



## TÜRK KAHVESİNİN YANINA ALMAN ÇİKOLATASINI KİM KOYDU? TÜRKİYE'DEKİ ALMAN GELİNLERİN ULUSAŞIRI EKONOMİK PRATİKLERİ

WHO PUT GERMAN CHOCOLATE NEXT to TURKISH COFFEE? TRANSNATIONAL ECONOMIC PRACTICES of the GERMAN BRIDE in TURKEY

**Ayla DENİZ** 

Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Bölgesel Coğrafya Anabilim Dalı, adeniz@ankara.edu.tr

### Makale Bilgisi

Gönderildiği tarih: 1 Mart 2020  
Kabul edildiği tarih: 10 Kasım 2020  
Yayınlanma tarihi: 15 Aralık 2020

### Article Info

Date submitted: 1 March 2020  
Date accepted: 10 November 2020  
Date published: 15 December 2020

### Anahtar sözcükler

Ulusaşırı Ekonomik Pratikler; Karma Evlilik; Alman Evlilik Göçmenleri; Türkiye

### Keywords

Transnational Economic Practices; Mixed Marriages; German Marriage Migrants; Turkey

DOI: 10.33171/dtcfjournal.2020.60.2.19

### Öz

Dünya genelinde karma evliliklere bağlı göçler artmaktadır. Buna paralel olarak ulusaşırı ekonomik pratikler sürdüren göçmenler içinde evlilik göçmenleri de artmaya başlamıştır. Bu sürecin çeşitli mekânsal yansımaları görülmeye başlanmıştır. Bununla birlikte etnik kimliğin ve evlilik statüsünün gidilen ülkedeki anlamına göre evlilik göçmenlerinin bu pratikleri sürdürmelerinde büyük mekânsal farklılıklar görülmektedir. Bu çalışmada, etnik kimliğin ve evlilik statüsünün, yaygın karma evlilik göçü paterninin tipik bir örneği olmayan Türkiye'deki Alman evlilik göçmenlerinin ulusaşırı ekonomik pratiklerine etkisi ortaya konmaktadır. 7 ilde yaşayan 16 evlilik göçmeniyle yapılan derinlemesine görüşmelere dayanarak, etnik kimliğin ve evlilik statüsünün Türkiye'deki Alman evlilik göçmenlerinin ekonomik pratikler sürdürmelerini desteklemeye hizmet ettiği; bu pratikler yoluyla ulusaşırı ortaklıkların arttığı ve pek çok işin dijitalleşmesinin hızlandığı görülmüştür.

### Abstract

Mixed marriage and related migration are increasing around the world. Some of marriage migrants engage in transnational economic activities in various ways. This process has various spatial reflections. However, according to the meaning of ethnic identity and marital status in the destination country, there are great spatial differences in the continuation of these practices by marriage migrants. One of the countries where these differences are seen is Turkey. In this study, the spatial context of the economic practical of German marriage migrants in Turkey is being examined. In-depth interviews were held with 16 marriage immigrants living in 7 different cities. It is evident that due to ethnicity and marital status, transnational economic practices of German women supported by families and the Turkish society. An important finding of the study is that through these practices, transnational partnerships are increasing and the digitalization of many businesses is accelerating.

### Giriş

Wilma'yla<sup>1</sup> (33) İstanbul'daki ofisinde bulduğumuzda ikram ettiği Türk kahvesinin yanında, ithalatını yaptığı Alman çikolatası vardı. O, Almanya ve Türkiye arasında çeşitli ekonomik girişimlerde bulunan kadınlardan yalnızca biriydi. 10 yıl önce Almanya'da bir kursta tanıştığı Türk<sup>2</sup> eşiyile birkaç ay içinde evlenmişti. Onlar, evliliklerinin ilk 4 yılında Berlin'de yaşadıkdan sonra İstanbul'a yerleşme kararı almışlardı. Wilma, İstanbul'da onu neyin beklediğini bilmediğinden, işler yolunda gitmezse dönebilirsin diye Berlin'deki evini satmamıştı. Bu aslında, onların bir süre

<sup>1</sup> Tüm katılımcıların isimleri değiştirilerek anonim isimler kullanılmıştır.

<sup>2</sup> Buradaki Türk kavramı etnik Türkleri değil, tüm Türkiye halklarını kapsar şekilde kullanılmaktadır.

sonra yaşamaya başlayacakları iki yerli hayatlarını<sup>3</sup> kurmalarını da kolaylaştıracaktı. Zira Wilma, İstanbul'a geldiği yıl, Türklerin Almanya'da, Almanların ise Türkiye'de çeşitli yatırım girişimleri olduğunu ama bunun için sunulan profesyonel aracılık hizmetlerinin, özellikle küçük ve orta ölçekli ticari girişimler için yetersiz olduğunu görmüştü. Bunun üzerine bir yatırım danışmanlığı şirketi kurmuş ve bir süre sonra Türkiye ve Almanya arasında iş amaçlı sık seyahatlerle şekillenen bir hayatı yaşamaya başlamıştı.

Wilma gibi ulusaşırı göçmenlerin en az iki ülkeyi kapsayan ekonomik pratikleri, bu pratiklere ilişkin yasal düzenlemeleri yapan devletle ve bunların yararlanıcısı olan toplumla göçmenin yaptığı müzakerelerin ve mutabakatların sonucunda şekillenmektedir. Sıradan<sup>4</sup> insanların gündelik hayatlarının merkezindeki bu pratikler, büyük ekonomik, finansal ve politik kurumlar tarafından teşvik edilen küreselleşmeye alternatif olarak yürütülen bir tür 'aşağıdan küreselleşme' olarak yorumlanmaktadır (Smith ve Guarnizo). Bu konuda yapılan çalışmalarda, bu pratiklerin çok yönlü olduğu, mevcut yapıya yeni alternatifler yarattığı, bazen daha büyük ve daha köklü işletmeler ve kurumlarla farklı şekillerde iç içe geçtiği belirtilmektedir (Ambrosini; Guarnizo; Portes, Guarnizo ve Haller; Portes, Guarnizo ve Landolt). Ayrıca bu tür girişimlerin göçmenlerin özel taleplerinin karşılanmasını sağlayarak pazarı genişlettiği, yeni tüketim alışkanlıklarının gelişmesini sağlayarak sosyal uyuma hizmet ettiği, istihdam ve yatırım artışına yol açtığı ortaya konmaktadır (Bryant, Genç ve Law; Javorcik ve diğerleri; Mahler). Bununla birlikte bu pratiklerin şekillenmesinde kişileri tanımlayan kimlikler oldukça belirleyici olduğundan, göçmenlerin sürdürdüğü ekonomik pratikler de birbirinden farklılaşmaktadır (Ambrossini; Dannecker ve Çakır; Light; Portes; Portes, Guarnizo ve Haller; Rusinovic; Waldinger, Aldrich ve Ward; Zhou). Ancak bu durumu konu alan çalışmaların bu çeşitliliği yansıtmaktan uzak olduğu, özellikle kadınların dışlandığı bir görünümün olduğu görülmektedir (Collins ve Low; Collins ve diğerleri; Low). Kurian, kadınların diğer kimlikleri ve statüleri de dikkate alındığında bu ihmalin üç kat olduğunu ortaya koymaktadır: Bir azınlık grubunun üyeleri olarak, kadınlar olarak ve göçmen kadın girişimciler olarak.

<sup>3</sup> İki ülke arasında gidip gelmek, tam bir liminal mekânda yaşamak olarak da tanımlanabilir. Dolayısıyla çok yerli pratikleriyle ulusaşırı alanları inşa eden göçmenler, aslında daha büyük ölçekte liminal mekanların inşa edilmesine katkı sağlar, bu mekanları üretirler.

<sup>4</sup> Burada 'sıradan insanlar' kavramıyla kastedilen, aldıkları kararları ve yaptıkları uygulamalarda bireyselliği ön plana çıkararak ve toplumsal bir etki yaratma iddiasından önce kendi hayatlarını düzenlemeye odaklananlardır.

