğundan dolayı her türlü ayrımcılığı görüyor gurbetçilerimiz. Asıl sorun Türkler Almanya'da kendilerini yetiştirmeleri daha yüksek makamlara ulaşması bu nedeniyle Alman milletin üst konuma geldikleri için okul üniversite ya da kariyer olsun her daim başarılı Türk gördüklerinde elinden ekmeğini aldıklarını düşünüyorlar... Anlatacak çok şey var bu kutuya sığmaz :)</i>
21.08.2018	<i>Açıkçası ben bizden korktuklarını düşünüyorum. Çünkü eski zamanlarda ben hiç kimseyle siyaset konuşmuyordum. O zamanlar Türkiye konuşulmuyordu. Bu korkuyu oluşturan ise Alman medyasıdır. Eskiden kimse bana cumhurbaşkanını sormazken şimdi herkes ama herkes bana bu soruyla geliyor. (Türkiye'de ne oluyor?) Bu son Andrew Brownson tutuklanmasında bile bana "Erdoğan geldi ne oldu kira değer kaybetti" dediler. Ama asıl meseleyi açıkladığımda hak verdiler. Yani Alman medyası konuyu farklı yansıtmaktadır. Hatta geçen Alman medyasında Erdoğan Apple telefon kullanan bir kişiyi tutukladığını yayınladı. Boykotu bir ceza olarak gösterdiler. Aslında Almanların işi aramızdaki düşmanlık Alman medyasının beyin yıkamasıdır. Eskiden siyaset konuşulmazken şuan her dakika siyaset konuşuluyor. Ve bu yüzden çoğu kişi farklı davranmaya başlıyor. Yani bir Türk kötü davrandı diye bir Türk üzerinden bütün Türkleri suçluyorlar ki bu yanlıştır. Her ırktan kötü insanlar ve iyi insanlar vardır.</i>
01.03.2019	<i>Sorunun temeli siyasidir. Mevcut Türk hükümeti ve siyasi söylemi Almanya'da kabul görmüyor. İkinci temel sorun da İsrail güdümlü Axel Springer medyası bulunuyor. Başta Bild gazetesi, Başkan Erdoğan'ın siyasetini ağır dille eleştirmekte. 900'ün üzerinde cami derneği bulunan Diyanet İşleri Türk İslam Birliği'ni (DİTİB), Türkiye'den görevlendirilen imamlar ile Türkçe öğretmenlerini Erdoğan'ın uzun kolu diye lanse etmekte. DİTİB'in etkisini ortadan kaldırmaya ve ona alternatifler oluşturmaya çalışmakta. Erdoğancılar medyada uyumsuz, karıştırları ise özgürlük yanlısı olarak lanse edilmekte.</i>
05.08.2018	<i>Türkiye'deki siyasi olaylar ve 15 Temmuz sonrası kötü imaj arttı. Bence siyasi ilişkilerden kaynaklanıyor</i>
15.07.2018	<i>Vatanımıza sahip çıkıyoruz. Hakaretlerine iftiralarına karşı geliyoruz. Türkiye'miz eskisi gibi gavurun sömürdüğü ülkeler arasından ayrıldı, artık soyup yağmalayamıyorlar</i>
18.09.2018	<i>Türkiye'ye zarar vermek için her türlü yola başvuruluyor. Türkiye'nin ilerlemesi, büyümesi ve gelişmesi problem.</i>
17.09.2018	<i>Müslüman olmamız. Türklerin asimile olmaması ve kültürüne bağlı olması.</i>
31.05.2018	<i>Siyasetçilerin söylemleri ve Almanya'nın mevcut hükümete karşı olan tavrı.</i>
14.05.2018	<i>Asıl sorun Almanların modernleşmiş köleliği getirmek istiyorlar. Göçmenleri çocuk parası gibi avantajlarla oraya bağlıyorlar. Okuyup ilerlemelerini engelliyorlar.</i>
14.05.2018	<i>Almanya ekonomik sıkıntı yaşıyor. Türkler hazırda bulunan suç parmağı gösterilebilecek kişi. Diğer yandan artık Almanya'da yaşayan nesil eğitim görmüş bilgili insanlar. Temizlikçi inşaatçı olarak çalışırken en iyisi bizdik, ama bugün Almanlarla denk bir konumda veya hatta onlardan daha üstün bir seviyede olmak istediğimize tahammül edemiyorlar</i>
17.05.2018	<i>Türkiye ve Türkler diye bir sorun yok. İşin özü Almanların Cumhurbaşkanı Erdoğan'la olan sorunları. Bu sorun da olumsuz olarak Almanya'daki Türk vatandaşlarına yansımaktadır.</i>
22.05.2018	<i>Çoğunlukla siyasi sebepler. Merkel ve Erdoğan'ı arasında geçen her şey bize yansıyor. Türkiye'deki siyasi görüşünüzü soruyorlar ve ona göre muamele yapıyorlar.</i>

Politik sorunların başında, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan yer almaktadır. Pek çok gurbetçi, Cumhurbaşkanının Almanya'da sevilmemesi üzerine, Türklerin orada sorun yaşadıklarını ileri sürmüştür. Basının olumsuz temsillerinde de yine Recep Tayyip Erdoğan olduğu dikkati çekmektedir. Alman basınına ek olarak İsrail basınına da değinen katılımcılar, olumsuz Türkiye ve Türk temsili için sistematik biçimde ve medya yoluyla

yanlış bilgiler yayınlandığını ileri sürmüştür. Türklerin Müslüman olması bir diğer başat sorunu oluşturmaktadır.

Bunların arasında, temel araştırma soruları arasında yer almayan ‘ekonomi’ seçeneği ön plana çıkmıştır. Katılımcılar, Türkiye’nin ekonomik yükselişinin Türk temsili konusunda etkili olduğunu ifade etmişlerdir. 28.05.2018 tarihinde ankete katılan kişi “*Avrupa halkına hep bir öcü bulmuştur.*” İfadesiyle, yüzyıllardır süregelen şarkiyatçılığa ve öteki imgesine gönderme yaparak medeni Avrupa’nın hala bazı konuları aşamadığını göstermiştir. Yine başka bir katılımcı “*Kendi içlerinde bastırdıkları ırkçılık, ötekileri kabullenememek. Kendilerini üstün ırk olarak görmek.*” İfadesiyle etnik ötekinin, irki değerlerle açıklanmasına gönderme yapmıştır. Sorunun kökenini medya ve ekonomi ile bağdaştıran başka bir katılımcı şöyle demiştir: “*Vatanımızdaki gelişimi medya yoluyla kötü gösterip, gelişmemizi güçlenmemizi engellemeye çalışıyorlar.*”.

“*Yani bir Türk kötü davrandı diye bir Türk üzerinden bütün Türkleri suçluyorlar ki bu yanlıştır*” genellemesi ise dikkat çeken başka bir ifadedir. Buna göre Alman medyasında genellemeler ve basmakalıp söylemlerle Türk temsili yapıldığı desteklenmektedir.

“*Basının yabancı düşmanlığı, Türkiye’den gelen gazetecilerin yazdıkları kötileyici yazılar. Mesela kimsenin tanımadığı kişiler çıkıp televizyonda ya da gazetede Türkiye’yi kötülerse ondan iyisi olmuyor. İşte bu 15 Temmuz’un da etkisi var tabi. Kaçıp gelen Türkiye kötü derse tabi olumsuz imaj olur.*” Bu yazı, medyanın dezenformasyonunu ve etnik istismarı karşılayan bir cevaptır. Neticede uluslararası siyasi liderlerin problemleri başka bir şey, ülkeyi tümünden kötülemek üstelik Türk kimliği altında yapmak başka bir şey. Bu durum milliyetçilik değerlerini ve ülke bekasını tehlikeye attığı gibi, Türk ve İslam kimliği için de son derece olumsuz yaklaşımlara neden olmaktadır. Fetöcüler ve PKK’lılar için Almanya’nın bir sığınak gibi olması, korunup kollanmasının önemli bir faktör olduğu anlaşılmıştır.

Etnik istismarla ilgili “*Size göre bu sorunun temelinde yatan sebepler nelerdir?*” sorusuna anketimize katılan 200 kişinin 77’si konuyu bir öncekinde olduğu gibi din, politika, medya, ekonomi, etnik ve etnik farklılığın istismarına ek olarak; kültürel, eğitimsel ve tarihsel sorunları da dâhil ederek cevaplamışlardır.

Tablo 42. *Size Göre Bu Sorunun Temelinde Yatan Sebepler Nelerdir?* Sorusunda Öne Çıkan Konu Başlıkları

Konu	N	%
Politik	17	22,1
Dini	16	%20,8
Ekonomik	10	%13,0
Etnik	9	%11,7
Tarih	8	%10,4
Kültür	6	%7,8
Eğitim	5	%6,5
Medya	4	%5,2
Etnik istismar	2	%2,6
Toplam	77	%100,0

İlk tabloda olduğu gibi, *politik sebepler* yine en çok değinilmiş seçenektir. Onun hemen ardından gelen *dini sebepler* 16 kişi (%20,8) tarafından dile getirilmiştir. Katılımcılardan 10 (%13,0) kişi *ekonomik gerekçelerin* sorunun temel sebebi olduğunu gösterirken; 9 (%11,7) kişi de *etnik sebeplerin* temel olduğunu yazmıştır. Türkiye ile Almanya arasından yüzyıllardır var olan ilişkinin bugünkü olayların müsebbibi olduğunu düşünen 8 (%10,4) kişi vardır. Almanya'ya giden Türklerin asimile olmayışı ve kültürlerini korumalarını gerekçe gösteren 6 (%7,8) kişi; konuyu göçmenlerdeki *eğitim eksikliği* ile ilişkilendiren 5 (%6,5) kişi; temel sorunu medya kaynaklı bulan 4 (%5,2) kişi ve *etnik istismarı* gerekçe gösteren 2 (%2,6) kişi bulgulanmıştır. Katılımcılardan bu konu başlıklarını gerekçe gösterenlerden bazılarının ifadeleri aşağıdaki şekildedir.

Tablo 43. *Size Göre Bu Sorunun Temelinde Yatan Sebepler Nelerdir?* Sorusuna Katılımcıların Verdiği Bazı Cevaplar

Tarih	Katılımcının Cevabı
06.05.2018	<i>Almanya'nın Türkiye üzerinde eskisi gibi söz sahibi olamaması. Türkiye'nin yeni projeleri.</i>
08.05.2018	<i>Almanya'da çok sayıda Türk vatandaşının olması ve büyük bir kısmının kendi öz kültürlerini devam ettirme gayreti ve asimile olmayışımız.</i>
10.05.2018	<i>Ekonomik ve Siyasi sebepler. Misal: Su an Frankfurt (Almanya) havacılık sektörünün lojistik merkezi, Yunanistan'ın 14 hava limanını Almanya şirketi Fraport aldı. Türkiye İstanbul'da, dünyanın en büyük havalimanını yapıyor, aynı zamanda İpekyolu Tren hattı da havalimanına yakından geçecek ve bir de Kanal İstanbul açıldığında İstanbul lojistik konusunda 1 numara olacak çünkü hava, tren ve gemi üzerinden lojistik bir noktada buluşacak. Almanya Frankfurt lojistik merkezi olarak Türkiye'ye kayacak. Tabi ki bu projelerin yapılması ve bitmesinin garantörü Erdoğan. Onun için Erdoğan işlerine gelmiyor.</i>
10.05.2018	<i>Eğitimsizlik ama bu sadece okul eğitimi değil kültürel eğitimsizlik. Kendini hiç bir yere ait hissedememe ve ailelerin çocukları üzerindeki yanlış eğitim anlayışları (otoriter eğitimle</i>

	yetiştirilmiş olduklarından çocuklara da aynı eğitimi vermeye çalışıyorlar ama çocuk daha ilkokulda gençlik dairesinin çocukların arkasında olduğu öğretiliyor ve çocuklar çok küçük bir sıkıntıda anne, babayı şikâyet ediyor ve zaten çocuğun en zor zamanı olan ergenlikte aileler parçalanıyor ya da bunlar olmasın diye aile çocuğa yanlışlarını bile korkudan söyleyemiyor çocukta sınır tanımaz oluyor.).
10.05.2018	Ekonomik sebeplerle Almanya'ya yerleşmek isteyen Türkler, ekonomik mülteci kabul edilmediği için siyasi göçmen statüsüyle Türkiye'yi olumsuz temsil etti. Örneğin polis, asker bize kötü davranıyor vs. dediler. Bu durumun bu kadar ileri boyuta taşınıp Türkiye imajını çok olumsuz etkileyeceğini onlar da düşünememişti bence.
11.05.2018	Aşırı Alman milliyetçiliği, aşırı muhafazakârlık (Hristiyanlık). Ayrımcılık, globalleşme karşıtlığı, faşizm. Kendi iç sorunlarını ve meselelerini yabancı düşmanlığına dönüştürüyorlar. Ayrıca kendi işlemiş oldukları insanlık suçlarını dünya kamuoyunda örtbas etme çabası içindeler.
13.05.2018	Bizim kendi insanımız yaratıyor bu sorunu. Almanlarda bilgi eksikliği çok fazla. Onlar sadece gazetede, internette gördüğüne inanıyor. Bizde bunu düzeltmek için uğraşmıyoruz aman bizi sevmeyin diye. Ben sürekli konuşuyorum iş çevremde de soruyorlar sürekli Türkiye kötü filan diyorlar "hayır öyle değil doğrusu bu" diye anlatmaya çalışıyorum. Bizim savunmamız lazım, ya bak Türkiye'de demokrasi var sandığınız gibi değil diye anlatmamız lazım. Çünkü onlar kendilerine rakip olarak görüyorlar Türkiye'yi.
31.05.2018	Türkiye'yi bu kadar kötü bir ülke olarak göstermeye çalışmalarının altında yatan sebep kendilerine pay çıkarmak ve Türkiye'ye yapılan yatırımları, turizmi vs. engellemeye çalışmak olabilir.
30.07.2018	Avrupa siyasetinin Ortadoğu'daki çıkarları ve bu çıkarlarına engel olan cumhurbaşkanı Erdoğan. Dolayısıyla gerçekleştirilen yalan haber ve dezenformasyonlarla itibarsızlaştırma ve karalama kampanyası yürütülmekte.
01.08.2018	Zaten Türkler çok da istemiyorlar. Cumhurbaşkanımızın Avrupa ülkelerine karşı tutumu da bu dışlamayı çoklaştırıyorlar. Yani hepsi siyasi. Yani gazeteler de önemli. Mesela Almanlar başlıkları okuyor sonra oo Türkiye korkunç diyor. Türkiye'ye gitmeyelim öldürürler filan gibi.
14.08.2018	Türkler ilk geldiklerinde Almanya'ya, bavullarından kendi kültürlerini de çıkardılar. Bundan da mümkün mertebe vazgeçemediler. Üçüncü kuşak bu konuda biraz daha yozlaşmış durumda aslında. Fakat yine de geçmişten gelen bir önyargı sürmekte. Tabi İslamofobi'yi de unutmamak gerek. İslamın terörizme meyal temsili tüm Türklere mal ediliyor.
01.03.2019	Din ve ırk Türk olmak düşman olmaktır derin bir ırkçılık söz konusudur çünkü. Ayrıca Müslüman olmamız itici olarak karşılanmakta ve giyimimiz onlara garip gelmektedir. Bizi bu anlamda küçümsemektedirler.
01.03.2019	Medyada Türkiye'nin politikası kötülendiği için.
05.03.2019	Sorunun sebebi işte Türk-İslam düşmanlığı. Türkiye'nin son yıllardaki kalkınması onları çok rahatsız ediyor. Güçlü meydan okuyan bir Türk başkanına alışık değiller o yüzden bu nefret bu kadar arttı. Mevzu Türklerin daha güçlü, özgüvenli olması.
14.03.2019	Sorunun temelinde Türkiye karşıtlarının (Fetö'cüler başta olmak üzere) çalışmaları yatmakta.
11.02.2019	Bu sorunun temelinde yatan sebep Türk ve Müslüman'ı hazımsızlık. Ancak olayın sadece tek tarafı da yok elbette. Türk ve Müslüman'lar da her şeye rağmen değerlerinden taviz vermemelidir.
08.06.2018	Sebepler aramaya gerek yok Türk'ü Kürt'e düşürüp Türkiye'mizin yok olmasını istiyorlar başka bir açıklaması yok.
18.09.2018	Kapalı olanların otomatikman Ak Partili olduğu düşünülerek düşmanlık duyuluyor.
17.09.2018	Türkleri genel olarak sevmemeleri, Müslüman ve yabancı karşıtlığı
31.05.2018	Alman medyası, dış ülkeler ve Türkiye'nin gelişmesi.
01.02.2019	Geçmişte Yahudilerle yaptıkları tecrübeden haz almaları, Osmanlı, Türk'ten geçmişte çocuklarına korkuyla bahsetmeleri, ruh hastası oranının açıklanan istatistiklerin 90 kat fazla oluşu...