Kurian'ın vurgu yaptığı bu ihmale ek olarak, sıklıkla kadınların erkeklerin yaşadıkları yerlere göç etmeleriyle sonuçlanan ve bu nedenle kadınlara özgü bir göç türü olarak görülen karma evliliklerde, bu evlilikleri gerçekleştiren kadınların ulusaşırı ekonomik alanı ne tür pratiklerle şekillendirdikleri de yeterince bilinmemektedir. Bununla birlikte 'farklı vatandaşlık statüsüne sahip olan kişiler arasındaki kalıcı ilişkiler' olarak tanımlanan karma evlilikleri (Williams 184) gerçekleştirenler için ulusaşırı pratikler, onların çok boyutlu hayatlarının bir parçasıdır (Bélanger ve Linh; Charsley ve diğerleri; Constable, *Cross-Border Marriages...*; Lauser; Suksomboon; Yeoh ve diğerleri). Bunlar içinde ekonomik pratiklere özel bir vurgu yapılmaktadır. Çünkü bu kadınların eş ve göçmen olmak dışında, eğer istihdama katılıyorsa, çalışan olarak kazandıkları konum hem köken ülkeye hem de varılan ülkeye etki etmektedir (Bélanger, Linh ve Duong; Piper). Zira karma evlilikle kurulan ve bu evliliklerden doğan çocuklarla güçlenen akrabalık bağları, ekonomik pratiklerin etkilerinin artması için gereken güveni ve sermayeyi sağlayabilecek bir ilişkilene potansiyeli taşımaktadır.

Bununla birlikte, tüm bu potansiyele rağmen, evlilik göçmenlerinin çoğunun yüksek eğitim düzeyine sahip olmamaları ve az gelişmiş ülkelere gelmeleri, onların göç sonrası genellikle düşük nitelikli işlere yönelmelerine neden olmaktadır. Bu durum kadınların kırılanlıklarının artmasına; maruz kaldıkları patriarkal müdahalelerle mücadele etmelerinin zorlaşmasına ve onların edilgen bir konuma hapsedilmelerine yol açmaktadır (Beck ve Beck-Gernsheim; Chai; Fan ve Huang; Fan ve Li; Palriwala ve Uberoi; Piper). Öte yandan yukarıda hikâyesi paylaşılan ve küresel evlilik piyasasında ilk göze çarpan etnik gruplardan birinin üyesi olmayan<sup>5</sup> Wilma, pek çok evlilik göçmeninden farklı olarak iyi gelir getirici bir işe ulaşmıştır. Bu durum, kadınların ortak noktası olan evlilik statüsüne rağmen, farklılaştıkları etnik kimliğin anlamının mekânsal olarak değiştiğini ve göçmenin ev sahibi topluma başarılı bir şekilde uyum sağlamasının işareti olarak kabul edilen ekonomik kaynaklara erişimini etkilediğini göstermektedir. Bir başka deyişle, genellikle çok farklı insan gruplarına ortak özellikler kazandıran homojen ve kalıplaşmış bir şekilde kullanılan etnisiteye dayalı genellemelerin kimi zaman oldukça sorunlu olduğu (Collins ve Low) bilinmekle birlikte, kişilere atfedilen kimliklerin onların sosyal konumlanışını ve dolayısıyla gündelik hayatlarını temelden etkilemeye devam ettiği de bir gerçektir (Blommaert). Peki, bu durum, gelişmiş bir ülkeden daha az gelişmiş bir ülkeye göç

<sup>5</sup> Sıklıkla Filipinler, Çin, Vietnam, Tayland gibi Asya ülkelerinden ve Rusya, Ukrayna gibi Doğu Avrupa ülkelerinden göç eden kadınlar, ulusaşırı evlilik göçü literatüründe kendilerine yer bulmaktadır.

eden bir evlilik göçmeninin ulusaşırı ekonomik pratiklerini nasıl etkilemektedir? Bu ekonomik pratiklerin mekânsal yansımaları nelerdir? Bu çalışmada bu soruların cevabı, Türkiye'deki Alman evlilik göçmenlerinin ulusaşırı ekonomik pratiklerinin incelenmesi yoluyla cevaplanmaya çalışılmaktadır.

Bu çalışma, 3 ana bölümden oluşmaktadır. *Birinci* bölümde, Almanya-Türkiye ulusaşırı alanının gelişimi ve karma evlilikler hakkında bazı bilgiler verilmektedir. *İkinci* bölümde Türkiye'deki Alman evlilik göçmeni kadınlarla gerçekleştirilen görüşmelere dayanarak etnisitenin ve evlilik statüsünün ekonomik pratiklerini şekillendirmedeki rolü ortaya konmaktadır. *Üçüncü* bölümde ise tüm bu pratiklerin mekânsal yansımaları paylaşılmaktadır.

### **Araştırma Süreci ve Metodoloji**

Feminist araştırmacıların, göçmen kadınların göç yazınındaki görünmezliklerine yönelik eleştirileri sayesinde, kadınların 'araştırma özneleri' olarak konumlandıkları çalışmalar son on yıllarda artmaya başlamıştır. Bu çalışmalar içinde kadın evlilik göçmenlerinin de deneyimlerine odaklanıldığı, kadınların kendilerini, kendi cümleleriyle anlatmalarının önünün açıldığı ve kadınlar arası farklılaşmaya vurgu yapıldığı görülmektedir (Kim; Maydell; Ryabov; Uekusa ve Lee; Wang; Yeoh ve diğerleri). İlgili konuda yapılan pek çok çalışma, araştırma sürecinde sağladığı yararlarından dolayı görüşme ve gözlem gibi nitel araştırma yöntemleri tercih edilerek yapıldığından, bu çalışmada da benzer bir araştırma tasarlanmıştır.

Bu çalışmanın temel veri kaynağı durumundaki yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler, Aralık 2018-Temmuz 2020 tarihleri arasında yapılmıştır. Katılımcılar, Türkiye'de ikamet adresi olarak 7 ili göstermişlerdir. Bunlar Ankara (2 kişi), İstanbul (4 kişi), İzmir (2 kişi), Antalya (3 kişi), Bursa (2 kişi), Kayseri (1 kişi) ve Muğla'dır (2 kişi). Katılımcıların Türkiye'de buldukları sürelerde yaşadıkları şehirler, resmi olarak Almanya'nın doğrudan ilgi gösterdiği ve ilişki kurduğu yerlerdir. Zira, Almanya Federal Cumhuriyeti'nin Türkiye'deki büyükelçiliği Ankara'dadır. Ayrıca Antalya, İzmir ve İstanbul'da Almanya Federal Cumhuriyeti başkonsoloslukları vardır. Bursa, Kayseri ve Muğla'da ise Almanya Federal Cumhuriyeti'nin fahri konsoloslukları bulunmaktadır.

Katılımcılara erişimde kişisel bağlantılardan ve Türkiye'deki Almanlar ve/veya Almanya'yla ilişkili olanlar tarafından kurulan derneklerin verdikleri bilgilerden yararlanılmıştır. Ayrıca 7 ilin ticaret odalarından Almanlara ait ticari girişimler hakkında bilgi alınmış ve bazı kişilere bu yolla ulaşılmıştır. Böylece çoklu kartopu

örnekleme yöntemiyle toplamda 16 evlilik göçmeni Alman kadınla görüşülmüştür. Görüşmelerin ikisi kafelerde, üçü kadınların evlerinde, yedisi onlara ait işyerlerinde yapılmıştır. Dört görüşme ise pandemiden dolayı yan yana gelmek mümkün olmadığı için çevrimiçi görüşme olarak yapılmıştır. İş yerlerinde yapılan görüşmeler sayesinde, kadınların çalışma koşullarının ve iş yerlerinin düzeninin gözlenmesi mümkün olmuştur.

Görüşmelerin tamamı, katılımcıların da onayıyla, araştırmacının bildiği Türkçe ve İngilizce dillerinde yapılmıştır. Bununla birlikte dört görüşmede, bazı soruların daha ayrıntılı cevabı için tercüman desteği alınması gerektiği fark edilmiştir. Bunun üzerine dört katılımcıyla, bir tercümanın da katıldığı ikinci bir görüşme yapılmıştır. Görüşmeler ortalama 50 dakika sürmüştür. Görüşmelerde kadınların Türkiye'ye göç ve evlilik süreçleri, evlilik ve göç öncesi-sonrası ekonomik girişimleri, bu girişimlerin niteliği ve bu girişimlere yönelik tepkileri öğrenmeye yönelik sorular sorulmuştur. Görüşmelerden elde edilen bilgilere dayanarak içerik analizi yapılmıştır. Bu kapsamda kodlanan metnine dayanarak, ana kategoriler ortaya konmuş, ilişkiler analiz edilmiş ve değerlendirme yapılmıştır.

Aşağıdaki yer alan katılımcı bilgi tablosundan da anlaşılacağı gibi katılımcıların bir kısmı, kendi hesabına çalışan etnik girişimcilerken, bazıları ise yüksek nitelikli işler yapan profesyonellerdir (Tablo 1). Bu bakımdan kendilerini hem uluslararası etnik girişimciler hem de uluslararası profesyoneller olarak görmek ve buna ilişkin literatür içinde konumlandırmak mümkündür. Burada katılımcıların ortak noktası, onların temelde iyi gelir getirici işler yapmak için gereken bilgi ve beceriye sahip olmaları ve tüm bunları aldıkları eğitimle ve önceki iş tecrübeleriyle kanıtlanmalarındadır. Hatta, tamamı eşlerinden daha uzun süre eğitim almış olan bu kadınlar arasında mevcut işlerini geliştirmek için Türkiye'de yeniden eğitim alanlar vardır.

Katılımcıların büyük bir kısmı tam zamanlı çalışan ve işveren statüsündedir. Çalıştıkları sektörler çeşitli olmakla birlikte çoğunlukla hizmet ve sanayi sektörleri kapsamındaki işlerle ilgilidirler. Katılımcıların tamamı, yaptıkları işlerin geliştirilmesi, pazarlanması ve bunun için farklı ülkelerle (özellikle Almanca konuşulan ülkeler) bağlantılar kurulması gibi konulardan sorumludurlar. İşveren statüsünde olanlar, bu işletmelerde eşleriyle birlikte çalışmaktadır. Bu işletmeler arasında tarım, tekstil ve sanayi sektörü kapsamına girenler, Türk eşlerin aileleri tarafından uzun yıllardır yapılan işlerin, karma evlilik sonrası geliştirilmesiyle ortaya çıkmışlardır. Bu çalışmaya katılanlar içinde varolan işletmeleri geliştirenler, yeni işletme kuranlardan daha fazladır.

Katılımcıların bir kısmı evlilik sonrası Türkiye'ye yerleşse bile bir kısmının evlilik öncesinde Türkiye'ye göç ettikleri görülmektedir. Dolayısıyla onların tamamının göç türü 'evliliğe bağlı göç' olarak isimlendirilemese de bir Türk'le evlenmeleri, evlilik sonrası süreçte Türkiye'yle ilişkilerinin derinleşmesini ve burada daha kalıcı yatırımlar ve işbirlikleri kurma eğilimine girmelerini sağlamıştır. Bu nedenle tamamı evlilik göçmeni olarak isimlendirilmektedir.

**Tablo 1.** Katılımcı Listesi

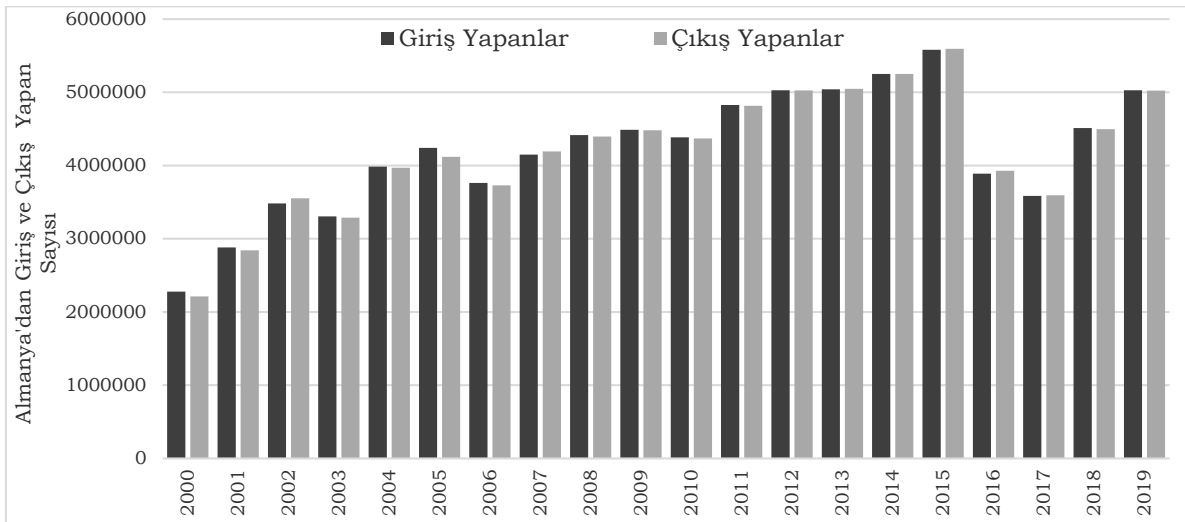
No	İsim	Yaş	Türkiye'de Yaşama Süresi	Evlilik Süresi	İşteki Unvanı	İşteki Statüsü
1	Angela	63	34	36	Kreş Yöneticisi	İşveren
2	Bianka	41	11	15	İş Geliştirme Uzmanı (Reklamcılık)	Tam Zamanlı Çalışan
3	Caroline	30	5	5	Otel Sahibi	İşveren
4	Charlotte	33	3	5	Yatırım Danışmanı (Finans)	Tam Zamanlı Çalışan
5	Emma	56	23	31	Plastik Cerrah	Tam Zamanlı Çalışan
6	Eva	61	10	35	Dış Ticaret Uzmanı (Tekstil Ürünleri)	İşveren
7	Gisele	26	2	1	Dış Ticaret Uzmanı (Medikal Ürünler)	Tam Zamanlı Çalışan
8	Helga	45	9	18	Dış Ticaret Uzmanı (Medikal Ürünler)	Tam Zamanlı Çalışan
9	Ida	39	9	5	Tasarımcı (Tekstil)	İşveren
10	Isabel	41	16	19	Bilişim Uzmanı	Tam Zamanlı Çalışan
11	Marie	41	12	7	İhracat Sorumlusu (Tarım)	İşveren
12	Nina	36	12	10	Tasarımcı (Seramik)	Tam Zamanlı Çalışan
13	Rebecca	26	5	2	Eğitim Danışmanı	Kısmi Zamanlı Çalışan
14	Rita	51	19	29	Üretim Sorumlusu (Makine Sanayi)	İşveren
15	Ulrike	60	36	39	Dış İlişkiler Sorumlusu (Kimya Sanayi)	İşveren
16	Wilma	33	6	10	Yatırım Danışmanı (Finans)	İşveren

### **Almanya-Türkiye Ulusaşırı Alanı ve Türkiye'deki Alman Gelinler**

1960'lı yıllarda Almanya'nın ihtiyaç duyduğu genç işgücünün bir kısmı, Almanya'nın Birinci Dünya Savaşındaki müttefiklerinden biri olan Türkiye'den karşılanmaya başlanmıştır. 1974'te petrol krizine kadar, ikili anlaşmalar yoluyla çoğunluğu erkeklerden oluşan on binlerce insan Almanya'ya gitmiştir. Petrol