Bu ifadelerin çoğunluğu, yine siyasi nedenlere gönderme yapmaktadır. Siyasi içerikli diğer cümleler, yine Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan üzerinden kurulmuş, sorunun temelini Erdoğan ve Erdoğan'ın desteklenmesi olduğu belirtilmiştir. 01.08.2018 tarihli katılımcı "Zaten Türkler çok da istemiyorlar. Cumhurbaşkanımızın Avrupa ülkelerine karşı tutumu da bu dışlamayı çoklaştırıyorlar. Yani hepsi siyasi." İfadesiyle, doğrudan Türkiye iktidarını destekleyenlerin dışlandığını anlatmaktadır. Aynı katılımcı basının etkisine şu sözlerle dikkat çekmiştir: 'Gazeteler de önemli.

Mesela Almanlar başlıkları okuyor sonra ‘ oo Türkiye korkunç’ diyor. Türkiye’ye gitmeyelim öldürürler filan gibi’. Bu durum medyanın sansasyonelleştirici etkisini ve kamuyu yönlendirme gücünü doğrudan ortaya koymaya bir örnektir. Benzer bir tutum 30.07.2018 tarihli katılımcıdan gelmiştir: “ *Avrupa siyasetinin Ortadoğu’daki çıkarları ve bu çıkarlarına engel olan cumhurbaşkanı Erdoğan. Dolayısıyla gerçekleştirilen yalan haber ve dezenformasyonlarla itibarsızlaştırma ve karalama kampanyası yürütülmekte.*” Yalan haber ve dezenformasyon söylemleriyle, taraflı, çıkarıcı ve manipülatif Alman basını imajı güçlendirilmiştir.

Din ve etnik ayrımcılığa burada da değinilmiştir: “ *Din ve ırk Türk olmak düşman olmaktır derin bir ırkçılık söz konusudur çünkü*” ve “*Aşırı Alman milliyetçiliği, aşırı muhafazakârlık (Hristiyanlık)*” ifadeleri, Alman ırkçılığının, bütün çabalara ve geçen yıllara rağmen devam ettiğini göstermektedir.

“Ekonomik sebeplerle Almanya’ya yerleşmek isteyen Türkler, ekonomik mülteci kabul edilmediği için siyasi göçmen statüsüyle Türkiye’yi olumsuz temsil etti. Örneğin polis, asker bize kötü davranıyor vs. dediler” şeklindeki ifade ise sorunun kökenini Türkiye’de aramaya yönlendiriyor. Ekonomik durumundan şikâyet eden vatandaşa elbette çözüm kendi ülkesinden gelmeli. Bu yollara başvurulması durumu ortadan kaldırılmalı. Ancak ne olursa olsun gerçekliği yansıtmayan söylemlerle bir insanın kendi ülkesini kötülemesinin olumlanacak bir tarafı yoktur. Zira bu durum, uzun vadede siyasi ve ekonomik sorunlara neden olmaktadır. İncelediğimiz gazetelerde, siyasi mülteci pozisyonuna başvuran göçmenlerin bu söylemleriyle Türkiye’nin istibdat altında bir ülke olarak yabancı basına yansıdığını gördük. Ülkenin kolluk kuvvetlerinden kimselerin devreye girmesi için yasadışı bir durum söz konusu değildir. Yalnızca kendi ekonomisini kurtarmak için ülkesini yalan yanlış söylemlerle kötülenmesi, uluslararası arenada Türklerin yarattığı Türk imajı açısından son derece üzücüdür.

Başka bir söylemde şu şekildedir: “*Eğitimsizlik ama bu sadece okul eğitimi değil kültürel eğitimsizlik. Kendini hiç bir yere ait hissedememe ve ailelerin çocukları üzerindeki yanlış eğitim anlayışları eğitim.*” Burada hem gurbetçilerin kültürel anlamda eğitim yetersizliği olduğu hem de yine kimlik geliştirme noktasında yaşanan sıkıntılar vurgulanmıştır.

“İşiniz, komşu çevreniz ve gündelik hayatınızda bununla ilgili ne gibi olaylar yaşıyorsunuz?” Sorusu bu çalışma için son derece önemlidir. Çünkü burada, tamamen kendi görüşleriyle yaşantılarıyla aktarılmış çarpıcı cümleler vardır. Öne çıkan konu başlıkları şu şekildedir: eğitimsel ayrımcılık, etnik ayrımcılık, dışlama, tartışma, alay, hakaret, şiddet, siyasi eleştiri ve sembolik ayrımcılık. Anketine bu bölümüne anlamlı cevap verenlerin sayısı 78’dir.

Tablo 44. *İşiniz, komşu çevreniz ve gündelik hayatınızda bununla ilgili ne gibi olaylar yaşıyorsunuz?* Sorusunda Öne Çıkan Konu Başlıkları

Konu	N	%
Siyasi eleştiri	18	%23,1
Dışlama	11	%14,1
Hakaret	10	%12,8
Tartışma	9	%11,5
Etnik ayrımcılık	8	%10,3
Eğitimsel ayrımcılık	8	%10,3
Sembollere dayalı ayrımcılık	7	%9,0
Alay	4	%5,1
Şiddet	3	%3,8
Toplam	78	%100,0

Yukarıdaki tabloda, diğer ikisinde olduğu gibi, *siyaset* ön plana çıkmıştır. 18 (%23,1) katılımcı siyasi sebepler yüzünden günlük hayatta sıkıntı yaşadığını dile getirmiştir. Bunu *dışlama* 11 (%14,1) katılımcıyla, *Hakaret* 10 (%12,8) katılımcıyla takip etmiştir. *Günlük hayatta Almanlarla tartışma* yaşayanların sayısı 9’dur (%11,5). *Etnik ve eğitimsel ayrımcılığa maruz kalan* kişilerin sayısı her ikisi için ayrı ayrı 8 (%10,3), *sembolik ayrımcılığa maruz kalanlar* ise 7’dir (%9,0). *Alaycı yaklaşımlarla karşılaştığını* 4 (%5,1) kişi belirtirken, 3 (%3,8) kişi de *şiddete maruz kaldığını* yazmıştır. Bu yazılardan öne çıkanlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 45. *İşiniz, komşu çevreniz ve gündelik hayatınızda bununla ilgili ne gibi olaylar yaşıyorsunuz? Sorusuna Katılımcıların Öne Çıkan Cevapları*

Tarih	Katılımcının Cevabı
13.05.2018	<i>Bir kere giyim kuşam doğrudan etkiliyor. İşte sakal bırakan, başörtüsü takan dışlanabilir. Sığınmacı mülteci ve yabancı kelimeleri en sevmediğim kelimeler. Bunları sürekli duyuyoruz en büyük ayrımcılık bu işte. Bu dünya hepimizin kimse dünya üzerinde herhangi bir yerde kimseyi dışlayamaz. Bir de Türkiye’de yapılanlar çok küçümseniyor. Bizzat haberlerde gördüm, Türkiye’nin iktidarı İstanbul’a sadece bir tane cami yaptı başka bir şey yapmadı diye. Hâlbuki kendilerinin ekonomisi kötüye gidiyor, işsizlik çok fazla, nasıl ucuza işçi çalıştırırız diye bakıyorlar. Zaten her şey çok pahalı. Hep kendileri iyi biz kötü gibi gösteriyorlar. Almanya tek ve en iyi; Türkiye kötü tehlikeli. Hatta Türkiye’ye giden Almanlara bile farklı gözle bakıyorlar turistik amaçlı gidenlere orası tehlikeli sen niye gidiyorsun oraya ne gerek var diyorlar şahit oluyorum bunlara.</i>
31.05.2018	<i>Özellikle iş yerinde her fırsatta Türkiye’nin durumu ile ilgili eleştirilere ve alay konularına maruz kalmaktayım. Hatta tatillerini dahi iptal ettiklerini duymaktayım.</i>
21.08.2018	<i>Bir Anne kız tarafından o kadar çok kötü söze maruz kaldım üstüne üstelik bide şiddet uyguladı annesi..... Sonuç hiç dokunmadığım kıza vurduğum diye geçti ve su anda olay mahkemelik durumda ben kurban iken suçlu olarak tutanak tutuldu.</i>
28.05.2018	<i>Hepimizi burada Suriyeli yerine koyuyorlar. Türkiye’de sokakta kâğıt toplayan çingeneye hissedilen bize burada hissediliyor.</i>
03.08.2018	<i>Şimdi işsizim mesela okul hayatım Türk düşmanlığı yüzünden bitti. Lisenin bitmesine 6 ay kala okuldan atıldım. Kavga ettim çünkü Türklere hakaret ettikleri için</i>
21.08.2018	<i>Sokakta kesinlikle kapalı olduğum için “Erdoğan” olmuş oluyorum. Otobüste, trende, metro da yanıma genelde kimse oturmaz. Birçok yerde staj veya iş imkânı yok çok zor bulunuyor. Hocalar birden derste konuyu dine veya siyasete bağlayıp soru sorabiliyor. Veya sokakta herhangi biri gelip siyasi görüşümü sorabiliyor. Bunu bir Alman da yapamaz ama bizde yapma cesaret bulabiliyor çünkü bizi küçük görüyorlar ve saygı duymuyorlar.</i>
05.02.2019	<i>Başörtüm olduğu zamanlarda yoldan geçerken Almanlardan aşırı küfür ve hakaret duyuyorum. Türklerden adeta nefret ediyorlar. Eşim yanımdayken bir şey demiyorlar ama tek iken pencerelere çıkıp hakaret ediyorlar. Pis Türkler diye bağırıyor bir komşum ne zaman görse beni. Küfürün haddi hesabı yok.</i>
15.02.2019	<i>Ben türbanlı biriyim. Bu yüzden hakaret hatta fiziksel şiddete varana kadar ırkçı davranışlarla karşılaşırım. Zaman geçtikçe ırkçılık daha çok artıyor.</i>
18.07.2018	<i>Ben Telekom şirketi işletiyorum. Benden hat alan bir Alman “direkt Erdoğan’ı arayabilir miyim?” diye dalga geçiyor. Şunu anlıyoruz Erdoğan ve Erdoğan’ı savunanlara karşı extra düşmanlık besliyorlar.</i>
10.05.2018	<i>En basiti, dünyanın her hangi bir yerinde Müslüman isimli biri Terör olayına atıldığı zaman ondan önce ilk Terör damgasın biz yiyoruz. Buna göre değerlendirebilirsiniz</i>
10.05.2018	<i>Genellikle arkadaşlarımız Türklerden oluşuyor. Kültürel farklılıkların da sebebi olarak, Almanları daha soğuk buluyor ve Türklerle arkadaşlık kurmayı tercih ediyoruz. İş çevresinde ister istemez Almanlarla bir aradayız. Örneğin benim çalıştığım iş yerinde tek Türk benim. Sürekli olarak Türkiye ile ilgili sorular soruyorlar, Müslümanlıkla ilgili bunalımcı derecede sorularla karşı karşıya kalıyorum. Her zaman net olarak kendi düşüncemi yansıtmam mümkün olmuyor. Dalga geçmeyi çok seviyorlar Almanlar mesela, kendileriyle bile dalga geçiyorlar, o yüzden düşüncelerinizi kabul ettirmek çok zor. Ben artık Alman iş arkadaşlarıma da söylüyorum ne dersem diyeyim siz bu haberlerin doğruluğuna inanıyorsunuz ve benim bu imajı tek başıma değiştirebilmem neredeyse imkânsız. Ironik bir şekilde haberciliğin de objektif olduğuna inanıyorlar, bu da Türk imajının değiştirilmesi son derece olumsuz bir faktör. Eksik veya manipüle edilmiş haberlerin doğrusunu anlatmaya çalışsam da “hayır haberciler yalan söylemez, yansızlar” diyorlar. Türkiye düşmanlarını seviyorlar. Onlar dost olmak için Türkiye’yi kötülemek yeterli. Mesela Kürtlerin en iyi yaptığı şey bu</i>
12.05.2018	<i>Gündem sürekli Türkiye ve hükümeti. Her sorunu Türk hükümetinin yapmış olduğu politikaların sonuçlarına bağlama. Bu haberleri düzenleyenler ise Türkiye’den göç etmiş Kürt kökenli sol görüşlü Alman yazarlar. Bunların bağlı olduğu medya gruplar ise başta Yahudi, Ermeni ve PKK diasporası oluşturmaktadır. Bunların kafası hala Türkiye’yi terk ettikleri gibi sanmalıdır. Ayrımcılık, fikir, düşünce çatışması yaratma çabası içinde olmalarından kaynaklanmaktadır. Çatışma ortamı oluşturarak yabancıları Avrupa’da kötü haberlerle yansıtarak karalama kampanyası yürütmekte ve kitle algı yönetimi tekniklerini sonuna kadar kullanmaktalar.</i>
30.07.2018	<i>Sosyal yaşamda sokakta Almanların ikincil bakışlarını kaldırmak zorunda kalıyoruz. İş hayatında gerek patron gerekse iş arkadaşlarımızın Erdoğan taraftarı veya karşıtı olduğumuzu anlamak için çeşitli sorularına muhatap olmak zorunda kalıyoruz.</i>
10.08.2018	<i>Benim etrafımda Almanlar yok zaten. Emekliyim de. Önceden yaşıyorduk tabi sorunlar. Mesela namaz. Mescit. Bunlar bizim için büyük sorundu. Diğer ülkelerde ezanlar hala yasak mesela. Şimdi</i>