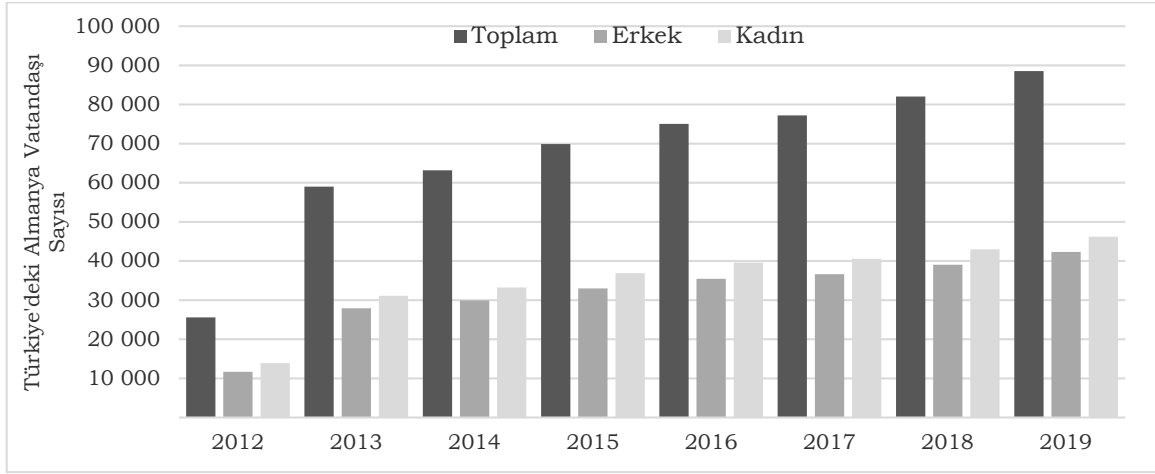
krizinden sonra kitlesel işçi alımı durmuş ve Türk işçilere, onların Türkiye'ye dönmelerini özendirerek ekonomik teşvik paketleri sunulmuştur. Ancak Almanya'daki Türklerin büyük bir kısmı Türkiye'ye dönmeyi tercih etmemiştir. Hatta aile birleşimi yoluyla Türkiye'deki ailelerinin de Almanya'ya gelmesini sağlayan işçiler, Almanya'daki Türk varlığının hızla artmasına yol açmışlardır. Sonraki yıllarda Almanya'ya göçün niteliğinde değişimler olmuş, 1980'lerde politik nedenlerle göç edenlerin yanında önceki dönemlerde işgücü hareketlerine katılanlardan daha nitelikli olan profesyoneller ve öğrenciler de göç hareketine katılmıştır (Akgündüz; Aydın; Faist; Martin).

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne adaylığından sonra ise bu kez Almanlar Türkiye'ye gelmeye başlamış ve Türkiye, Almanlar için cazip bir destinasyona dönüşmüştür. Bir başka deyişle Türkiye, Amerika'dan Kanada'ya, Yunanistan'dan Avustralya'ya kadar pek çok coğrafyada varlık gösteren ve uluslararası mekânsal hareketliliği uzun süredir deneyimleyen topluluklardan biri olan Almanların (Esser; Kovocs; Patzelt) yaşadıkları ülkeler içinde kendine yer bulmuştur. Özellikle turizmdeki gelişmeler ve yabancıların Türkiye'de ikamet etmelerini, eğitim almalarını, çalışmalarını ve mülk edinmelerini kolaylaştıran düzenlemeler, hem milyonlarca Alman turist her yıl tatil için Türkiye'ye gelmesini sağlamış hem de Alman emeklilerin, yaşam tarzı göçmenlerinin, profesyonellerin Türkiye'ye yerleşmelerini beraberinde getirmiştir (Bahar ve diğerleri; Kaiser, "Türkiye'deki Avrupa Birliği Yurttaşları..." 476; Kaiser, "50 Years and Beyond..."; Pusch). Bu etkileşim artışı, sınır geçişlerine yönelik kayıtlarla da desteklenmektedir (Grafik 1). Buna göre, son on yıllarda milyonlarca Alman, uzun ve kısa sürelerde Türkiye'de bulunmuştur.



**Grafik 1.** Türkiye'ye Almanya'dan giriş ve çıkış yapanların yıllara göre sayıları (Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, 2020)

Tüm bu hareketlilikler içinde doğrudan göçmen sayısına bakıldığında, bu sayının da sürekli bir artış eğiliminde olduğu görülmektedir (Grafik 2).

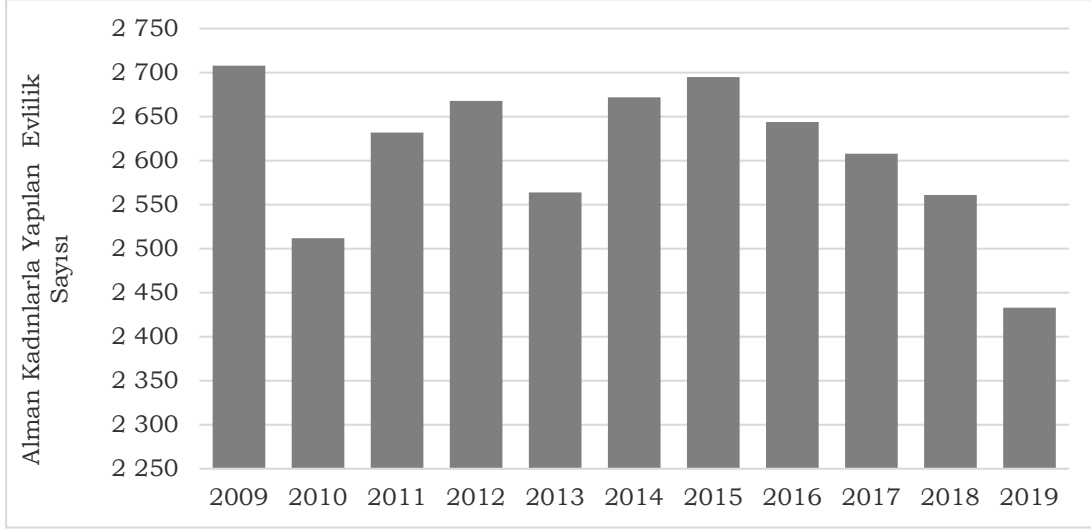


**Grafik 2.** Türkiye'deki Almanya vatandaşlarının yıllara göre sayıları (Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, 2020)

50 yılı aşkın bir süredir Türkiye ve Almanya arasında gerçekleşen bu hareketlilikler, iki ülkeyi kapsayan ve göçmenlerin çeşitli politik, sosyo-ekonomik, kültürel ve mekânsal pratiklerini içeren bir uluslararası alanın yaratımını sağlamıştır (Amelina ve Faist; Kaya, "German-Turkish Transnational Space...", "Transnational Citizenship..."; Sert; Yıldırım-Tschoepe). Hatta uluslararası göç konusundaki teorik pek çok tartışma Almanya-Türkiye örneğinden beslenerek geliştirilmiştir (Faist; Faist ve Özveren). Bugün bu uluslararası alanın türlü yönlerini ele alan çok sayıda çalışmada, bu alanının sürekli geliştiği ve artık Almanya'nın Türkiye tarihinin, Türkiye'nin de Almanya tarihinin önemli bir parçası olduğu ortaya konmaktadır. Bu ortak tarih yaratımında karma evliliklerin de etkisi vardır. Zira Türk-Alman evliliklerinin gelişimi incelendiğinde, iki ülke arasındaki evliliklere yönelik yasal bir kısıtlamanın olmadığı görülmektedir. Hatta Hitler'in iktidarda olduğu ve Alman ırkının saflığının korunmasına yönelik politikalar çerçevesinde kimin kiminle evlenebileceğinin belirlendiği 1930'larda bile Türklerle Almanların evlenmeleri yasaklanmamıştır. Bununla birlikte bu evliliklerin gerçekleşebileceği etkileşim ortamı, ancak yukarıda bahsedilen karşılıklı hareketliliklerin geliştiği son on yıllarda kurulabilmiştir. Almanya'ya misafir işçi olarak giden Türk erkeklerle Alman kadınların evlilikleri ağırlıklı olarak 1970'lerin sonundan itibaren hızla artmış ve Türkler, Almanların evlendikleri yabancı uyruklu kişiler arasında ilk sıralara yerleşmişlerdir (Klein 332). Benzer bir durumun Türkler için de geçerli olduğu, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden anlaşılmaktadır. Zira Alman evlilik göçmenleri, Türkiye'deki yabancı gelinler içinde ilk üçte yer almaktadır. Ayrıca son 20 yılda, yabancı kadınlarla yapılan



evliliklerin %10'undan fazlası Alman kadınlarla yapılmıştır ve yılda ortalama 2500 evlilik gerçekleşmiştir (Grafik 3).