	<i>de işte torunlara okulda soruyorlar hep "siz kimci siziz? Ailen hangi partiyi destekliyor?"'. Buna göre dışlanıyorlar. O yüzden çocuklar artık görüşlerini saklamaya başladı. Yoksa bize ülkenize geri dönün diyorlar. Biz de vatanın her toprağına kurban oluruz tabi. Ama orada da belli bir düzenimiz oluştu. Özellikle çocuklar torunlar.</i>
24.12.2018	<i>Çocuklarımızın okul yaşamında sıkıntı var. Ayrımcılık yapılıyor. Başörtüm yüzünden dışlanmam zaten her zaman oluyor. Biz de çok fazla Almanların olduğu yerlerde bulunmamaya çalışıyoruz.</i>
15.12.2018	<i>Her zaman yaşıyoruz. Almanlarla olduğumuz her an başörtümüz sorun çıkarıyor, ben bir kaç kez hakarete uğradım mesela başörtüm yüzünden.</i>
11.05.2018	<i>Bulduğum köyde şahsımın ve ailemin bunlardan farklı olduğumu gerçekten Alman disiplini ile çalıştığımı göstermeye çalışıyorum fakat bu ön yargıyı yıkmak tamamen bitirmek zor.</i>
30.06.2018	<i>Ben Erasmus'ı Samsun'da yapmak istiyordum. 15 Temmuzdan dolayı benim başmüdürüm gitmemi onaylamadı Ohal'den dolayı. Türkiye'deki "gerginlikten" dolayı. Bende gerginlik yok herkes kendi halinde gayet mutlu bir şekilde devam sürdürüyor işini hayatını dedim, oradaki ailemle sürekli irtibattayım dedim. Yani başmüdürümle 20-30 dakikalık bir konuşma yaptım. Başmüdürüm o kadar dominant bir kadın ki ikna etmek çok zor dedi tüm international ofisindeki işçiler bence hiç çabalama dediler. Çok batıya yönelmiş bir kadın. Ben pes etmedim. Gittim konuştum ve başardım. Kadın onayladı. Ve herkes şaşırdı. Ben gayet düz bir seviyede seviyeli bir şekilde yorumlarımı tepkilerimi verdim</i>
21.07.2018	<i>Örneğin lisede başörtüm yüzünden hocaların bana önyargılı davrandığını söyleyebilirim ve bunlar maalesef notlarına da yansıtıyordu.</i>
23.05.2018	<i>Erdoğan'ı destekliyorsan bir diktatörü destekliyorsundur görüşü çok yaygın.</i>
19.08.2018	<i>Bu zamana kadar sadece okulda problem yaşadım her zaman not kesiyorlardı hak ettiğim notu vermiyorlardı. Hakkını arasan sanki hepsi ağız birliği olmuş gibi birbirine destek çıkıyordu</i>
26.11.2018	<i>Özellikle başörtüsü meselesi çok fazla din düşmanlığı çok fazla Müslümanları terörist olarak görülüyor ve bunu her fırsatta dile getiriyorlar.</i>
21.11.2018	<i>Soru sormaya başlıyorlar neden mesela bu adamı (politikler) seçiyorsun yani ağızımızı aramaya başlıyorlar cevabımız iyi mi olacak ya da hiç takmıyormuş gibi mi cevap vereceğiz diye.</i>
29.06.2018	<i>AK Partiliyim' veya 'Erdoğan'ın politikası doğru' dediğimde Almanların kafasına yerleştirilen önyargı gün yüzüne çıkıyor, bakış açısı değişiyor.</i>
14.05.2018	<i>İşyerinde helal harama çok dikkat edilmiyor. Okullarda Türklerin okuyup ilerlemelerini engelliyorlar.</i>

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu siyasi eleştirilerin hedefindeki ismin yine Cumhurbaşkanı Erdoğan olduğunu belirtmektedirler. Yaşadıkları ayrımcılığın da kaynağı olarak aynı isim gösterilmektedir. Aynı durum sembolik ayrımcılıkta da geçerlidir. Başörtüsü kullanan veya sakal bırakan insanlar doğrudan Erdoğan ile ilişkilendirildiğini belirtmişlerdir.

"Sokakta kesinlikle kapalı olduğum için "Erdoğancı" olmuş oluyorum. Otobüste, trende, metro da yanıma genelde kimse oturmaz. Birçok yerde staj veya iş imkânı yok çok zor bulunuyor. Hocalar birden derste konuyu dinime veya siyasete bağlayıp soru sorabiliyor. Veya sokakta herhangi biri gelip siyasi görüşümü sorabiliyor. Bunu bir Almanda yapamaz ama bizde yapma cesaret bulabiliyor çünkü bizi küçük görüyorlar ve saygı duymuyorlar." Bu söylem, etnik ayrımcılığı, politika, eğitim ve sosyal yaşantı ayrımcılığıyla açıklamaktadır. *"Ben türbanlı biriyim. Bu yüzden hakaret hatta fiziksel şiddete varana kadar ırkçı davranışlarla karşılaşıyorum. Zaman geçtikçe ırkçılık daha*

çok artıyor’’ ile ’’Başörtüm olduğu zamanlarda yoldan geçerken Almanlardan aşırı küfür ve hakaret duyuyorum. Türklerden adeta nefret ediyorlar’’ sözleri ise ırkçılığın Almanya’daki güncelliğini koruduğunu ve hatta arttığını göstermektedir.

Alaycı ifadeler ve hakaretler de söz konusudur. Bir telefon şirketi işleten katılımcı *“Benden hat alan bir Alman “direkt Erdoğan’ı arayabilir miyim?” diye dalga geçiyor”* demiştir. Alay ve hakaretinde odağında, çoğunlukla Cumhurbaşkanı Erdoğan olduğunu görmekteyiz. Bunlarla birlikte katılımcılardan bazıları, İslami terör örgütleri ve eylemleri yüzünden, terörist muamelesiyle karşı karşıya kaldıklarını belirtmişlerdir.

Üniversite eğitimini Almanya’da gerçekleştirilmiş, uluslararası siyaset bilimi alanında çalışmalar yapan bir Türk profesör³², basında yer alan haberlerin Alman halkı üzerindeki etkisinin ne derece ciddi olduğunu şu örnekle ifade etmiştir: *“Facebook’ta yaptığım bir paylaşımın altına Alman bir arkadaşım; “Siz Türkiye’de İstibdat altındasınız şeklinde bir yorum yazdı. Ben de durumun böyle olmadığını, basında yer aldığı gibi dikta yönetimi olan bir ülkede yaşamadığınızı ifade ettim. O sıralar Van’da idim. Arkadaşım ısrarlar ‘ biliyorum sen konuşamıyorsun, orada konuşursan sıkıntı yaşarsın, biz seni Gürcistan sınırından kaçıralım’ dedi. Kaçmayı gerektirecek ya da beni töhmet altında bırakacak olayların olmadığını anlatmakta güçlük çektim. İşte Almanlar, basında yer alan haberlere kesinlikle doğruymuş gibi, kayıtsız şartsız inanıyorlar...’’*

Bu örnek, haberde yer alan en ufak sözcüğün bile güçlü etkiler yarattığını anlatmaktadır. Basılı gazetenin aksine, internet gazetelerindeki haber sayısının daha fazla olması, aynı gönderiye daha sık maruz kalan insanlarda, olayın gerçek mi kurmaca mı olduğunu tahlil etme yeteneğini sınırlamaktadır. Bu da haberlerin olduğu gibi gerçek kabul edilmesi sonucunu doğurmaktadır.

Genel olarak bakıldığında, hemen hemen tüm cevapların siyasi bir temele dayandığı, bunun Erdoğan gerekçe gösterilerek yapıldığı görülmüştür. Dışlama, çifte standart, dine ve etnik kökene dayalı ayrımcılığın da yaygın olduğu görüşleri belirtilmiştir. Bunların çıkış noktası olarak medya iletileri gösterilmektedir. Medyanın kitleler üzerinde ne denli etkisi olduğu, ankete katılanlar tarafından da belirtilmiştir. Bu çalışma kapsamında bizim öne sürdüğümüz hipotezlerimizden *“Alman medyasında Türk vatandaşları ve Türkiye*

32 Görüşme yapılan kişinin kimlik bilgileri, üniversite etik kurallarına uymayacağı gerekçesiyle verilmemiştir.

ile ilgili her geçen gün artan sayıda olumsuz temsil niteliğinde haberler vardır ve Almanya'daki vatandaşlarımız bu haberlerden dolayı bir takım olumsuz sorunlarla karşı karşıyadırlar'' hipotezini desteklemektedir.

Açık uçlu soruların ve anketin son sorusu olan “Bu sorunun çözülmesi, kötü imajın düzeltilmesi için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz? Almanya’da yaşayan vatandaşlarımız neler yapmalı? Türkiye Cumhuriyeti Devleti neler yapmalı? Lütfen düşüncelerinizi belirtiniz.” seçeneğine 63 katılımcı cevap vermiştir. Katılımcıların çözüm önerileri: siyasi çözüm, medya temsili ile ilgili çözüm, kültürel tanıtmaya bağlı çözüm, eğitimsel çözüm ve STK’lar dolayısıyla çözüm şeklindedir.

Tablo 46. Bu sorunun çözülmesi, kötü imajın düzeltilmesi için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz? Almanya’da yaşayan vatandaşlarımız neler yapmalı? Türkiye Cumhuriyeti Devleti neler yapmalı? Sorusuna Yönelik Çözüm Önerileri

Konu	N	%
Medya temsili ile ilgili çözüm	21	33,3
Siyasi çözüm	16	24,4
Kültüre dayalı çözüm	16	24,4
Eğitimsel çözüm	6	9,5
STK temelli çözüm	4	6,3
Toplam	63	100,0

Soruya anlamlı cevap veren katılımcıların 21’i (%33,3 oranıyla) en çok, medya kaynaklı çözüm üretilmesini önermiştir. Yoğunlaşılan diğer iki alan siyasi çözüm ve kültüre dayalı çözüm olmuştur. Katılımcılar her ikisinde de eşit orandadır (%24,4). Türk göçmenlerin eğitim düzeylerinde yükselmeler olmasını öneri olarak sunan 6 (%9,5) kişi vardır. STK’ların Almanya’da güçlenmesi ve etnik bütünlük oluşturulmasını isteyen kişi sayısı 4’tür (%6,3).

Tablo 47. *Bu sorunun çözülmesi, kötü imajın düzeltilmesi için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz? Almanya'da yaşayan vatandaşlarımız neler yapmalı? Türkiye Cumhuriyeti Devleti neler yapmalı sorusuna? Yönelik Çözüm Önerilerinden Detaylı İncelemeye Değer Bulunan Örnekler*

Tarih	Katılımcının Cevabı
06.05.2018	<i>Türkiye ve Almanya geçmişten gelen dostluğu yeniden hatırlamalı. Siyasi söylemler karşılıklı yumuşatılmalı. Önyargının ve tek taraflı anlatımın ortadan kalkabilmesi için görüşmelerin sıklaştırılması. Almanyalı Türklerin komşuları ile diyalogu artırıp Türkiye gerçeklerini anlatabilmesi ve komşularının Türkiye'ye gitmesini sağlayabilmesi gerek.</i>
09.05.2018	<i>Türklerle Müslümanlarla pozitif haberler yapılmalı.</i>
10.05.2018	<i>Türkiye, devamlı açık ve net olarak tavır alması lazım, Alman medyasına karşı kendi medyamızı ortaya çıkarmamız lazım. Lobi teşkilatları ve imajı yapılanması lazım. Misal, ben kendim Gezi olaylarından bu yana milleti kendi çapımda gerçek haberlerle bilgilendirmeye çalışıyorum.</i>
10.05.2018	<i>Bu sorunların çözülebilmesi için öncelikli olarak devletimizin buradaki vatandaşlarımızın iyi bir organize edecek olması lazım. Bu yapı öncelikli olarak vatandaşlarımızı Alman vatandaşlarıyla nasıl iyi ilişkiler içerisinde olabiliriz? kendimize Alman siyasetinde nasıl bulabiliriz? Bunu organize etmesi lazım. Almanya'da 40000 veya 50000 civarında Ermeni vatandaşı yaşamaktadır Sadece iyi bir organize oldukları için istediklerini alabilmektedirler. 3 milyona yakın Türk vatandaşı iyi bir organize edilmediği için bütün sorunları yaşamaktadır. Sorunların çözümü iyi bir organize olmak ve Alman siyasetinde aktif rol almaktan geçmektedir. Türk derneklerimizin Alman sivil toplum kuruluşları ile ilişkilerine güçlendirdiği zaman karşılıklı programlar yapıldığı zaman sorunların daha da az olacağına inanıyorum. Okullarla ilişki kurmadığımız takdirde sivil toplum kuruluşlarının ilişkilerimizi geliştirmede müddetçe ve Alman siyasetinde aktif rol almadığımız zaman sorunların çözüleceğine inanmıyorum. Hepinize saygılar.</i>
11.06.2018	<i>Gençlerle ilgili olanının çözülmesi için önce ailelerin eğitilmesi sonra aidiyet hissi verilmeli. Hangi ülke olursa olsun Türkiye ya da Almanya, bizim için değerlisiniz hissi verilmeli, diğer basında yer alan ideolojik çekişmeler, yanıltmalar maalesef giderilemez siz ağızınızla kuş da tutsanız yabancı düşmanlığı olanların fikirlerini değiştiremezsiniz.</i>
15.05.2018	<i>Bu imajın düzeltilmesinde en büyük etken yerel Türk medya kuruluşlarından geçiyor. Almanlar, Almanya'daki diğer azınlıklar örneğin Kürtler, basını çok iyi kullanan nitelikli gençler yetiştiriyorlar, bizim en büyük eksikliğimiz bu konuda. Basına yeterince önem vermiyoruz. Artı Türkiye Cumhuriyeti de yeterince burayla ilgilenmiyor. Sıkıntılarımıza çözüm önerileri sunulmuyor. Bizim önerdiğimiz çözüm önerileri de kabul edilmiyor. Burada bir diaspora var ve yeterince lobi faaliyeti yok. Bence siyasi kanatta lobi faaliyetleri yapılmalı ve ısrarla söylüyorum basını Almanya'daki Türkler iyi kullanmalı.</i>
10.05.2018	<i>Türk ve İslam toplumunun her alanda (başta medya, ekonomik, dini, eğitim, kültür, hukuksal) birlik oluşturulmalı. Ayrımcılığı körükleyici politikalardan vazgeçilmeli. Diaspora çalışmalarına ağırlık verilmeli. Yahudiler, Ermeniler, Kürtler burada bu şekilde diaspora faaliyetleri ile kendi haklarını ve toplumlarını koruyup geliştirmektedirler. Avrupa Birliği'nin bize karşı olan politikalarına karşı akılcı çözümler getirilmeli. Her alanda birlik olup tek ses olunmalı. Bunun için önce iç meselelerini çözüme kavuşturmuş her alanda hukuk ve özgürlükleri koruyup geliştirmekten geçiyor. Diğer bir konu ise Avrupa Birliği çalışmaları ya da benzeri çalışmaları bilimsel bir alanda işinin ehli uzmanlara yaptırılması elzemdir. Bu yapmış olduğunuz çalışmadan dolayı sizleri tebrik eder, çalışmalarınızda başarılar dilerim. (Not: klavyem Almanca olduğu için Türkçe karakterleri kullanamıyorum)Saygılarımla, bir Türk mesleki eğitim mağduru...</i>
12.05.2018	<i>Almanya da ki Türk Kökenli İnsanlar daha çok siyasi konuşması içeren TV programlarına katılması gerek. Ama sadece katılım ile yetinmemeliyiz. Almanca ana dili gibi konuşması gerek ve Türk siyasetini de A den Z kadar iyi bilmesi lazım. T.C. Devleti de ona göre adam yetiştirebilir.</i>
13.05.2018	<i>Biz yanlış bilgileri düzeltmeliyiz buradaki Türkler olarak. Yalan yanlış haberlerin doğrusunu anlatmalıyız. Karşı etki göstermeliyiz. Kavgayla değil ama mesela doğru haberler yaparak. Devletimiz bu konuda haberciliğe önem vermeli.</i>
27.05.2018	<i>Türk kültürünü tanıtacak etkinlikler yapılabilir. Türk gençlerine ciddi bir şekilde ahlak dersleri verilebilir.</i>
09.07.2018	<i>Türkler kendi örf ve adetlerini koruyabilseler ve bunu medya ile anlatabilseler aslında hiç bir sorun kalmaz ama medya yönünden çok yetersiz kalıyoruz.</i>
12.07.2018	<i>Avrupalı Türklerin, kendilerine yakışır şekilde örnek yaşam sergilemelerine dikkat etmeleri, Müslümanlığı ve Türklüğü laiki ile anlatmaları, çocuklarını kimlik ve dinlerini çok iyi öğreterek yetiştirmeleri gerekmektedir. Türkiye Cumhuriyeti, daha emin adımlarla yürümeli, stratejik ve ekonomik durumunu daha iyi bir konuma getirene kadar, şeffaf bir dış politika izleyebilir.</i>
30.07.2018	<i>Maalesef Alman kamuoyu tekerci medyadan beslenmekte de medyanın kendilerine yansıttığı Türkiye resmini özümsemekte. Alternatif haber kaynağı olmadığı için kendilerine dikte edilen her şeye inanmaktalar. İvedi olarak Almanya'daki Türk medyasının desteklenmesi ve alternatif Almanca haber kaynaklarının oluşturulması gerekmektedir.</i>