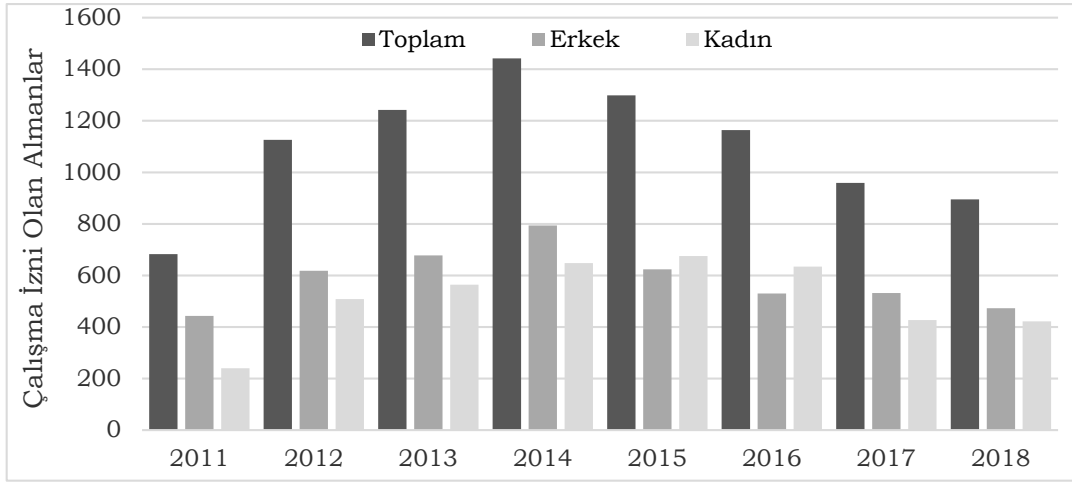


**Grafik 3.** Türkiye'deki kadın Alman evlilik göçmenlerinin sayıları (TÜİK, 2020)

Artan karma evliliklere paralel olarak bu evliliklere akademik ilgi de artmaya başlamıştır. Bununla birlikte yapılan çalışmalarda sıklıkla ya Almanya'daki Türklerin partner seçimlerinin nesillerarası değişimi içinde karma evliliklerin yeri anlaşılmaya çalışılmış ya da bu evlilikler, Türkiye'deki Alman göçmenlerin sınıflandırıldığı çalışmalarda bir kategorik ayrımın parçası olarak sunulmuşlardır (Carol, Ersanilli ve Wagner; González-Ferrer; Huschek, de Valk ve Liefbroer; Pusch; Strassburger). Bu bakımdan, iki ülke arasında gerçekleşen evliliklerin ve evlilik göçlerinin ulusaşırı pratikleri şekillendirmedeki etkisine yeterince yer verilmemiştir. Hâlbuki yukarıda hikâyesi paylaşılan Wilma gibi kadınlar, gelişmiş bir ülkeden daha az gelişmiş bir ülkeye geldiklerinde, pek çok göçmen kadından farklı olarak ekonomik hayata katılmışlardır. Bunu yaparken ne Fransız erkeklerle evli Madagaskarlı kadınlar örneğinde olduğu gibi geride kalan ailelerine para havalesi yapmaları gerektiğine ilişkin bir beklentiden etkilenmiş (Cole) ne de Hollanda'daki Taylandlı gelinler örneğinde olduğu gibi göçün mali avantajlarını gösterme baskısını yaşamışlardır (Suksomboon).

Karma evlilikleri gerçekleştiren Alman kadınların ekonomik girişimlerine ilişkin erişilebilir kapsamlı istatistikler olmasa da evlilik göçü ve ekonomik girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyan kayıtlar vardır. Bunlardan *ilki*, Almanların Türkiye'deki sermaye ortaklığının, evlilik göçüyle paralel olarak artmasıdır. Bugün Almanlar, Türkiye'de yatırım yapan yabancılar içinde ilk 10'da yer almaktadır. Yalnızca 2016 yılında, 7250'den fazla Türk-Alman yatırım ortaklığı gerçekleşmiştir.

Bu ortaklıkların bir kısmı, Alman gelinler ve onların Türk eşlerinin ortak yatırımlarıdır. Böylece doğrudan yabancı yatırımları desteklemek için verilen teşviklerden bu girişimcilerin yararlanması mümkün olmuştur. Evlilik göçü ve uluslararası ekonomik girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyan *ikinci* kayıt çalışma izinleridir. Büyük bir kısmı henüz Türk vatandaşlığı kazanmamış olan Alman kadınlar, kayıtsız çalışmaktan kaçınmaktadır<sup>6</sup>. Bu durum Türk-Alman evlilik göçleriyle birlikte Almanların çalışma izinlerinde de bir artışın gözlenmesine neden olmuştur. Zira 2016 yılında 1164 Alman'a çalışma izni verilmiştir ve izin alanların neredeyse yarısı kadındır (530 kişi) (Grafik 4).



**Grafik 4.** Türkiye’de çalışma izni verilen Almanların yıllara göre sayıları (Türkiye İstatistik Kurumu-TÜİK, 2020)

### **Etnisitenin ve Evlilik Statüsünün Uluslararası Ekonomik Girişimlere Etkisi**

#### ***‘Bunu bir Alman yapıyorsa iyi yapar’***

Etnik kimliğin Türkiye’deki Alman evlilik göçmenlerinin ekonomik pratiklerine etkisi sorulduğunda, katılımcılar, bu kimliğin onların istihdama katılımlarını ve çeşitli ekonomik girişimlerde bulunmalarını destekleyici bir etki yarattığını belirtmişlerdir. Almanlar her ne kadar Çinliler, İtalyanlar veya Yahudiler gibi girişimciliğin kültüre özgü etnik kaynaklara indirgendiği gruplardan biri olmasalar da (Light ve Rosenstein; Werbner), onların yaptıkları işin nitelikli ve ürettikleri malların sağlam olduğuna ilişkin yüksek bir güvenin olduğu bilinmektedir<sup>7</sup>. Bu

<sup>6</sup> Türkiye’de evlilikle vatandaşlık kazanımı için en az 3 yıl evli kalınması ve 5 yıl kesintisiz olarak Türkiye’de ikamet edilmesi gerektiği için, Alman gelinlerin bir kısmı kayıtlarda Alman vatandaşı olarak yer almakta ve çalışmak istemeleri durumunda çalışma izni almaları gerekmektedir.

<sup>7</sup>Kaynak:<https://www.dw.com/en/made-in-germany-german-products-have-best-reputation/a-50637702> Son erişim tarihi: 20.08.2020

durum Alman evlilik göçmenlerinin Türkiye’de buldukları bir tür hazır sermaye olarak görülebilir. Bu sermaye aslında etnik olanın kendisinin değil, onun parçası olduğu toplumun inşa edildiği değer sisteminin bir ürünüdür. 34 yıldır Türkiye’de yaşayan ve çocuklar için bir gündüz bakım evi işleten Angela (63), bu ülkede Almanların iş disiplinine ilişkin görüşün, çok eskiye dayandığını şu sözlerle anlattı:

Buradaki en yaşlı Almanlardan biri benim. Türkiye’ye ilk geldiğimde çalışmak istediğimi söyledim ve pek çok iş teklifi aldım. Hiç statü kaybı yaşamadım... O zaman Almanya’da Türk işçiler vardı biliyorsunuz. O işçiler buradaki akrabalarına Almanların ne kadar disiplinli ve çalışkan olduğunu anlattılar... Bu durum Türklerde olumlu bir imaj yarattı diye düşünüyorum... Ben çalışmaya başladığımda o zamanki patronum yanında çalışan Türklere ‘Alman ne yapıyorsa siz de onu yapın’ diyordu...

Angela’nın herhangi bir performans karşılığına dayanmasa bile istihdam sürecinde etnik kimliğinden dolayı kazanım sağlaması, Türkiye’deki pek çok göçmen grubu için geçerli değildir<sup>8</sup>. Bu durum göçmenlerin kimi zaman istihdam sürecinden dışlanmalarına, kimi zamansa niteliksiz işlerde kayıtsız bir şekilde çalışmaya zorlanmalarına neden olmaktadır ve göçmenlerin daha nitelikli işlerde çalışabilmeleri için becerilerini sergileme imkânı onlara sunulmamaktadır. Dolayısıyla Angela gibi göçmenler, işgücü piyasasında, diğer uyruklardan pek çok göçmenle aynı iş pozisyonları için bir rekabete girişmemekte, arzu ettikleri işlere daha kolay erişmektedir. Etnik kimliklerinden dolayı Almanlara yönelik bu tutumun yeni gelen göçmenleri de etkilediğini, buraya 2 yıl önce yerleşen Gisele’nin (26) sözlerinden anlamak mümkündür:

Türkiye’de şöyle bir şey var: ‘Bu Alman malıysa sağlamdır, bunu bir Alman yapıyorsa iyi yapar.’ Benim Alman olduğumu öğrenenler bazen bana yıllar önce Almanya’dan onlara hediye gelen ve hâlâ çalışan elektronik aletleri gösteriyorlar. Bunların hiçbirini ben yapmadım ama bununla gurur duyuyorum... Bir Alman olarak açıkçası hiçbir önyargı olmuyor işyerinde. Şimdi medikal ürünler satıyorum ve çoğu zaman bunları ‘Almanya’dan getiriyorum, ben de bir Alman’ım’ demem yetiyor. Aslında tek tek parçalar Çin’de yapılıyor.

---

<sup>8</sup> Bu durum elbette gelen göçmenlerin beşerî ve sosyal sermayelerinin düzeyi, göç motivasyonları ve yasal durumlarıyla da ilgilidir.

Angela ve Gisele'nin bahsettiği etnik kimliğe dayalı bu olumlama<sup>9</sup>, onların eğitimle edindikleri kültürel sermayelerini burada kullanmalarının önünü açmaktadır<sup>10</sup>. Bir başka ifadeyle onlar, ülkelerinde edindikleri sermayelerinin büyük bir kısmını Türkiye'deki girişimlerini geliştirmek için aktarabilmektedir. Bu aktarımı kolaylaştıran iki unsur vardır. Bunlardan *ilki*, aldıkları eğitimin resmi olarak tanınmasıdır. Bu bakımdan hem diplomalarının denkliğini kısa sürede alabilmekte hem de resmi olarak denkliğe başvurmasalar bile diplomalarıyla başvurabilecekleri bir işte nitelikleri sorgulanmamaktadır. *İkincisi* ise piyasanın onların eğitimlerine ve bir güven etiketi haline gelen etnik kimliklerine talebinin olmasıdır. Özellikle Türkiye dışında eğitim almak, yatırım yapmak, yaşamak ve/veya çeşitli iş bağlantıları kurmak isteyenler, bu isteklerini gerçekleştirirken bir Alman çalışanla/ortakla birlikte hareket etmelerinin, bu girişimlerinin daha başarılı olmasını sağlayacağını düşünmektedir. Bu durumu, sırasıyla, İstanbul'da bir özel hastanede plastik cerrah olarak çalışan Emma (56) ve Bursa'da seramik tasarımcısı olarak çalışan Nina (36) şu sözlerle ortaya koydu:

Ben Almanya'da tıp eğitimi aldım ve burada çalışmak istedim. Diplomam hemen onaylandı... Burada dev bir sektör var. Yağ aldırma, saç ekimi, burun estetiği... Bunlar burada tabana inen uygulamalar değil... O nedenle dışarı çıkmak lazım. Arap ülkeleri, Avrupa, Amerika... Bizim Avustralya'dan bile hastamız var. Türkiye Dünya'nın kalbinde... Klinikler pazarda yer kazanmak için yabancı ortaklıklara giriyorlar. Güvenli büyüme için iyi bir imaj yaratmak lazım... Bir Alman'ın görünmesi Avrupa pazarı için önemli... Benim çalıştığım klinik bu nedenle benimle çalışıyor.

Benim firmam 50'den fazla ülkeye tasarımlarımızı satıyor. Kültürel tercihlere göre tasarımlar yapıp o ülkelerdeki satıcılarla bağlantı kuruyoruz... Tasarımlar onaylandığında Afyon, Kütahya, İzmir gibi şehirlerdeki üreticilere gönderiyoruz... Bu firma yeni. Beni LinkedIn'den<sup>11</sup> buldular. Ben İtalya ve Amerika'da tasarım okudum.

<sup>9</sup> Türkiye'nin uzun bir modernite tarihi içerisindeki yönünün "Batı" olduğu düşünüldüğünde "batılı" bir ülkeden gelenin anlamı ve katkısı da farklı görülmektedir.

<sup>10</sup> Göçmenlerin sahip olduğu her tür sermaye aslında göç alınan merkezlerde etnik ekonomilerin şekillenmesinde başat rol oynamaktadır. Göçmenlerin sermaye yüksek olunca hem diğer göçmenlerle hem de yerel halkla, sermayesi daha düşük olan göçmenler kadar rekabete girmemektedirler.

<sup>11</sup> Bu tür platformlar, farklı meslek grupları için çeşitli iş olanaklarını ve iş bağlantılarını bir araya getirmeyi hedeflediklerinden, istihdama katılım sürecinde önemli role sahiptirler.

Genel olarak kimlerin hangi tasarımları sevebileceğini biliyorum... Bu yüzden beni buldular.

Alman kadınların işgücü piyasasına katılmalarını kolaylaştıran bu durum, Türk eşlerin evlilik motivasyonunu da etkilemiştir<sup>12</sup>. Küresel evlilik paterninin etnik ve sınıfsal yanına vurgu yapan Constable (*Romance on a Global Stage...*; “The Commodification of Intimacy...”), bunun yarattığı güç ilişkilerinin, partnerlerin birbirlerini seçimlerinde dikkate alındığını belirtmektedir. Bu bakımdan, Batılı erkekler Asyalı kadınları nasıl egzotik, seksi, uysal, itaatkâr, samimi ve bakım hizmeti sağlamaya istekli olarak konumlandırıyor (Cohen; Hill-Maher ve Lafferty), Türk erkekler Alman kadınları girişimci, çalışkan, kariyer merkezli ve disiplinli olarak konumlandırmışlardır. Katılımcıların aktardıklarına göre, Alman ekonomisinin Angela Merkel başkanlığındaki güçlü hali, Alman kadınların ekonomiden anladıkları fikrini pekiştirmiştir. Hatta Türkiye’deki bazı Alman kadınlara, işteki başarılarından dolayı Merkel takma adının konulduğu öğrenilmiştir. Dolayısıyla Türk erkekler zaten Alman eşlerinin aktif bir çalışma hayatlarının olmasını istemektedir. 15 yıldır bir Türk’le evli olan ve 11 yıldır Türkiye’de yaşayan Bianka (41), artık bu motivasyonun açıkça dile getirildiğini söyledi: *“Bazı Türk arkadaşlar benden, onları Alman kadınlarla tanıştırmamı istiyorlar. Alman kadınlar ekonomiden anlarlar, çalışkanlar ve ticaret yapıyorlar... O yüzden Türk erkekler Alman kadınların onların ayaklarını yıkamasını istemiyor... O kadınların bilgileri sayesinde farklı işler yapmak, para kazanmak istiyorlar.”*

Bianka’nın bahsettiği eğilim, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kabulün, etnisite temelli olarak nasıl değişebildiğini göstermektedir. Kimi zaman etnik kimliğin toplumsal cinsiyet kimliğinin önüne geçmesi, kadınların evliliği arzu ettikleri konfora ulaşmak için araçsallaştırdığı görüşünün erkekler için de geçerli olduğunu göstermektedir. Zira, bir Alman kadının ekonomik kazanç elde ederek refah artışına katkı sağlaması ihtimali, ondan, toplumsal cinsiyet kimliğiyle ilişkilendirilen ücretsiz bakım hizmetlerini sağlaması beklentisini ortadan kaldırmaktadır. Dolayısıyla bu tür ihtiyaçlar için dışarıdan hizmet alımı yoluna gidilmektedir. Bu durum, her ne kadar Alman kadınların göç sonrası statü kaybı yaşamalarını engellemeye hizmet etse de daha geniş anlamda bu tutum, diğer göçmenlere ve yerli halka yayılmamaktadır. Yine de bu durumun etkisinin bir süre sonra göçmen olmayanları da içermesi olasıdır.