30.08.2018	<i>Türkiye’de yaşayanlar daha güzel bir Türkiye imajı yaratabilirler. Türkiye’nin güzelliklerini medyada internette göstermeli. İnternette düşüncelerini paylaşabilmeliler.</i>
14.08.2018	<i>Kesinlikle daha çok okumalı ve yazmalıyız. Kaderimize razı geldiğimiz sürece bizi ezmeye devam edecekler. Haber yazmalıyız roman yazmalıyız gerekiyorsa Facebook’ta yazmalı Tweet atmalı, Instagram ’da Türkiye’nin nasıl bir yer olduğuna dair fotoğraf paylaşmalıyız. Sosyal medya araçlarının buradaki fonksiyonu elzemdir.</i>
01.03.2019	<i>Bu konuda yapılacak şey medyayı doğru yönde kullanmak ve bizim itibarımızın da despot gösterilmemesi yönündedir. Çünkü burada haberler ister istemez abartılarak aktarılmakta bizler barbar olarak tanımlanmaktayız.</i>
02.03.2019	<i>Bu imajın düzeltilmesi için Türkiye’yi ve Türkleri doğru ifade edecek insanların artması ve STK’ların daha fazla desteklenmesi Hükümetimizin ve dolayısı ile Konsoloslukların her türlü sorunda kapılarını ve desteklerini artırmasını istiyorum şahsım adına... Saygılarımla...</i>
24.12.2018	<i>Devlet olarak bu şahıslar direk vatandaşlıktan atılmalı. Burada sivil toplum örgütleri de gerçekleri tarafsızca anlatmalı Alman halkını bilinçlendirmeli.</i>
15.07.2018	<i>Hakkını yedirtmeyeceksin. Aşağılık kompleksi yaşamayacaksın. Ezilip büzülürsen adam başına oturur. Kendi değerlerini yaşayacaksın, değerini bileceksin. Kendini gâvurdan daha iyi tanıyacaksın.</i>
01.05.2018	<i>Birbirlerine doğru şekilde sahip çıkmalı çete gibi dolaşılmalı, kültürümüzün güzel yanları Alman ırkına daha iyi anlatılmalı, hatta yaşayarak gösterilmeli.</i>
30.10.2018	<i>Bu çözümü olan bir sorun değil. Bunun tek çözümü iki taraflı siyasiler oy avcılığı için halkları düşman ediyorlar buda siyaset var olduğu sürece devam edecektir. (Arkadaşlarınızla siyasi tartışmaya girmeyin siz düşman olursunuz siyasiler yoluna devam eder)</i>
03.07.2018	<i>Biz gurbetçiler fikirlerini devamlı açıklama konuşması gerekiyor. Onların yalan medyasına inanmamız gerekiyor. Devletimiz bizim arkamızda olsun yeter, biz bu Almanlar ile başa çıkarız.</i>
26.05.2018	<i>Kültürümüzü başta olmak üzere dinimizi İslam’ı güzel şekilde anlatarak tanıtırırsak Türk kültürü sadece yemekten ibaret olmadığını gösterirsek olur, karşılıklı saygı gösterilmesi gerekir nasıl eskiden Osmanlı döneminde Yahudiler Müslümanlar vs. beraber yaşayabilirlerdi bunu tekrardan göstermemiz lazım. Almanlar bizim hakkımızda bir şey bilmedikleri için hep önyargıda bulunuyorlar, en başta Alman milleti bir kafalarındaki “Hitleri” çıkarmaları gerekir gerisi çorap söküğü gibi gelir.</i>

Türk- Alman siyasi ilişkilerinin iyileştirilmesi, katılımcılar için elzem görünmektedir. Zira pek çoğu, Almanya’da kurmuş oldukları düzeni bozup Türkiye’ye gelmek istememekte, bu yüzden oradaki şartları iyileştirmenin yolunu aramaktadır. Bu yolun geçtiği yeri ise Türkiye siyasilerinin çözümlerinde aramaktadırlar. Bu noktada medyanın rolüne kayda değer vurgu yapmışlardır. Sorunların ister siyasi ister ekonomik, ister kültürel veya etnik olsun, neticede medya dolayısıyla güçlendirildiğinin farkına varmışlar ve çözümü yine medyada bulmuşlardır. Hatta medyanın içine dâhil ettikleri, sosyal medya uygulamaları olmuştur. Bu durum, Almanya’da yaşayan vatandaşların medya ve internet tabanlı medya içeriklerinin etkenliğini ve yönlendirici özelliğini kavradıklarına işaret etmektedir.

Eğitim ve kültüre dayalı çözüm önerisi de dikkate değerdir. Yapılan görüşmelerde ve anket sonuçlarında, eğitim düzeyinin düşük olmasının Türk temsiline önemli yönü olduğu vurgulanmıştır. Kastedilen, yalnızca formel eğitim değil, kültürel bağlamda bir eğitimi de kapsamaktadır. Türk ailelerin özellikle 3. Kuşak ve sonrası çocuklarına Türk-İslam kültür unsurlarının doğru bir biçimde vermelerinin önemli olduğu belirtilmiştir. Bu şekilde, kültürünü daha iyi tanıyan çocuğun veya gencin, kültürel değerlerini doğru temsil

etmesi ve bulunduğu bölgedeki kanaati değiştirmeye yardımcı olması öngörülmüştür. STK'lar yoluyla da anımsanan eğitim biçiminin verilebileceği, doğru örgütlenmelerle, güçlü diasporalarla, gerek İslam imajı gerekse Türk imajının olumlu şekilde değiştirilebileceği önerilmiştir.

3.5.5.4. Ankete Katılanların Genel Yargıları

Çalışmadan çıkan sonuçlar, haberlerden dolayı Türklerin yabancı düşmanlığı, İslamofobi, göçmen karşıtlığı sorunlarıyla karşı karşıya olduğunu kanıtlamıştır. Anket çalışmasına katılan 200 kişinin ve pilot çalışmadaki 10 kişinin, Almanya'da Türklerin yaşadıkları sosyal, psikolojik ve fiziksel sorunlara ilişkin genel kanaatleri şunlardır:

- *Hakaret, ayrımcılık ve çifte standarda maruz kalıyoruz.*
- *Eğitim sorunlar yaşıyoruz.*
- *İş hayatında sorunlar yaşıyoruz.*
- *Toplumdan izole ediliyoruz.*
- *Sürekli siyasi konuşmalarla karşı karşıyayız.*
- *Burada dışlandığımızı hissediyoruz.*

Haberlerde ve haber fotoğraflarında, Türkiye'yi sembollerle ve kutuplaştırmalarla temsil ettiklerini bulduk. Katılımcıların büyük çoğunluğu, dini sembollerden dolayı ayrımcılığa maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu nefret davranışları, Türk politikasına dayanmaktadır. Katılımcılar sürekli olarak siyasi içerikli sorularla karşıladıklarını, verdikleri cevaplara göre muamele gördüklerini belirtmişlerdir. Örneğin bir katılımcının şu sözlerinde ayrımcılığın boyutları ortaya çıkmaktadır: “*Şimdi de işte torunlara okulda soruyorlar hep ‘siz kimci siz? Ailen hangi partiyi destekliyor?’ Buna göre dışlanıyorlar. O yüzden çocuklar artık görüşlerini saklamaya başladı*”. Başka katılımcılardan, türban taktıkları için doğrudan Türk iktidarı ile ilişkilendirilip, okul yaşamlarında ciddi sıkıntılarla karşılaştıkları ifade edilmiştir. Yine eğitimle ilgili, Türk çocuklarına çifte standart uygulandığı yazılmıştır. Bu, Almanya gibi İnsan Haklarının gelişmiş olduğu iddia edilen bir ülkede, eğitim öğretim hakkının kısıtlanması davranışını anlaşılabilir hale getirmiştir.

3.5.5.5. Türklerle İlgili Ön Kabuller

Yanlış temsillerden kaynaklanan, Türklerin Almanlar için ne ifade ettiğine yönelik basmakalıp yargılar ve ön kabuller şu şekilde sıralanabilir:

- *Türkler, köktendincidir.*
- *Din ve siyasetin birlikte olduğu, çağdışı yönetim şekillerini severler.*
- *Gerici ve yobazdırlar.*
- *İrrasyoneldirler.*
- *Olması gereken doğruları görmezden gelirler.*
- *Avrupa'yı benimseyememişlerdir.*

Yukarıdaki ön kabuller ve kalıp yargılar; Avrupa'da 16. Yüzyılda başlayan şarkiyatçılık meselesinin hala devam ettiğinin bir göstergesidir. Şarkiyatçılık bu defa, kitaplarda değil habercilik alanında ve internet mecrasında yaygınlaştırılarak karşımıza çıkmaktadır. 16. Yüzyılda, yalnızca okur-yazar olanlar gibi dar bir kesime hitap eden şarkiyatçılık, bugün, herkesin erişebildiği mecralarda, çok daha geniş kitleleri yönlendirecek durumdadır. Bu açıdan bakıldığında, sadece Almanya'daki Türklerin değil, genel olarak Türk dünyasının, hatta İslam dünyasının dezenformatif bilgilerin baskısı altında olduğu görülmektedir.

3.5.5.6. Ankete Katılan Almanya'daki Türk Vatandaşlarının Türkiye'den Beklentileri

Gurbetçilerin Türkiye'den beklentileri, siyasi kanattan çözümleri gerektirmektedir.

Beklentilerin belli başlıları şunlardır:

- *Siyasi liderler, söylemlerinde yurtdışındaki Türkleri anımsamalı.*
- *Sadece seçim zamanlarında değil, her zaman Almanya'daki varlığımız hatırlanmalı.*
- *Devletimizin bizim arkamızda olmasını bekliyoruz.*
- *Türk ve İslam toplumunun her alanda (başta medya, ekonomik, dini, eğitim, kültür, hukuksal) birlik oluşturulmalı.*

- *Güçlü bir lobi oluşturulması için, Türkiye Cumhuriyeti Devleti bizi desteklemeli, devlet erkânı ile birlikte bu konuda çalışmalar yapılmalı.*
- *Medyanın taraflı haberlerin kısıtlanması veya düzeltilmesi için, Türkiye Cumhuriyeti Almanya ile görüşmeler yaparak, basın durumunu irdelemeli.*
- *Almanya'daki Türkler döviz olarak değil, vatandaş ve dindış olarak görülmeli.*
- *Almanca, gurbetçi gibi ifadelerle Türkiye'de de ötekileştiriliyor. Bunun için Almanya'da yaşayan Türkler'in Türkiyeli olduklarını vurgulayan söylemler geliştirilmeli. Bunlar gerekirse okullarda anlatılmalı.*

3.5.6. Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Bu tez çalışması özelinde, elde edilen verilerden yola çıkarak bazı sorunlar ve sebepleri tespit edilmiştir. *Temel sorun nedir, sorunun kökeninde yatan asıl sebepler nelerdir? Çözüm ne olabilir?* Bu soruya karışıklık, çalışma boyunca edinilen verilerden derlenerek oluşturan sorun ve sebeplerin başlıcaları şu şekilde sıralanmıştır.

Tablo 48. Almanya Medyasının İçerikleri Sonucu Tespit Edilen Başlıca Sorunlar ve Sebepleri

Sorun	Sebebi
Medyanın gücünü kullanarak, olumsuz Türkiye imajı yaratmak	Türkiye'yi geri kalmış, dışa bağımlı bir ülke olarak tanımlama eğilimi, olumsuz Türkiye haberleri.
Almanya ve Türkiye arasındaki siyasi gerilimlerin Alman medyasına taraflı yansımaları	Recep Tayyip Erdoğan gerekçe gösterilerek kamufle edilmiş, Türkiye üzerindeki çıkar çatışması.
Yabancı Karşıtlığı ve İslamofobi, Almanya'da yaşayan Türklere hakaret, şiddet, ayrımcılık	İslamiyet'in Batı'nın en büyük siyasi ve dini alternatifi olarak görülmesi ve bunun önüne geçilmek istenmesi
Kürt kökenli vatandaşların ve iltica eden Türk kökenli vatandaşların doğruluğu kanıtlanamayan söylemlerle Türkiye'yi yanlış temsil etmesi	İltica ederek Avrupa'ya yerleşmek, Türkiye'deki terör örgütlerini destekledikleri veya yasadışı olaylara karıştıkları için Türkiye'de barınmamaları

Türkiye'nin olumsuz imajının ve Almanya'daki Türklerin buna bağlı olarak ırkçılık, yabancı karşıtlığı sorunlarıyla karşılaşmalarının en büyük sebebi olarak Türkiye siyaseti ve Recep Tayyip Erdoğan gösterilmektedir. Avrupa tarihindeki İslam'a ve ırka dayanan

Türk sorunu, bugün kendini *Politika* ve *İslamofobi* ile göstermektedir. Katılımcıların ifadelerine göre, Erdoğan'ın muhafazakâr bir lider olması, bu iki sorunun bütünleşmesine yol açmıştır. Bu sorunun çözülebilmesi, Almanya'daki gurbetçiler, Türkiye Cumhuriyeti'nin sistematik faaliyetler yürütmesini beklemektedirler.

Bu araştırma için önerilecek çözümler, medya odaklıdır. Zira medya ile yaratılan bu olumsuz imaj ve Almanya'daki gurbetçilerin hayatlarına olumsuz etki eden olayların, yine medyanın olanakları ve gücünün kullanılarak çözülebileceğini düşünmekteyiz.

Türkiye için yaratılan olumsuz imaj, Türkiye'nin ekonomisinden, siyasetine, Türk insanlarına yapılan ayrımcılıktan şiddete kadar uzanan geniş bir yelpazede önem taşımaktadır. Bu şekilde devam ettiği müddetçe ileride hem Türkiye hem de Almanya'da yaşayan Türklerin daha ciddi sorunlarla karşılaşması kaçınılmazdır. Katılımcıların belirttiği ve bizim incelemelerimizde ortaya çıkan sorun ve sebeplerle ilgili, bu araştırma özelinde alınabilecek önlemlere ilişkin öneriler aşağıdadır:

-Almanya'daki Türk medyası etkin biçimde kullanılmalı

-Güçlü bir diaspora oluşturulmalı

-Kültürel eğitim önemsenmeli

1- Almanya'daki Türk medyası etkin biçimde kullanılmalı: Anlaşılan o ki Almanya'daki Türk haber kuruluşları, Türk ve İslam temsili konusunda yetersiz kalmaktadır. Yalnızca yazılı basını değil, internet mecralarının aktif biçimde kullanılması gerekmektedir. Türklere ve Müslümanlara karşı yapılan ayrımcı ve dışlayıcı her tavır, gerek sosyal medyada gerekse yazılı basında ve internet haberciliğinde yer almalıdır. Ankete katılan gurbetçilerin büyük çoğunluğunun medya iletilerini hem Alman hem de Türk medyasından takip etmeleri, sorgulayıcı olabilmeleri açısından dikkate değerdir. Tez çalışması kapsamında, Almanya'da yaşayan Türkler, Almanların haberlere kayıtsız şartsız inandıklarını ifade etmişlerdir. Bu aşırı güven, okuyucunun üzerinde adeta uyuşturucu etkisi yaratarak, gerçekliği sorgulama yeteneklerine zarar vermektedir. Dolayısıyla haberlerden etkilenen Almanlar, Türkler üzerinde çeşitli ayrımcı tavırlar sergilemektedirler. Buradan hareketle şunlar uygulanabilir:

- Almanya'daki Türk gazeteciler tarafından yapılan Türklerle ilgili haberlerin, doğru ve güçlü temsillerle, Almancaya hâkim olan kişiler tarafından yazılması gerektiği söylenebilir. Böylece Almanlar, Türk haberlerine erişim sağlayabildikleri ve anlayabildikleri noktada, kendi haberleriyle karşılaştırma yapabilir ve sorgulayıcı bir tutumla, olan biten hakkında önyargılarını yıkabilirler.

- TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu), Anadolu Ajansı gibi kamu medya kuruluşlarının ve hatta özel medya kuruluşlarının desteklenmesi ve yönlendirilmesiyle Almanya'daki tüm Türk medya kuruluşlarının yöneticileri çok iyi organize edilmeli, Almanya'da Türkiye'nin doğru temsili için medya desteklenip yönlendirilmelidir.

Diğer yandan, bazı Türk ve Kürt kökenli gazetecilerin, Alman basınında Türkiye ile ilgili yaptıkları provokatif haberler vardır. Haberler, Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti odaklıdır. Sadece gazeteciler değil, siyasi sığınmacılar da Almanya'da kalabilmek için Türkiye hakkında yalan yanlış bilgiler söylemektedirler. Özellikle Kürt kökenli göçmenler, işi hayali boyutlara taşıyarak hem Hükümetin hem de Türkiyeli insanlar hakkında karalayıcı söylemlerde bulunmaktadır. Her iki durumda da Türkiye Cumhuriyeti'nin konuya direkt müdahalesi mümkün değildir. Ancak bunun için yapılabilecekler şunlardır:

-Söz konusu haberlerin yanlışlığı ortaya konarak, tekrar ve tekrar medyada yer almalı,

-Almanya'daki Türk vatandaşları, Türklerle ilgili olumsuz söylemler karşısında gerçekleri saklamaktan çekinmemeli, her fırsatta doğruları getirmelidir.

- Propagandanın en önemli özelliklerinden biri, konunun sıklıkla tekrar edilmesidir. Nasıl ki Alman internet medyasında gün içinde Türklerle ilgili onlarca olumsuz haber yapılıyorsa Türkler de defaatle gerçekleri ortaya koyan, olan biteni gözler önüne serecek nitelikte haberler yapmalıdır.

2. *Güçlü bir Türk diaspora oluşturulmalı:* Almanya'daki gurbetçilerin Türkiye hakkında söylenenler karşısında görüşlerini açıkça ifade edebilmeleri, bu anlamda güven kazanabilmeleri onları bilinçlendirmekle mümkündür. Çalışma boyunca, Avrupa'daki bazı derneklerde, bu tür bilinçlendirme çabalarının olduğu görülmüştür. Fakat bu işin sistematik biçimde yürütülmesi gerekmektedir. Çünkü Almanya'daki Türklerin kendi içlerinde kutuplaştıkları da görülmüştür. Burada dikkate alınması gereken konu,

Avrupa'nın yüzyıllardır uyguladığı böl, parçala, yönet taktiğinin farkına varılarak, birlik haline gelmenin yollarını aramaktır. Almanya'da daha güçlü bir Türk diasporası oluşturulabilir. Zira çalışma kapsamında Ermeni ve Kürt lobilerinin güçlü olduğu, Türklerin ise diaspora ve lobicilikte yetersiz kaldıkları görülmüştür. Bunun için Almanya'daki Türk derneklerinin, daha bilinçli ve birlik olarak hareket etmeleri artı değer kazandıracaktır. Bunun için Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, TİKA gibi uluslararası kurumlar eşgüdüm ve ortak planlamalarla Almanya'daki Türk STK'larını bir araya getirerek, vatandaşlarımızı ve hatta Almanları bilinçlendirme çalışmaları yapmalıdır.

3. *Kültürel eğitim önemsenmeli:* Üzerinde durulması gereken bir diğer konu, kültürel eğitimidir. Her ne kadar Türkiye'den din ve eğitim görevlileri Almanya'ya giderek, Türk çocukları ve Türkler için çalışsa da görünen o ki yeterli değildir. Türk birlik bilincinin, Türk kimliğinin, Türk örf ve adetlerinin, geleneklerinin, İslam dininin özellikle üçüncü kuşak ve sonrası göçmenlerde geliştirilmesi üzerine, Türkiye Cumhuriyeti Hükümetinden uzman kişilerle bu konular irdelenmelidir. Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığının (Ministry Of National Education) Milletlerarası Eğitim Bakanlığı (Ministry Of International Education) teşkilatlanması oluşturulmalıdır. Milli eğitim müfredatının farklı dillerdeki karşılığı hazırlanmalı ve eğitim materyali küresel olarak yoğun noktalara ivedilikle ulaştırılmalıdır. Çünkü doğru ve etkin bir eğitim olmadan temsil gücü yüksek bir medya da, küreselleşen dünyada ekonomik olarak söz sahibi olmak da mümkün olamaz, hatta ayakta kalmak bile mümkün olamayabilir.

SONUÇ

Bu çalışmaya başlarken, Avrupa’da yaşayan Türklerin haberlerde nasıl temsil edildikleri ve bundan kaynaklı olumlu veya olumsuz hangi durumlarla karşı karşıya kaldıklarını anlamak amacıyla, Hollanda, Almanya, Fransa, İngiltere ve Avusturya’daki vatandaşlarımızla anket yoluyla bilgi toplamayı ve bu bilgilerin haberler üzerinden sağlamasını yapmayı amaçlamıştık. Ancak örneklemin çok geniş olması sebebiyle, Avrupa’da Türklerin en yoğun yaşadığı, tüm Avrupa için ‘Almanca’ adıyla klişeleşmiş ülke olan Almanya örnekleminde çalışmaya karar verdik.

Bu aşamada Almanya’ya giderek böyle bir araştırmayı yerinde yapmak istedik. bu amaçla Erciyes Üniversitesi bünyesinde Bilimsel Araştırma Projesi yazdık. Ancak Almanya vize talebimiz reddetti. Etken/edilgen çatışması Türkiye’de terör suçlarıyla aranan, yurt içinde ve yurt dışında terör propagandası yapan, Türkiye düşmanlığı yapanlara dahi kolayca vize veren Almanya, bize vize vermedi.

Bu yüzden araştırmayı internet üzerinden yürütmek gerekti. *Bild*, *Zeit*, *Spiegel* ve *Taz* gazetelerinin internet sitesinden 639 haber ve 21 haber fotoğrafını; içerik analizi, söylem analizi ve göstergebilimsel çözümleme yöntemleri kullanılarak inceledik. Araştırma için kurulmuş olan www.avrupadakigurbetcimiz.com isimli internet sitesi üzerinden, 200 katılımcı ile çevrimiçi anket gerçekleştirdik.

İncelediğimiz haberlerle, tez çalışmasının birinci hipotezi olan *H¹ Alman medyasında son yıllarda Türkiye ve Türklerle ilgili yapılan haberler genellikle olumsuzdur* hipotezini sınadık. İncelenen dönemlerdeki haberlerin tamamına yakını, Türkiye’nin olumsuz temsil edildiği, zihinlerde kötü bir Türkiye imajı inşa eden ve neticede Türkiye algısının olumsuz yönde gelişmesine neden olma potansiyelindeki haberlerdir. Doğrudan, Almanya’da yaşayan Türklerle ilgili haberler incelemeye alınmamış olsa da anket bulgularında, vatandaşların haberlerden (negatif yönde) etkilenme düzeylerinin yüksek seviyede olduğu görülmüştür.

Türkiye siyaseti hakkında yapılan haberler, göçmenlerin siyasi içerikli sorunlarla karşılaşmalarına neden olmuştur. Haberlerde ve haber fotoğraflarında, açıkça Türkiye'yi negatif sembollerle ve toplumsal kutuplaştırmalarla temsil ettikleri bulgulanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, dini sembollerden dolayı ayrımcılığa maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu nefret davranışları, Ortadoğu ve Avrupa düzleminde, ekonomik, siyasal, kültürel ve dini kökenli Türkiye iç ve dış politikalarını doğrudan veya dolaylı olarak hedef almaktadır.

H² Alman medyasında Türk vatandaşları ve Türkiye ile ilgili olumsuz temsil niteliğinde haberlerden dolayı Almanya'daki vatandaşlarımız yabancı düşmanlığı, İslamofobi, göçmen karşıtlığı sorunlarıyla karşı karşıyalar hipotezini sınamak için www.avrupadakigurbetcimiz.com adlı bir internet sitesi üzerinden anket çalışması gerçekleştirdik. Bu site üzerinden en az 400 gurbetçiye ulaşmayı umuyorduk. Araştırmanın Türkiye Başkanlık seçimi ve yerel seçimler dönemine denk gelmesi, gurbetçilerin ankete katılımlarının ve verdikleri cevapların izlenmesiyle aleyhlerine dönebileceği endişesi, teşhir olma korkusu ve bu sorunları aşmak üzere, Almanya'ya gidip bizzat yerinde araştırma yapamamamız, ankete katılımın 200 kişiyle sınırlı kalmasına neden oldu.

Araştırma sorularından *Medyada Türk vatandaşları nasıl temsil edilmekte ve nasıl bir "Türk imgesi" inşa edilmektedir?* Sorusu üzerine anket çalışmasının İkinci³³ Bölümde yer alan önermelere verilen *katılıyorum* ve *kesinlikle katılıyorum* cevabı %70 civarındadır. Alman medyasında Türkiye'nin tehlikeli bir yer olarak gösterildiği ve Türklerin suça meyilli ve kavgacı oldukları imajı, internet gazeteleri haberlerinde de yer almıştır. İncelenen dört gazetenin haberlerinin siyasi etki amaçlı olduğu bulunmuştur. Zira hemen her haber politika kategorisindedir veya siyasi niteliklidir. Siyaset ve İslamiyet birbiriyle bütünleştirilerek haberlerde yer almıştır ve bu da almanlar arasında İslamofobi ve yabancı düşmanlığını arttırma potansiyelinde iken; Türkler arasında da dışlanma ve ayrımcılığa maruz kalma durumu veya endişesinin kaynağı konumundadır. Haberler ve katılımcıların cevapları arasında doğrudan, neredeyse birebir tutarlılık vardır

³³ EK 1'de anket sorularının tamamı yer almaktadır.

ve alman medyasındaki haberler olumsuz Türk imgesi inşa etme potansiyelinde olduğunu doğrulamaktadır.

Alman medyasındaki yabancı karşıtlığı, ırkçılık ve İslamofobi gibi başat sorunlu yaklaşımlar orada yaşayan vatandaşlarımızı “nasıl” etkilemektedir? Araştırma sorusu için anketin 3. bölümünde önermeler yerleştirilmiştir. Bu önermeler; haberlerden dolayı, iş yaşamında sıkıntılar olduğu, eğitim hayatında ve gündelik yaşamda dışlama ve çifte standarda maruz kalındığı, siyasi görüşlerin sık sık sorulduğu ve buna göre muamele görüldüğü, sokakta/işte/okulda hakarete veya fiziksel şiddete uğrandığı, giyim kuşam başörtüsü unsurlarından dolayı dışlamayla karşılaşıldığı şeklindedir. Bu önermelere verilen katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevapları, fiziksel ve duygusal şiddet dışında %70 civarındadır. İslamofobi yabancı karşıtlığı ve ırkçılık içerikli haberlerin, Almanya’daki vatandaşları etkilediğini söylemek mümkündür. Fiziksel şiddete doğrudan maruz kalmasalar da, dışlama, ötekileştirme, psikolojik baskı, ekonomik dışlama gibi sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmüştür. Diğer taraftan Almanların, medyadaki haberlere kayıtsız şartsız inandıklarını, bunun sonucunda Türkleri çeşitli ithamlarla psikolojik baskı altına aldıklarını ifade etmişlerdir. Alay etme, dininden, giyim-kuşamından, isminden dolayı yargılanma, hakaret etme, siyasi görüşüne göre yaftalama, şiddete uğrama durumları yaşanmıştır. Bunların kaynağında ne olabilir sorusuna yanıt arayışı, medyada yayınlanan içeriğin bu durumların kaynağında en büyük paya sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Alman medyasının bu sorunlu yaklaşımlar ve yanlış temsilleri hakkında Avrupa’da yaşayan Türk vatandaşlarının yaygın kanaatleri nelerdir? Sorusu karşısında, katılımcıların büyük çoğunluğu politika konusunun öne çıktığını belirtmiştir. İki ülke arasındaki geçmişten bugüne yaşanan siyasi gelişmelerin ve mevcut iktidarın Almanya ile problemlerinin kendilerine doğrudan yansıdığını ifade etmişlerdir. Türkiye Almanya ilişkisi özellikle 2. Dünya Savaşı yıllarında yoğunlaşmıştı ve ilişkilerin tarihsel kökenleri emperyal nedenlere dayanıyordu. Geçmişten bugüne aslında temelde hiç bir şeyin değişmediği ve Almanya’nın Türkiye’ye çıkarları doğrultusunda baktığı anlaşılmıştır.

Alman medyasının Türkiye siyaseti ile ilgili yaptığı taraflı haberler, Almanya’da yaşayan Türkler üzerinde kalıp yargılarla genellemeler yapılmasına sebep olmuştur. Mevcut iktidarı İslamiyet’le içselleştirmeleri, Almanya’da yaşayan Türklerin giyim-kuşam, saç-

sakal, başörtüsü gibi din temelli görünümelerini, sembolik unsurlar olarak kabul edip ayrıştırma, dışlama ve hatta hakaret yoluyla baskıda bulunmuş; kendi vatandaşlarına göre, ayrımcı muameleyle çifte standart uygulamıştır. Almanya'daki Türkler üzerinde toplumsal baskıyı artırmıştır. Eğitimde, iş yaşamında bariz ayrımcılığa yol açmıştır. Katılımcılar, Almanların Türk çocuklarının eğitimine engel olduklarını, ailesinin siyasi eğilimine göre not verdiklerini veya Müslüman oldukları için ayrımcılık yaptıklarını dile getirmişlerdir. Yine siyasi görüşüne göre, bazen açıkça hakarete maruz kaldıklarını söylemişlerdir. Başörtüsü yüzünden, hakaret, küfür ve şiddet ile karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bunlar, çalışma boyunca bizi en çok şaşırtan olaylardandır. Sürekli olarak; insan hakları modernlik ve medeniyet, kavramlarını ön plana çıkartışlarıyla kendini gösteren Alman tipolojisinin, Türklere karşı yapılan bu ayrımcı davranışları son derece şaşırtıcı ve üzücüdür.

1960'larda, Türkler özel davetiyelerle çağırılıp, Alman tren garlarında şenliklerle, davullarla karşılanmıştı. Bugün ise üretimde otomasyonun gelişmesiyle Almanya, kas gücüne dayalı iş gücüne ihtiyacının kalmamasıyla, yabancı düşmanlığına bazen aleni, genellikle örtük destek vererek kapıyı göstermeye başlamıştır. Almanya'da yaşayan Türkler, ırkçı ve İslamofobik yaklaşımların ortasında kalmışlardır. Amiyane tabirle 'bizim için artık yapacakları bir şey kalmadı işleri bitti, Almanya'nın gelişmesi için artık lazım değiller, artık gitsinler' anlayışıyla kovulmaya çalışıldıklarını düşünmekteyiz. Bir yandan da Almanya 1960'lı yıllarda bizden işçi alırken, kalkınmada onları *Homoeconomicus* olarak görüyordu. Ancak ikinci kuşaktan itibaren yavaş yavaş Türkler orada eğitim almaya, entelektüel kitle oluşturmaya, iş dünyasında söz sahibi olmaya, iş alan olmaktan işveren olmaya, etkin STK teşkilatlanmalarıyla yerel yönetimlere müdahil olmaya, hatta milletvekili, başkan vb. idareci konumlara gelmeye başladılar. Böylece *Homoeconomicus* olarak kalmaları gerekirken, *Homopoliticus* oldular. Bu da geleneksel üstün Alman politikalarına rahatsız edici bir tezat oluşturdu. Üretimden eğitime, inanıştan yaşam tarzına, ideolojiden medyaya pek çok alanda bu durum belirginleşmeye başladı.

Geleneksel alman yabancı politikasına paralel durum, gazetecilik etik ve ilkelerinin ön planda çıktığı Almanya'nın basını içinde geçerlidir. Haberlerde Türkiye'ye ders verir gibi basın özgürlüğü, düşünce özgürlüğü, hukukun üstünlüğü söylemlerini yinelerlerken, Türkiye'ye karşı kendileri gazetecilik etiğini ve tarafsızlığını tam olarak görmezden

gelmiştir. Yapılan haberler, siyasi tartışmalar, Almanya'daki Türklerin yaşamını zorlaştırdığı gibi, Türkiye'nin Avrupa'daki imajını büyük oranda olumsuzlaştırmaktadır.

Bu sorunlar karşısında yapılabileceklerle, bu araştırmanın doğası gereği, medya odaklı çözüm önerileri sunabildik. Sorunların öncelikle medya kaynaklı olması, çözümü de burada aramamız gerektirdi. Bunların dışında, Almanya'da ve hatta tüm Avrupa'da güçlü bir Türkiye diasporası oluşturabilmek ve oradaki vatandaşlarımızla kültürel bağları güçlendirip kendi eğitimimizi ayaklarına götürmek, onların oradaki varlığını, sorun ve beklentilerini ön plana almak gerektiği anlaşılmıştır. Bunlar Türkiye Cumhuriyeti'nin yurt dışında yaşayan uzantıları için devlet politikalarında merkezi bir konuma alınmalıdır.

Almanya'daki Türk medyası etkin biçimde kullanılmalıdır: TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu), Anadolu Ajansı gibi kamu medya kuruluşlarının ve hatta özel medya kuruluşlarının desteklenmesi ve yönlendirilmesiyle Almanya'daki tüm Türk medya kuruluşlarının yöneticileri çok iyi organize edilmeli, Almanya'da Türkiye'nin doğru temsili için medya desteklenip yönlendirilmelidir.

Güçlü bir Türk diasporası oluşturulmalı: Bunun için Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, TİKA gibi uluslararası kurumlar eşgüdüm ve ortak planlamalarla Almanya'daki Türk STK'larını bir araya getirerek, vatandaşlarımızı ve hatta Almanları bilinçlendirme çalışmaları yapmalıdır.

Kültürel eğitim önemsenmeli: Türk birlik bilincinin, Türk kimliğinin, Türk örf ve adetlerinin, geleneklerinin, İslam dininin özellikle üçüncü kuşak ve sonrası göçmenlere öğretilmesi üzerine, Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığının (Ministry Of National Education) Milletlerarası Eğitim Bakanlığı (Ministry Of International Education) teşkilatlanması oluşturulmalıdır. Milli eğitim müfredatının farklı dillerdeki karşılığı hazırlanmalı ve eğitim materyali küresel olarak yoğun noktalara ivedilikle ulaştırılmalıdır. Çünkü doğru ve etkin bir eğitim olmadan temsil gücü yüksek bir medya da, küreselleşen dünyada ekonomik olarak söz sahibi olmak da mümkün olamaz, hatta ayakta kalmak bile mümkün olamayabilir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Abadan Unat, N, R. Keleş, R. Penninx, H. V. Renselaar, L. V. Velzen ve L. Yenis. (1970). *Göç ve Gelişme Uluslararası İşçi Göçünün Boğazlıyan İlçesindeki Etkileri Üzerine Bir Gelişme*. Ankara: Türk Matbaacılık Sanayi.
- Adaklı, G., (2010). Gazetecilik etiğini belirleyen yapısal unsurlar: Mülkiyet ve kontrol sorunu, ss. 61-96. *In: Televizyon Haberciliğinde Etik* (Eds: B. Çaplı, H. Tuncel). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınevi.
- Akdeniz, Y. (2010). İnternet’te Irkçılık. A. Çavdar ve A.B. Yıldırım (Ed.), *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (ss. 176-192). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Akgündüz, A. (2013). Bir Modernleşmeyi Hızlandırma Projesi Olarak Batı Avrupa’ya İşçi Göçü. R. F. Barbaros ve E.J. Zürcher (Ed.), *Modernizmin Yansımaları: 60’lı Yıllarda Türkiye* içinde. (ss. 191-211). Ankara: Efil Yayınevi.
- Akyüz, Yılmaz (1980). *Sermaye Bölüşüm Büyüme* (2. Basım). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Albig, William (1956). *Modern Public Opinion*. United States Of Amerika: McGraw-Hill Book Company.
- Allen, Chris (2011). *Written Submission to the re-launched All Party Parliamentary Group on Islamophobia*. Birmingham: University Of Birmingham.
- Ataöv, Türkkaya (1996). *Çatışmaların Kaynağı Olarak Ayrımcılık*. Ankara: Ankara Üniversitesi İnsan Hakları Merkezi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Aziz, Aysel (1982). *Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Balibar, E. ve I. Wallerstein. (2000). *İrk, Ulus, Sınıf Belirsiz Kimlikler* (3. Basım). (Çev: Nazlı Ökten) İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, R. (2018). *Göstergebilimsel Serüven* (9. Basım). (Çev. Mehmet Rifat ve Sema Rifat) İstanbul: Yapı Kredi Kültür Yayıncılık.

- Berelson, Bernard (1952). *Analysis Research*. New York: The Free Press.
- Bernays, Edward L. (1928). *Propaganda* (2. Basım). United States: Horace Liveright.
- Blion, R. (2010). Kültürel Çeşitlilik İçin Ayrımcılığa karşı savaşmak: Medyanın Önündeki Güçlükler. A. Çavdar ve A.B. Yıldırım (Ed.), *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (ss. 204-221). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Bostancı, Naci. (1998). *Siyaset, Medya Ve Ötesi*. Ankara- Konya: Vadi Yayınları.
- Bourse, M. ve H. Yücel. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boyle, K. (2010). Nefret Söyleminin Kontrolü: Uluslararası Standartlar Türkiye’den Neler İstiyor. A. Çavdar ve A.B. Yıldırım (Ed.), *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (ss. 64-70). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Çakır, Hamza (2007). *Gazeteciliğe Giriş*. Konya: Tablet Yayınları.
- Çayır, K. (2010). Ayrımcılığın Sosyolojisi ve Türkiye Toplumı. A. Çavdar ve A.B. Yıldırım (Ed.), *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (ss. 46-54). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Çelenk, S., (2010). Ayrımcılık ve Medya, ss. 211- 228. *In: Televizyon Haberciliğinde Etik* (Eds: B. Çaplı ve H. Tuncel). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınevi.
- Çelik Dirsehan, M., (2016). Fransa’da Kültürel Hak ve Özgürlükler: Türk ve Müslüman Toplulukların Sosyo-Kültürel Durumu, ss. 85-148. *In: Fransa’daki Müslüman Ve Türk Toplulukların Hak Ve Özgürlüklerinin Analizi* (Eds: N. Tınaz,M Çelik-Dirsehan, A. Uysal). İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınevi.
- Childs, Harwood L. (1940). *An Introduction to Public Opinion*. New York: John Wiley & SONS, INC.
- Devran, Yusuf (2010). *Haber, Söylem ve İdeoloji*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dijk, Teun A. van (1988). *News As Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Dijk, Teun A. van (1998). *Ideology A Multidisciplinary Approach*. London -Thousand Oaks - New Delhi: Sage Publications.
- Domenach, Jean Marie (1995). *Politika ve Propaganda (2.Basım)*. (Çev. Tahsin Yücel). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Duralı, Şaban Teoman (2015). *Çağdaş Küresel Medeniyet Anlamı- Gelişimi- Konumu (6. Basım)*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Durham, M. G. and D. M. Kellner. (2006). *Media and Cultural Studies*. USA, UK, Australia Blackwell Publishing.
- Dursun, Davut (2006). *Siyaset Bilimi (3.Basım)*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda The Formation Of Men's Attitudes*. (Fransızca'dan İngilizce'ye Çev: Konrad Kellen ve Jean Lerner). New York: Knopf.
- Erdoğan, İrfan (1997). *İletişim ve Egemenlik Mücadeleye Giriş*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Esen, E. (2011). Türk-İşgücü Göçünün 50. Yılında Almanya'da Sosyal Hizmetlerin Kültürlerarası Açılımı, ss. 13-42. In: Onlar Bizim Hemşerimiz Uluslararası Göç ve Hizmetlerin Kültürlerarası Açılımı (Eds: E. Esen, Z. Yazıcı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Evers, H., (2010). İnternet haberciliği: Yeni etik sorunlar mı? ss. 322-328. In: Televizyon Haberciliğinde Etik (Eds: B. Çaplı, H. Tuncel). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınevi.
- Fiske, J. (1990). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev. Süleyman İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Foucault, M. (1987). *Söylemin Düzlemi*. (Çev. Turhan Ilgaz). İstanbul: Hil Yayın.
- Fraye, H. (1964). *Din Sosyolojisi*. (Çev. Turgut Kalpsüz). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Gezgin, Suat (2002). *Basında Fotoğrafçılık*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gezgin, S. (2002). Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği, ss. 29- 36. In: İnternet Çağında Gazetecilik (Eds: S. Yedig, H. Akman). İstanbul: Metis Yayınları.

- Giddens, Anthony (2000). *Sosyoloji*. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Gökçe, Orhan (2006). *İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Green, Todd H. (2015). *The Fear of Islam An Introduction to Islamophobia in the West*. Minneapolis: Fortress Press.
- Günay, D. V. (2012). Görsel Göstergebilim Ve İmgenin Anlamlandırılması. D. Günay ve A. F. Parsa (Ed.), *Görsel Göstergebilim* içinde (ss. 11-54). İstanbul: Es Yayınları.
- Günay, D. V., Ö. Sönmez. (2012). Reklam Bildirilerinin Kültür Göstergebilimi Açısından Değerlendirilmesi. D. Günay ve A. F. Parsa (Ed.), *Görsel Göstergebilim* içinde (ss. 107-118). İstanbul: Es Yayınları.
- Güvenç, B., (1976). Değerler, Tutumlar Ve Davranışlar, ss. 23-34. In: Toplum Bilimlerinde Araştırma ve Yöntem (Eds: R. Keleş). Ankara: Türkiye Ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları No. 152.
- Güvenç, Bozkurt (1979). *İnsan ve Kültür* (3. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güz, Nurettin (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hall, S. (2013). The Work Of Representation, pp. 2-53. In: Representation (Eds: S. Hall, J. Evans, S. Nixon). London: Sage Publication.
- Hall, Stuart (1997). *Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication.
- Hall, S. (1992). The west and rest: Discourse and power, pp. 185- 225. In: Formations of Modernity (Eds: S. Hall & B. Gieben). Polity Press, Cambridge.
- Hitler, A. (2016). *Kavgam*. (Çev. Çınar Özkan). İstanbul: Maviçatı Yayınları.
- Huntington, S. P. (2001). Medeniyetler Çatışması mı?. M. Yılmaz (Ed.), *Medeniyetler Çatışması* içinde (ss. 22-50). Ankara: Vadi Yayınları. 4. Baskı.
- Jowett, G. S. ve V. O'Donnell. (2012). *Propaganda and Persuasion* (5. Basım). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE.
- İnuğur, M. Nuri (2005). *Basın ve Yayın Tarihi* (5. Basım). İstanbul: Der Yayınları.

- Kapani, Münci (2001). *Politika Bilimine Giriş (13. Basım)*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Karan, U. (2010). Nefret Suçlarından Ne Anlıyoruz?. A. Çavdar ve A.B. Yıldırım (Ed.), *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi* içinde (ss. 56-62). İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Karasar, Niyazi (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (30. Basım)*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karpat, Kemal H. (2013). *Osmanlı'dan Günümüze Etnik Yapılanma Ve Göçler (2. Basım)*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kay, E. M.,(1928). The Influence of Family Life, pp. 142-144. In: Readings in Public Opinion: Its Formation and Control (Eds: W. B. Graves). New York: D. Afpleton And Company.
- Kaya A. ve F. Kentel. (2005). *Euro-Turks A Bridge Or A Breach Between Turkey And The European Union? A Comparative Study Of German-Turks And French-Turks*. Bsrussel: Centre for European Policy Studies.
- Keleş, R. ve A. Unsal. (1982). *Kent ve Siyasal Şiddet*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Kışlalı, Ahmet Taner (2010). *Siyaset Bilimi (14. Basım)*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Koloğlu, Orhan (2010). *Osmanlı'da Kamuoyu*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Kracauer, Siegfried (1947). *From Caligari To Hitler*. United States of America: Princeton University Press.
- Kula, Onur Bilge (2010). *Batı Felsefesinde Oryantalizm ve Türk İmgesi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kumar, Deepa (2012). *Islamophobia and the Politics of Empire*. Chicago, IL: Haymarket Books.
- Kuyucu, Michael (2012). *Türkiye'de Medya Ekonomisi*. İstanbul: Esen Kitap.

- Küçükdoğan, R. (2012). Görsel İletişim, Göstergeler Ve Anlam Aktarımı: Görsel İletide “Pencere” İmgesi. D. Günay ve A. F. Parsa (Ed.), *Görsel Göstergebilim* içinde (ss. 55-67). İstanbul: Es Yayınları.
- Lean, Nathan (2012). *The Islamophobia Industry: How the Right Manufactures Fear of Muslims*. London UK: Pluto Press.
- Lewis, B. (1993). *Modern Türkiye'nin Doğuşu*. (Çev. Metin Kırıatlı). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Lippmann, Walter (1998). *Public Opinion* (2.Basım). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Lowell, A. Lawrence (1921). *Public Opinion And Popular Government* (4. Basım). New York: Longmans, Green and Co.
- Mardin, Şerif (2008). *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mills, Sara (2003). *Michael Foucault*. London and New York: Routledge.
- Oran, B. (2014). Azınlıklar Nasıl Azınlık Oldu. Y. İncoğlu ve S. Çoban (Ed.), *Azınlıklar, Ötekiler ve Medya* içinde (ss. 17-49). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Orwell, G. (2011). *1984* (30. Basım). (Çev. Celal Üster). Ankara: Can yayınları.
- Özkan, Abdullah (2004). *Siyasal İletişim: Partiler, seçimler, stratejiler*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Öztekin, Ali (2007). *Siyaset Bilimine Giriş* (5. Basım). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Özyurt, Cevat (2012). *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma* (2. Basım). İstanbul: Açılım Kitap.
- Paddock, Troy R.E., (2004). Introduction: Newspapers, Public Opinion, and Propaganda, pp. 1-15. In: *A Call to Arms: Propaganda, Public Opinion, and Newspapers in the Great War* (Eds: T.R.E., Paddock). Westport: Praeger Publishers.
- Said, E. (2016). *Şarkiyatçılık* (9.Basım). (Çev. Berna Yıldırım). İstanbul: Metis Yayınları.
- Salmış, Ferman (2012). *Zamanın Ruhu İçinde Gösteri Toplumu*. İstanbul: Türdav Yayın Grubu.

- Schiller, Dan (2000). *Networking the Global Market System*. London: The MIT Press Cambridge.
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. (Çev. Cevdet Cerit). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Schmidt, E. ve J. Cohen. (2014). *Yeni Dijital Çağ*. (Çev. Ümit Şensoy). İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Sezer, Duygu (1972). *Kamuoyu ve Dış Politika*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Sığircı, İlhami (2016). *Göstergebilim Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Speier, H., (1972). Historical development of public opinion, pp. 94-111. In: Mass media and Communication (Eds: C. S. Steinberg). New York: Hastings House.
- Şen, F., Y. Ulusoy ve C. Şentürk. (2007). *Avrupa Birliği ve Almanya’da Türk Girişimcilerin Ekonomik Gücü*. Essen: Türkiye Araştırmalar Merkezi Vakfı.
- Taplamacıoğlu, Mehmet (1969). *Genel Sosyoloji* (2. Basım). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Tarhan, Nevzat (2002). *Psikolojik Savaş Gri Propaganda*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Taylor, Richard (1998). *Film propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*. New York: I.B.Tauris.
- Tezcan, Mahmut (1985). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Thomas, Brinley (1961). *International Migration and Economic Development A trend report and bibliography*. Turin Italy: Publication of UNESCO.
- Toksöz, Gülay (2006). *Uluslararası Emek Göçü*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tokgöz, Oya (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara: Siyasal Bilimler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Topuz, Hıfzı (2003). *2. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi* (2. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Turan, Kadir (1997). *Almanya’da Türk Olmak*. Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Bilim Serisi: 103.