<sup>12</sup> Tam bu noktada eş olma ile çalışan olma arasındaki ayırım silikleşmeye ve iç içe geçmeye başlamaktadır.

**'Senin eşin Türk, sen artık yarı Türk'sün'**

Alman kadınların ekonomik hayatlarını şekillendiren bir başka özellik, onların etnik kimliklerinin bir eşlikçisi durumunda olan evlilik statüsü ve akrabalık bağıdır. Türkiye'de akrabalık ilişkileri kimin, hangi işi, kimlerle, nerede ve nasıl yapacağına etki etmektedir. Dolayısıyla bir Alman kadının bir Türk'le evli olma hali, onu ev sahibi toplumla akrabalık statüsü üzerinden ilişkilendirdiğinden, ona yönelen davranış da aynı etnik olumlamanın ve akrabalık bağının olmadığı göçmenlerden farklılaştırmaktadır.

Evlilik statüsünün Alman kadınların ekonomik pratiklerine etkileri üç tema üzerinden açıklanabilir. *Birincisi* bir Türk'le evliliğin, Alman kadınlara olan ticari güveni artırmasıdır. 19 yıldır Türkiye'de yaşayan Rita (51), ilk göç ettiği dönemde bu güveni anlamlandıramadığını ve kendi iş yaşamında bunun kimi zaman zorluk yarattığını söyledi. Zira onu 'Sen bizim gelinimizsin, akrabalıkta söz senetten daha önemlidir' gibi sözler söyleyerek destekleyenler, ondan da aynı şekilde davranmasını beklemişlerdir. Rita ise ticaretin sözlerle değil resmî belgelerle yapılması gerektiğini söylediğinde, iş yaptığı Türkler bunun kendilerine karşı şahsi bir güvensizlikle ilgili olduğunu düşünmüşlerdir. Zamanla bu ilişkilere ve bakış açısına aşinalığı artan Rita, bu güveni kendi yararına yönetmeyi öğrenmiştir:

Burada akrabalık çok geniş. Organik bağı olmayanlar bile senin eşin Türk olduğunda seni akrabası olarak görüyorlar. Bu çok güzel ve çok da riskli... Mesela buradan Almanya'ya makine parçası satıyoruz. Orada her şey kayıtlı ama buradaki firmalardan yazılı onay istiyoruz, telefon açıp 'Onayladım gelin hanım' diyorlar. Hayret edilecek bir şey! Benim bunu öğrenmem çok zaman aldı... Şimdi pazarlık yaparken 'Ben sizin gelininizim, bana da mı bu fiyat?' diyorum, hemen pazarlık değişiyor... İş resmi imzaya gelince diyorum ki 'Yarın bir gün Allah korusun bir şey olur, siz benim akrabam sayılırsınız, üzülmeyi istemem, her şey kayıtlı olsun' diyorum.

Rita'nın bahsettiği güven ilişkisinin benzeri, istihdama katılımda da belirleyicidir. Zira bir Türk'le evli olmak, göçmenlerin mekânsal olarak daha stabil bir konumda kabul edilmesine yol açtığından, uzun süreli istihdam planı olan işverenler evlilik göçmenlerine yönelmektedir. Isabel'e (41) göre bu, Alman kadınların neden Türkiye'de sık sık sektör değiştirme yoluna gitmediklerinin nedenidir:

Evlendin ve artık buralısın. Böyle bir anlayış var. Bence bu kariyer için güzel bir bakış açısı. Bazı fırsatları var. Yani bizim için burada kariyer yapmak daha kolay. Ben mesela bilişim alanındayım. Almanya'da

programlama okudum. 16 yıldır Türkiye’de yaşıyorum, 16 yıl önce buraya geldiğimde bir firmaya iş başvurusu yaptım, hâlâ aynı yerde çalışıyorum. Ben işe başvurduğumda insan kaynaklarındaki kişi beni macera arayan bir yabancı sandı. Eşimin Türk olduğunu söylediğimde ‘A siz buralısınız artık, o zaman iş değişir dedi.

Alejandro Portes, Luis E. Guarnizo ve William J. Haller, göçmenlerin ekonomik girişimlerini yaparken ihtiyaç duydukları güveni sağlamada etnik köken ve akrabalık ilişkisinin önemli olduğunu belirtmektedir. Onlara göre bu güven, kendi etnik grubunun üyesi olan göçmenler arasında yaygındır. Bununla birlikte yukarıda deneyimleri paylaşılan ve gittikleri ülkede kendi etnik grubunun üyelerinden oluşan büyük bir diasporanın olmadığı göçmenler, bu girişimleri farklı bir grubun üyesiyle yapmaktadırlar. Burada ilginç olan, göçmen kadınlardan parçası olduğu topluluğun, kadınları bu akrabalık üzerinden destekleme durumlarının, kadınların beklentilerinin üzerinde olmasıdır.

Alman kadınların karma evliliklerle edindikleri akrabalık statüsünün etkisiyle gördükleri farklı muamelenin *ikincisi*, evliliğe taraf olan kadının konumunu korumanın, bir onur meselesi olarak görülmesidir. Bir bakıma Alman kadınların statüsünün korunmasının, onların artık parçası oldukları topluluğun imajının korunması anlamına geldiği anlaşılmıştır. Özellikle büyük şehirlerde hemşehrilik ilişkilerinin güçlü olduğu topluluklar, statü koruma çabası daha fazladır. 36 yıldır Türkiye’de yaşayan Ulrike (60), bu durumunun kadınların statüsünü iyileştirmeyi nasıl etkilediğini şu sözlerle anlattı: *“Türkiye’de bir kardeş parasız kaldığında, diğer kardeşinin parası var sen ne biçim kardeşsin diyorlar. Bu durum buraya özgü. Benim eşim Kayserili. Kayserililer hep birbiriyle iş yapar. Ben yıllar önce düşük kademe işte çalışıyordum... Bir gün patron içeride gezerken bana doğru geldi, sen kimsin dedi, ben de kendimi tanıttım. Patron bana kızdı. Senin eşin Türk, sen artık yarı Türk’sün dedi. Sana bu işi yaptırmak bana da sana da yakışmaz dedi<sup>13</sup>. Sonra beni idare katına aldı. Maaşım iki katına çıktı.”*

Alman kadınların evlilik statüsü üzerinden ekonomik girişimlerini etkileyen *üçüncü* unsur ihtiyaç duydukları ekonomik sermayeye, bilgiye ve kişilere eşleri üzerinden ulaşabilmeleridir. Bir bakıma kadınlar, evlilik statüsü üzerinden eşlerinin sahip olduğu sermayeyi, kendi ekonomik girişimleri için kullanmaktadır. Bu durum onları hem olası risklerden korumakta hem de girişimleri konusunda cesaretlerini artırmaktadır. Bu süreçte kadınlar, eğer iş yeri açacaklarsa, bunu eşleriyle ortak

<sup>13</sup> Bu durumu, işverenin farklı çıkarlarının akrabalık ilişkisine bürümesi de etkileyebilir.

ticari yatırım olarak tasarlamakta, işin Türkiye kısmını eşlerinin, Almanya kısmını ise kendilerinin yapmasını tercih etmektedir. Böylece her iki taraf da sahip oldukları kaynakları işin gelişimi için kullanabilmekte ve bu süreçte karşılıklı bir öğrenmeyi deneyimlemektedirler. Ulusaşırı şirketleşmenin gelişimini etkileyen bu durumu, çalışmanın katılımcılarından biri olan İda (39), kendi dış ticaret deneyimi üzerinden anlattı: *“Eşinle iş yapmak çok farklı. Biz karı-koca değil de ortak olsaydık birbirimizden daha az yararlanırdık. Şimdi biliyoruz ki bu iş bizim ortak hayatımız. O nedenle bazen ben bir yandan Alman gümrük kurallarına bakıyorum, bir yandan eşim. Ben ona soruyorum, o bana soruyor. Benim eşim benim avukatım, tercümanım, tamircim, ortağım... Bana şunu söyle yapalım dese tereddüt etmeden güveniyorum, o da bana güveniyor.”*

Görüldüğü gibi Alman kadınlar için evlilik statüsü, etnik kimliğe dayalı olumlamayı pekiştirici bir etki yapmaktadır. Böylece kadınların kamusal mekâna katılımları artmakta, piyasadaki gelişmeleri takip etmeleri ve gerektiğinde fırsatlara erişmeleri kolaylaşmaktadır. Bu durumda, belirli bir süre sonra kadınlar eşlerinden ayrılırsalar bile, daha önce kurdukları ilişkiler ve edindikleri bilgiler yoluyla kendi hayatlarını belirli bir düzeyde koruyabilmelerinin önü açılmaktadır.