- Turner, B. S., (2002). Orientalism, or the politics of the text, pp.20-32. *In: Interpreting Islam* (Eds: H. Donnan). London Thousand Oaks New Delhi: SAGE Publications.
- Ural, A. ve İ. Kılıç. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi* (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Verstraeten, H. (2002). Medya ve kamusal alanın yapısal dönüşümü. S. İrvan (Der. ve Çev.), *Medya Kültür ve siyaset içinde* (ss. 339-). Ankara: Alp Yayınları. 2. Baskı.
- Vural, Ali Murat (1999). *Yerel Basın ve Kamuoyu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Young, Kimball. (1930). *Social Psychology: An Analysis of Social Behavior*. New York: Alfred A. Knopf.
- Yücekök, Ahmet N. (1987). *Siyasetin Toplumsal Tabanı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Ve Basın - Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Yüksel, Erkan (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Welch, David (2002). *The Third Reich Politics and Propaganda* (2. Basım). London: Routledge

MAKALELER

- Akdemir, E. (2007). “Avrupa Aynasında Türk Kimliği”. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 7, 131-148.
- Akiner, N. ve M. S. Mencet. (2016). “Türkiye’de İslamofobi: Mizah Dergilerinde İslam’ın Temsili “. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2, 169-196.
- Aktaş, C. (2007). “İnternet’in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5 (1), 30-41.
- Anık, C. (1999). “Siyasal Rejimler ve Kamuoyu”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 1 (1), 78-83.
- Aslan, M. M. (2017). “Lenin Türü Propaganda”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 48 (5), 232-241.

- Atabek, N. (2003). "Propaganda Ve Toplumsal Kontrol". *Selçuk İletişim Dergisi*, 2 (4), 4-12.
- Atabek, N. (2002). "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi". *Kurgu Dergisi*, 19 (19), 223-238.
- Ataman, M. (2017). "Batı'daki İslam Ve Türk Algısı: Tıkanan Batı'da Yeniden Yükselen Irkçılık". *Diyanet*, 317, 15-17.
- Aydın, M. Z. ve M. Yardım. (2008). "Belçika'da İslamofobi ve Müslümanlara Yönelik Ayrımcılık". *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12 (1), 7-32.
- Başkurt, İ. (2009). "Almanya'da Yaşayan Türk Göçmenlerin Kimlik Problemi". *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12, 81-94.
- Berry, J. W.(1997). Immigration, Acculturation, and Adaptation. *Applied Psychology: An International Review*. 46 (1), 5-68. Erişim Tarihi Ocak 14, 2018, Wiley Online Library veritabanı.
- Bie, Y. (2016). "The visual arts influence in Nazi Germany." SHS Web of Conferences 25. 1-5. Erişim tarihi Mart 12, 2018, DOI: 10.1051/2015SHSICITCE 2 shsconf/20162502022
- Bilici, İ. ve A. Bilmez. (2018). "Bir Göstergebilimsel Okuryazarlık Çözümlemesi: Twist In My Sobriety". *Turkish Studies*, 13 (20), 205-224.
- Birekul, M. (2011). "Avrupa Birliği Türkiye İlişkilerinde Kozmopolitan Kimlik". *Birey ve Toplum Dergisi*, 1, 61-74.
- Buehler, A. F. (2014). "İslamofobi: Batı'nın "Karanlık Tarafı"nın Bir Yansıması" (Çev: Mehmet Atalay). *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 55 (1), 123-140.
- Canatan, K. (2012). "İslamofobi'nin tarihsel ve güncel görünümü". *Diyanet*, 262, 9-12.
- Couper, M. P. (2000). Web Surveys A Review Of Issues And Approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64 (4), 464-494, Erişim Tarihi Ağustos 29, 2018, Oxford Academic veritabanı.

- Çakır, S. (2011). “Geleneksel Türk Kültüründe Göç ve Toplumsal Değişme”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 129-142.
- Çetin, B. N. (2014). Propaganda Olgusu Ve Propagandanın Amerikanlaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 239- 265. Erişim Tarihi Mart 26, 2018, DergiPark veritabanı.
- Dural, B. (2012). Antonio Gramsci Ve Hegemonya. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 309-321. Erişim Tarihi Nisan 12, 2018, DergiPark veritabanı.
- Ekici, S. ve G. Tuncel. (2015). “Göç ve İnsan”. *Birey ve Toplum Dergisi*, 1, 9-22.
- Erdoğan, İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23, 1-26. Erişim Tarihi, Şubat 16, 2018, İrfan Erdoğan Web Sitesi veritabanı.
- Eren, V. ve A. Aydın. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16, 197-205. Erişim Tarihi, Aralık 15, 2018, earsiv.kmu.edu.tr.
- Esen, E. (2012). “Türk -Alman İşbirliğinde Deneyimler Ve Sonuçlar”. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (24), 62-72.
- Fındıkçı, A. (2002). “Federal Almanya Örneğinde "İşçi Göçü"nün 40. Yılında Türk Dernekleri Nerede?”. *Mülkiye Dergisi*, 25 231, 209-266.
- Geçikli, F. (1999). “Geçmişten Günümüze Propaganda Kavramı”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9, 265-276.
- Gedik, E. (2010). “Almanya’da “Öteki” Olmak, “Öteki” Kalmak”. *Folklor/edebiyat Dergisi*, 16 (62), 41- 67.
- Gelekçi, C. (2014). “Türkiye’den Yurt Dışına Gerçekleşen İşçi Göçlerine Bağlı Olarak Dilimize Yerleşen Bir Kavram: “Almancılar” ”. *HÜTAT Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 21, 103-108.
- Gezgin, S. (2002). “Medyanın Toplumsal İşlevi Ve Kamuoyu Oluşumu”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1 (12), 11- 20.

- Gezgin, M. F. (1991). “İşgücü Göçü Teorileri”. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 23, 31-50.
- Girgin, A. (2002). “Uluslararası Haber Ajansları”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 12 (1), 169-185.
- Glasneck, J. (1966). “Alman Faşizminin Türkiye’deki Propaganda Faaliyetleri” (Çev:Murat Çakır). *Wissenschaftliche Beiträge* 12.
- Gökalp Yılmaz, G. (2017). “Avrupa’da Yaşayan Türkiyelilere Dair Gurbetçi Ve Almancı Söylemlerinin Yeniden Düşünülmesi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22, 1473-1490.
- Gökçe, O. (1996). “Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı”. *Kurgu Dergisi*, 211-227.
- Gültekin, D. (2003). “Savaş Ve Propaganda Bağlantısı”. *Pivolka. Savaş Özel Sayısı*, 7-8.
- Gürcan, H. İ. (1998). “ Sanal Gazete Ve Gazetecilik”. *Kurgu Dergisi*, 15, 143-153.
- İnal, A. (1995). “Yazılı Basın Haberlerinde ‘Yapısal’ Yanlılık Sorunu”. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 67, 111-135.
- İnceoğlu, Ç. (2013). “Sovyet Propaganda Animasyonlarında Batı ve Batılı İmgesi”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 19, 24- 40.
- İrvan, S. (1997). “Suskunluk Sarmalı Kuramı Ve Elisabeth Noelle-Neumann’ın Özgeçmişi”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6, 421- 450.
- Kalın, İ. (2003). “ Batı’daki İslâm algısının tarihine giriş”. *Divan/İlmi Araştırmalar Dergisi*, 15, 1-51.
- Karakoyun, F. ve M. T, Kavak. (2008). “Web Anketin Yararları Ve Bir Uygulama Örneği Olarak Fizik Tutum Ölçeğine Uygulanması”. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*. 11, 129-141.
- Kaya, A. (2015). “Euro-Türkler, Kuşaklararası Farklılıklar, İslam ve Entegrasyon Tartışmaları”. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 44-79.
- Kirman, M. A. (2012). “ Müslümanların İslamofobi ile İmtihanı” *Diyanet*, 262, 5-7.

- Klautke, H. (1990). “Federal Almanya Ve Batı-Berlin’de Müslüman Türkler”. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 31 (1), 476- 486.
- Köftürcü, H. (2017). Avrupa’da Müslüman-Hıristiyan Bağlamında Göç Olgusu. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (50), 595-965, Erişim Tarihi Nisan, 23 2018, www.sosyalarastirmalar.com veritabanı.
- Mora, N. (2009). “Orientalist Discourse İn Media Texts”. *İnternational Journal Of Human Science*, 6 (2), 419- 428.
- Mora, N. (2008). “Kendi -Öteki İletişimi Ve Etnomerkezcilik”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5, 207-218.
- Özarslan, S. (2016). “Batı’da İslamofobinin Artması, Cami Saldırıları ve Bu Eylemlerin Altında Yatan İslam ve Hz. Peygamber Tasavvuru”. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 27 (2), 193-199.
- Perşembe, E. (2009). “Almanya’da Çokkültürlü Yapının Ayırıştırılan Unsuru Olarak Müslümanlar ve Entegrasyon Deneyimleri”. *Milel Ve Nihal İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 234-263.
- Social Science Research Council (1954). “Acculturation: An exploratory formulation”. *American Anthropologist*, 56, 973-1002.
- Sunar, L. (2011). “Klasik Sosyolojinin Şarkiyatçı Kaynakları: Marx ve Weber’in Karşılaştırmalı Bir İncelemesi”. *İnsan ve Toplum*, 1 (2), 29-56.
- Şahin, B. (2010). “Almanya’daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme”. *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 55, 103-134.
- Şahin, S. (2012). Almanya’ya Türk Vatandaşlarının Göçünün 51. Yılı Kazanımlar Ve Tehditler. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-15. Erişim Tarihi Şubat 9, 2018, Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi veritabanı.
- Şen, F., Ulusoy, Y. ve Şentürk, C. (2008). Almanya Ve Avrupa Birliğinde Türk Girişimciliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 405-418. Erişim Tarihi Şubat 14, 2018, www.sosyalarastirmalar.com veritabanı.

- Tekin, U. (2007). “Avrupa’ ya Göç Ve Türkiye”. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 37, 43-56.
- Teske, JR. H. C. ve B. H. Nelson. (1974). “ Acculturation And Assimilation: A Clarification”. *American Ethnologist*, 1 (2), 351- 367.
- Tezcan, M. (1977). “Alamancı Aile: Ülkemizde Yeni Bir Aile Türü”. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1 (26), 51-66.
- Ünver, O. C. (2003). “Almanya'ya Türk İşgücü Göçü -Geçmişten Geleceğe Sorunlar, İmkânlar Ve Fırsatlar”. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 45, 177- 225.
- Vural, M. A. (2000). “Basın, Kamuoyu Ve Üniversite.” *Kurgu Dergisi*, 17 (17), 117-126.
- Yasa, İ. (1979). “Dış Göçler ve Alamancı Aile”. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 17 (1), 82-87.
- Yel, A. M. (2012). “Avrupa’da İslam”. *Diyanet*, 262, 12-16.
- Yücedoğan, G. (1997). “Medya ve Kamuoyu İlişkisi”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6, 83-87.

RESMİ KAYNAKLAR

- Aile Ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü*. Federal Almanya’da Yaşayan Türklerin Aile Yapısı Ve Sorunları Araştırması, Ankara 2005.
- European Union Agency for Fundamental Rights*. Report on Racism and Xenophobia in the Member States of the EU, FRA 2007.
- Federal Office for Migration and Refugees* (6.). Muslim Life in Germany A study conducted on behalf of the German Conference on Research report, Germany 2009.
- Ministerium für Arbeit und Soziales, Qualifikation und Technologie*. Zur Geschichte Der Arbeitsmigration aus der Türkei Materialsammlung Anwerbung Reisenach Deutschland Fremdheiten: Dokumentationszentrum und Museum über die Migration aus der Türkei (DOMİT), Landes Nordrhein- Westfalen 2000.
- Muslims in the European Union*, Discrimination and Islamophobia, EUMC 2006.

Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu Kamuoyu, Yayın Araştırmaları Ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. Almanya’da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması, Ankara 2007.

Report Of The Runnymede Trust Commision On British Muslims and Islamophobia. Islamophobia A Challenge For Us All, London 1997.

Sakarya Üniversitesi Diaspora Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (DİAM).Avrupa’da İslam Düşmanlığı Ve İslamofobi: Avrupa’da Göç ve İslamofobi Avrupa’da Göç ve Mülteci Olgusu Raporu, Sakarya 2017.

Türkiye Cumhuriyeti Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. Uluslararası İşgücü Anlaşmaları. Türkiye Cumhuriyeti Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Yayınları, No: 07, Ankara 2014.

Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yurtdışı Türkler Ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. Avrupa’da Yaşayan Türkler, Yaz Tatili Döneminde Türkiye’ye Gelen Türkler Örneği Saha Araştırması, Ankara 2011.

Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi. Avrupa’da Yükselen Ayrımcılık Nefret, İslamofobi Ve Irkçılık Raporu, İstanbul 2015.

UNESCO. Cultural pluralism and cultural identity, The Experience of Canada, Finland, and Yugoslavia, Paris 1985.

SÖZLÜKLER

Hançerlioğlu, O. (2007). “Propaganda”. *Toplumbilim Sözlüğü*. (4. Baskı) içinde. (324-325). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Marshall, G. (1999). “Asimilasyon”. *Sosyoloji Sözlüğü*. (Çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü). (42). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Perruchoud, R. (2009). “Göç”. *Göç Terimleri Sözlüğü*. (Çev. Bülent Çiçekli). (22). İsviçre: Uluslararası Göç Örgütü.

TEZLER

Işık, M. (1998). *Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Bir Örnek Olay Olarak 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri Sonrasında ANAP- RP Koalisyon Görüşmelerine*

Basının Yaklaşımı. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.

BİLDİRİLER

Büyüksener, E. (2009). “ Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış’’. (XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı, 12-13 Aralık 2009 İstanbul), *Bildiriler*, Bilgi Üniversitesi, İstanbul, 2009, s. 19-23.

Kırçıl Güngör, A. ve T. Karagüler. (2003). “ Dijital Çağda İletişime Yeni Yaklaşım: Online Gazetecilik’’. (Akademik Bilişim Konferansları, 3-5 Şubat 2003 Adana), *Bildiriler*, Çukurova Üniversitesi, Adana, 2003.

Yaprak, Ş. (2013). “Uluslararası Emek Göçü Bağlamında Almanya’ya Türk İşgücü Göçü ve Sosyo-Ekonomik Etkileri’’. (International Conference On Eurasian Economies, 17-18 September 2013, St. Petersburg – Russia), *Bildiriler*, Beykent Üniversitesi, İstanbul 2013, s. 862- 870.

Yüksel, M. (2012). “İslamofobinin Tarihsel Temellerine Bir Bakış: Oryantalizm ya da Batı ve Öteki’’. (İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi Sempozyum Tebliğleri, 30 Nisan - 1 Mayıs 2010, Sivas), *Bildiriler*, Sivas Kemal İbn-i Hümam Vakfı, Sivas, 2012, s. 221- 233.

İNTERNET KAYNAKLARI

Aziz, A. (2005). Dünyada ve Türkiye’de İletişim Araştırmaları, Türkiye’de İletişim Araştırmaları Sempozyumu, Ankara www.sempozyum.ilef.net. (Erişim Tarihi: Mayıs 2017).

Demir, Ö. (2018). “Despotizm’’. Sosyal Bilimler Sözlüğü online. <http://omer-demir.net/sosyal-bilimler-sozlugu>. (Erişim Tarihi: Eylül 2018).

Erdoğan, İ. (2005). Lazarsfeld ve Columbia Okulu. <http://www.irfanerdogan.com/makaleler4/lazarsfeld.pdf> (Erişim Tarihi: Şubat 2018).

Herman, E. ve N. Chomsky. (1988). A Propaganda Model. <https://chomsky.info/consent01/> (Erişim tarihi: Mart 2018).

Mora, N. (2011). Haberin Sosyolojik Boyutu: Kamusal Söylemin Üretimi Ve Kamuoyu Oluşumu. <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/medya-arastirmalari/2830-haberin-sosyolojik-boyutu-kamusal-soylemin-uretimi-ve-kamuoyu-olusumu.html> (Erişim tarihi: Mart 2018).

Oxford Living Dictionaries (2018) <https://en.oxforddictionaries.com/definition/misrepresentation> (Erişim tarihi: Nisan 2018).

Şen, F. (2005). Almanya'daki Türkler Entegrasyon veya Gettolaşma. <http://www.konrad.org.tr/Medya%20Mercek/13faruk.pdf> (Erişim tarihi: Nisan 2018).

Türk Dil Kurumu (2018). 'Dayanışma. TDK Online. http://www.tdk.gov.tr/index.php?arama=gts&option=com_gts&kelime=siyasal+dayan%C4%B1%C5%9Fma (Erişim tarihi: Kasım 2018).

Türk Dil Kurumu (2018). "Otorite". TDK Online. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=OTOR%C4%B0E (Erişim tarihi: Kasım 2018).

HABERLERİN ELDE EDİLDİĞİ İNTERNET SİTELERİ

<https://www.bild.de> 21 Mart- 21 Nisan (Recep Tayyip Erdoğan)
17 Şubat- 17 Mart (Deniz Yücel)

<https://www.spiegel.de> 21 Mart- 21 Nisan (Recep Tayyip Erdoğan)
17 Şubat- 17 Mart (Deniz Yücel)

<https://www.zeit.de> 21 Mart- 21 Nisan (Recep Tayyip Erdoğan)
17 Şubat- 17 Mart (Deniz Yücel)

<http://www.taz.de> 21 Mart- 21 Nisan (Recep Tayyip Erdoğan)
17 Şubat- 17 Mart (Deniz Yücel)

HABER FOTOĞRAFLARININ LİNKLERİ

BİLD

<https://www.bild.de/news/aktuelles/news/die-verfassungsreform-fuer-einpraesidialsystem-51023924.bild.html#fromWall> 27 Mart 2017 (Erişim Tarihi: Şubat 2018)

<https://www.bild.de/politik/inland/recep-tayyip-erdogan/jetzt-hat-erdogan-die-tuerkei-in-der-hand-51326636.bild.html#fromWall> 17 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.bild.de/news/aktuelles/news/wegmarken-der-tuerkischen-republik-51314216.bild.html> 18 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.bild.de/politik/ausland/recep-tayyip-erdogan/proteste-in-der-tuerkei-51368840.bild.html> 20 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.bild.de/politik/aktuelles/politik-ausland/deutscher-korrespondent-in-der-tuerkei-in-50490832.bild.html#fromWall> 17 şubat 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.bild.de/politik/aktuelles/politik-ausland/yuecelverhaftung-politiker-erhoehen-druck-50650298.bild.html> 1 Mart 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.bild.de/regional/aktuelles/baden-wuerttemberg/demo-fuer-deniz-yuecel-vor-tuerkischem-generalkonsulat-50696628.bild.html> 3 Mart 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

SPIEGEL

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/recep-tayyip-erdogan-tuerkische-richter-beantragen-asyl-in-deutschland-a-1144240.html> 22 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/tuerkei-referendum-so-stimmten-die-auslandstuerken-ab-a-1143662.html> 18 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/news-blog-zur-tuerkei-votum-der-tuerken-in-deutschland-beunruhigt-tuerkische-gemeinde-a-1143572.html> 17 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/tuerkei-welt-korrespondent-deniz-yuecel-in-istanbul-in-polizei-gewahrsam-a-1135173.html> 17 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/deniz-yuecel-anwaelte-legen-widerspruch-gegen-haftbefehl-ein-a-1137567.html> 7 Mart 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/tuerkei-auswaertiges-amt-mahnt-reisende-zur-vorsicht-a-1138595.html> 13 Mart 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

ZEIT

<https://www.zeit.de/politik/ausland/2017-04/tuerkei-referendum-opposition-wahlergebnis-eu-wahlbeobachter> 17 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2017-04/tuerkei-proteste-istanbul-referendum-hayir> 17 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.zeit.de/politik/deutschland/2017-02/deniz-yuecel-untersuchungshaft-reaktionen-angela-merkel> 27 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.zeit.de/politik/2017-03/deniz-yuecel-inhaftierung-proteste-politiker> 1 Mart 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

TAZ

<https://www.taz.de/ArchivSuche!/5401245&s=recep%2Btayyip%2Berdo%C4%9Fan/> 16 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.taz.de/ArchivSuche!/5398385&s=recep%2Btayyip%2Berdo%C4%9Fan/> 17 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.taz.de/ArchivSuche!/5398476&s=recep%2Btayyip%2Berdo%C4%9Fan/> 18 Nisan 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5388646&s=deniz%2By%C3%BCcel/> 28 şubat 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)

<https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5384594&s=deniz%2By%C3%BCcel/> 28 şubat 2017 (Erişim Tarihi: şubat 2018)



EKLER

Ek 1. ANKET FORMU

1. Bölüm Demografik Sorular

- 1- Cinsiyetiniz: Kadın- Erkek
- 2- Yaşınız: 18- 25, 26- 30, 31- 40, 41- 50, 51- 60, 60+ ve üzeri
- 3- Medeni Durumunuz: Bekâr- Evli- Boşanmış-Dul
- 4- Vatandaşlığınız: Türkiye- Almanya- Çifte Vatandaş
- 5- Kaç yıldır Almanya’da yaşıyorsunuz: 1- 5 Yıl—6- 10 Yıl—11-20 Yıl—21-30 Yıl—30 ve Üzeri
- 6- Sizin/Ailenizin Göç Sebebi Nedir: İş İçin- Eğitim İçin- Evlilik Yoluyla- Diğer
- 7- Mesleğiniz Nedir: Özel Sektör- Serbest Meslek- Memur- Öğrenci- Ev Hanımı- Ev Adamı- İşçi – İşsiz
- 8- Öğrenim durumunuz: Okur-yazar değil - İlkokul -Ortaokul - Lise ve dengi- Ön Lisans - Yüksekokul/üniversite- Lisansüstü
- 9- Türkiye ve Türklerle ilgili haberleri nereden takip ediyorsunuz: Alman medyasından- Türk Medyasından- Her ikisinden
- 10- Türkiye ile ilgili Haberleri hangi sıklıkla takip ediyorsunuz: Her gün- Haftada 3-4 kez, Haftada 1 kez- Ayda bir kez- takip etmem

2.BÖLÜM: Haberlerin İçerikleri

Aşağıda Alman medyasının Türklerle ilgili haberleri nasıl yansıttıkları hakkında sizin düşüncelerinizi almak üzere hazırlanmış sorular vardır. Seçeneklerden uygun gördüğünüzü “ kesinlikle katılmıyorum” Katılmıyorum”, “ kararsızım”, Katılıyorum”, “kesinlikle katılıyorum”, seçeneklerinden birini işaretleyerek aktarınız.

- 10- Almanya medyasının Türklerle ilgili yaptığı haberler abartılıdır.
- 11- Almanya medyasındaki Türkiye ve Türklerle ilgili haberler siyasi konjonktürden etkilenmektedir
- 12- Almanya’daki Türkler Almanya medyasında çeşitli suçlar ile anılmakta, Alman vatandaşlarının gözünde kötü insanlar olarak temsil edilmek
- 13- Almanya medyasında siyasi gelişmelere bağlı olarak yapılan haberler yüzünden Türklere karşı yabancı düşmanlığı son yıllarda artmıştır.
- 14- Almanya medyasında Türkiye tehlikeli bir yer olarak gösterilmektedir
- 15- Haberler İslamofobi’yi (İslam karşıtlığı) artıracak niteliktedir
- 16- Türk vatandaşları Alman medyasında kavgacılıkla suçlanmakta, Müslümanlığın terörle birlikte anılması yüzünden zaman zaman terörist muamelesi görmektedir

3.BÖLÜM: Haberlerin Etkileri

Almanya medyasında Türklerle ilgili yer alan haberlerin, gündelik hayatınızı, toplumsal huzurunuzu, sosyal ilişkilerinize etkilerini, “ Kesinlikle Katılmıyorum” Katılmıyorum”, “ Kararsızım”, Katılıyorum”, “Kesinlikle katılıyorum”, seçeneklerinden birini işaretleyerek aktarınız.

17- Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra, Alman arkadaş çevrem bana mesafeli davranmaya başladı

18- Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra Türklere ait iş yerlerine gelen Alman müşteri sayısı azaldı

19- Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra, iş çevremde sorunlar yaşamaya başladım

20- Türkiye ve Türkler ile ilgili yapılan haberlerden sonra çalıştığım işten çıkarılma riskiyle karşı karşıya kaldım

21- Haberlerden etkilenen Almanlar, Türk siyaseti ve siyasetçileri ile ilgili görüşlerimi sık sık soruyorlar

22- Türkiye’deki siyasetle ilgili sordukları sorulara verdiğim cevaplar yüzünden ayrımcılık yaşıyorum

23- Haberler yüzünden Türk çocuklarına, siyasi, dini ve kültürel nedenlerle baskı ve ayrımcılık yapılmaktadır.

24- Sokakta/ işte/ okulda hakarete maruz kalıyorum

25- Sokakta/ işte/ okulda fiziksel şiddete maruz kalıyorum

26- Dini semboller olarak algılanan dış görünüşüm (başörtü, giyim tarzı, sakal vb.) nedeniyle ayrımcılığa maruz kalıyorum

4.BÖLÜM: Alman Medyasında Türkler ve Türkiye ile ilgili İmajın Değerlendirilmesi

Bu bölümde kendi deneyim, düşünce ve kanaatlerinize göre soruları yorumlayabilirsiniz.

27- Sizce Almanya medyasında olumsuz Türk imajının oluşturulmasına neden olan, Türklerle ilgili asıl sorun nedir? Lütfen aşağıdaki kutucuğa yazarak açıklayınız.

28- Size göre bu sorunun temelinde yatan sebepler nelerdir

29- İşiniz, komşu çevreniz ve gündelik hayatınızda bununla ilgili ne gibi olaylar yaşıyorsunuz?

30- Bu sorunun çözülmesi, kötü imajın düzeltilmesi için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz? Almanya’da yaşayan vatandaşlarımız neler yapmalı? Türkiye Cumhuriyeti Devleti neler yapmalı? Lütfen düşüncelerinizi belirtiniz.

EK 2. KİŞİSEL VERİ TOPLAMA VE GİZLİLİK FORMU

KİŞİSEL VERİ TOPLAMA VE GİZLİLİK FORMU

- 1- Anket Formunda kimliğinizi açığa çıkaracak herhangi bir soru sorulmamıştır.
- 2- Bu çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- 3- Cevaplarınız gizli tutulacak yalnızca çalışmayı yürüten araştırmacılar tarafından incelenecektir.
- 4- Anket çalışması neticesinde elde edilecek verileriniz akademik amaçlarla kullanılacaktır.
- 5- Katılımcı kendini rahatsız hissettiği soru veya sorularla karşılaşmıştı düşünüyorsa anketi son verebilir. Bu durumda katılımcının bilgileri değerlendirmeye alınmayacaktır.
- 6- Anket Formunun dördüncü (4.) kısmında yer alan soruları, kendi görüş, kanaat ve tecrübelerinize dayanarak konuyla ilişkili (*hakaret, küfür, provokasyon, saldırı içermemek şartıyla ve mahrem ve gizli bilgilerin korunması kaydıyla*) istediğiniz şekilde yanıtlayabilirsiniz. Yazılarınızda hakaret, küfür ve saldırı yazıldığı takdirde anketiniz incelemeye dâhil edilmeyecektir.
- 7- Anket soruları yalnızca bu akademik tez çalışmasında kullanıldığından başka bir ortamda dağıtım veya yayımlanması yasaktır.

EK 3. ETİK KURUL RAPORU

BAŞVURU NO: 36

ERCİYES ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
PROJE ONAY FORMU

Projenin Adı	"Alman Medyasında Türkiye Temsilleri Üzerine Bir İnceleme"
Projenin Niteliği	Yüksek Lisans/Uzmanlık/Doktora Tezi
Proje Araştırmacıları	Ayça BİLMEZ (Sorumlu Araştırmacı) Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Ethem Bilici (Danışman)
Sorumlu Araştırmacının Haberleşme Bilgileri	Ayça BİLMEZ (Sorumlu Araştırmacı) Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Ethem Bilici (Danışman) Mevlana Mah. Mehmet Timuçin Cad. Bureu Apt. No:47 K:8 D: 30 Talas/Kayseri E-posta adresi: aycbilmz@hotmail.com

KARAR:

Etik Kurulumuza başvuran Ayça BİLMEZ'in "*Alman Medyasında Türkiye Temsilleri Üzerine Bir İnceleme*" adlı Çalışması değerlendirilerek aşağıdaki sonuca ulaşılmıştır.

Proje etik açıdan uygun bulunmuştur. ☒

Projenin etik açıdan geliştirilmesi gerekmektedir. ☐

Proje etik açıdan uygun bulunmamıştır. ☐

20/03/2018

ADI SOYADI		İMZA
Etik Kurul Başkanı	Prof. Dr. Mustafa ARGUNŞAH	
Etik Kurul Başkan Yrd.	Doç. Dr. Kasım KARAMAN	
Üye	Prof. Dr. Celal YILDIZ	
Üye	Prof. Dr. Mehmet AKKURT	
Üye	Prof. Dr. Mustafa BAKTIR	
Üye	Prof. Dr. Mustafa DEMİRCİ	
Üye (Raportör)	Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ	
Üye	Doç. Dr. Handan ZİNCİR	
Üye	Doç. Dr. Burak ADIGÜZEL	

EK 4. ALMANYA'DA BULUNAN *UID DERNEĞİ*'NDEN DAVET MEKTUBU



EK 5. TANITIM MATERYALİ

EK 6. TEZ İNTİHAL RAPORU

İTERNET MEDYASINDA YABANCI ALGISI (ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLER ÖRNEĞİ)

ORIJINALLIK RAPORU

%1

BENZERLİK ENDEKSİ

%1

İTERNET
KAYNAKLARI

%0

YAYINLAR

%0

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

www.erzincan.edu.tr
İnternet Kaynağı

%1

Alıntıları çıkart

Kapat

Eşleşmeleri çıkar

< %1

Bibliyografyayı Çıkart

Üzerinde

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Ayça BİLMEZ
Uyruğu : Türkiye (T.C)
Doğum Tarihi ve Yeri : 03.09.1993/ Adana
Medeni hal : Bekâr
Cep Tel : 0538 720 82 22
E-mail : aycblmz@hotmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

2016- 2019 : Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
 Gazetecilik Anabilim Dalı'nda Gazetecilik Bilim
 Dalı
2012- 2016 : Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik
 Bölümü
2008 – 2012 : Açık Öğretim Lisesi

YAYINLAR

“Bir Göstergebilimsel Okuryazarlık Çözümlemesi: Twist In My
 Sobriety” *Turkish Studies* Cilt 13/20, Summer 2018, p. 205-224 DOI
 Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.13878> ISSN: 1308-
 2140, Ankara-Türkiye

İŞ DENEYİMİ

2018 yılında Kayseri merkezli Dijital Bağımlılıkla Mücadele Derneği'nin
 sosyal medya danışmanlığını yaptım.

2015 ve 2016 yıllarında Kayseri'de yerel gazetelere özel haberler servis
 edip yayımlattım.

2015 yılında Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Kampüs TV'de
 Stajyer Spiker olarak çalıştım.

YABANCI DİL: İngilizce