### **Ulusaşırı Ekonomik Girişimlerin Mekânsal Yansımaları**

#### ***Çok Yerliliğin Artışı ve Ulusaşırı Ortaklıkların Gelişimi***

Alman evlilik göçmenleri arasında geride kalan ailelere para havalesi yapmak yaygın değildir. Burada söz konusu göç akışının yönünün yüksek gelirli bir ülkeden orta gelirli bir ülkeye doğru oluyor olması önemlidir. Bu durum, zaten iyi gelir kazanan kadınların yatırıma dönüşebilecek birikimler yapmalarını kolaylaştırmaktadır. Kadınlar bu yatırımlarını, başta Almanya olmak üzere farklı ülkelere yapmaktadır. Almanya'ya yapılan yatırımların diğer ülkelere farkı, buradaki yatırımların bir kısmının ikinci konut yatırımı olmasıdır. Bir başka deyişle, Almanya'da kendilerine ev satın alan katılımcılar hem yılın belirli bir zamanını Almanya'da geçirmekte hem de oradaki işlerini doğrudan takip edebilmektedir. Bu durum, onların Almanya'da kaldıkları süre boyunca işlerini geliştirebilecekleri yeni bağlantılar kurmalarını, oradaki eğilimleri ve piyasa yapısını izleyebilmelerini kolaylaştırmaktadır. Marie'nin (41) sözleri bu durumu destekler niteliktedir:

Frankfurt biliyorsunuz ünlü bir fuar merkezi. Her şeyin fuarı yapıyor. Makine, gelinlik, yemek... Aklınıza gelebilecek her şey. Güney Kore'den Çin'e, Kanada'dan Brezilya'ya kadar her yerden iş insanları geliyor. Biz de bu fuarlara katılıyoruz... Eskiden annemde kalıyorduk, çocuklar



olunca otelde kaldık. Sonunda ev almaya karar verdik. Öyle olunca istediğimiz kadar kalıyoruz. Her yıl en az 3 ay Almanya'yı dolaşıyoruz. Oradan Belçika'ya, Hollanda'ya, bazen Fransa'ya gidiyoruz. Bu ülkeler tarımda yüksek teknoloji kullanıyor. Biz çiftlikleri dolaşıp neler oluyor bakıyoruz.

Alman kadınların bir kısmı ise bu konut yatırımlarından ayrı olarak kendi ülkelerinde iş yerleri açmaktadır. Bunların büyük bir kısmı Türkiye'deki işleriyle ilişkili faaliyet gösteren ofislerdir ve bu ofislerde Türkiye'de üretilen ürünlerin tanıtımı ve satışı yapılmaktadır. Bunlar içinde tekstil ve dekorasyon ürünleri ile organizasyon hizmetleri ilk sıralardadır. Alman gelinler, bu hizmetlerin yararlanıcılarının çoğunun Almanya'da yaşayan Türkler olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla Türklerin ürettiğinin Türklere satışı, Alman gelinler aracılığıyla yapılmaktadır. Bianka (41), bu duruma Türklerin şaşırıldığını belirtti: *“Bizim bir ofisimiz var Münih'te. O zaman tekstil üzerine yoğunlaşmıştık. Ofise gelenler Aaa Bursa kumaşı var, Denizli kumaşı var diye geldiler. Beni görünce biz burayı Türk sandık diyorlar. Ben diyorum doğru yerdesiniz. Bunlar hep Türkiye'den geliyor, benim eşim de Türk ama bu dükkân Türk-Alman karışımı.”*

Alman evlilik göçmenleri, bu doğrudan yatırımlar dışında, pek çok yatırıma aracılık etmektedir. Zaten birlikte çalıştıkları kişilerin onlardan beklentisi, yapılan işin büyümesi için yabancı ortaklarla ilişkiler kurulmasını sağlamalarıdır. Bu noktada kadınlar, sosyal ağlarını ve beşerî sermayelerini kullanarak özellikle yeni gelişen pazarlarda Türkiye menşeli firmaların yer almasına çalışmaktadır. Bu sayede çalıştıkları veya yönettikleri pek çok firma, farklı ülkelerde şube ve ofis açmıştır. Ayrıca onlar, yeni tedarikçilerle ve aracılara tanışarak üretim ve dağıtım maliyetlerini düşürmüşlerdir. Özellikle Amerika, Rusya ve Çin gibi büyük ölçekli ülkelere yapılan satışlarda tedarik süresini kısaltmak için o ülkelerde küçük imalathaneler ve depolar kurmaya ve yerel dağıtıcılarla çalışmaya yönelmişlerdir. Bu sayede ortalama teslim süreleri kadar, değişim ve iade süreçleri de kısalarak firma güveni artmıştır. Böylece kadınlar Türk firmaların tanınmasını ve gelişimini desteklemişlerdir. Eva (61) bu sürecin, yeni küresel iş bölümünün de bir uzantısı olduğunu anlattı:

Artık gelişmiş ülkeler imalat sürecinden çekiliyor... Çünkü orada işçinin sosyal hakları çok geniş. Her mesai için ücret ödeniyor. Bir de çevresel maliyet var... Bugün en lüks firmaların bile üretim yeri Çin, Malezya, Bangladeş, Romanya, Bulgaristan... Bu koşullarda rekabet... Biz 10 yıl önce fabrikayı Türkiye'ye taşıdık. Burada üretilip Dünya'ya

dağılıyor. Şirketlerle konuşuyoruz, anlaşıyoruz, ona göre koleksiyon çıkarıyoruz.

Kadınların ulusaşırı girişiminin bir başka mekânsal yansıması, çeşitli ürünlerin ulusaşırı alanda markalaşmasına hizmet etmektir. Bu süreçte ilk aşamada tanınan markaların içinde özel koleksiyon çıkarılmasını öneren kadınlar, bir süre sonra popüler destinasyonlarda Türk ürünlerinin satıldığı mağazalar açılmasına aracılık etmişlerdir. Yatırım danışmanı olan Charlotte'a (33) göre bunlar bir vitrin görevi görmekte ve ürün çeşitliliği içine Türkiye'de üretilenlerin de dahil olmasını sağlamaktadır:

Şimdi bir vitrin lazım. Sen bir mağazaya gidince önce vitrine bakıyorsun. Vitrinin iyiye müşteri içeri girer. Alışverişin vitrini neresi? Miami, New York, Dubai, Londra... Biz burada ofis açılmasını teşvik ediyoruz. Yatırımcılar bakıp inceliyorlar, o şekilde büyüyoruz... Mesela bir tane havlu ya da zeytinyağı tanıtım ofisi açıyoruz. Sonra onları o ülkede her yerde görüyoruz... Yurtdışına gittiğimde ben marketleri çok gezerim. Orada Türk ve Alman ürünlerini yan yana görünce inanın çok duygulanıyorum.

Yukarıda bahsedilen doğrudan çeşitli mal ve hizmetlerin satışı dışında, Alman kadınların aracılık ettiği ulusaşırı bağlantılar arasında eğitime yönelik girişimlerde bir artış olduğu belirtilmiştir. Bunda eğitim almak isteyenlerin pek çok ülkede geçerliliği olan bir diplomaya, eğitim veren kurumların ise bunu sağlayacak işbirliğine ihtiyaç talebinde olması etkilidir. Bu talebin farkında olan Rebecca (26) 5 yıldır Türkiye'deki eğitim kurumlarının verdikleri eğitimlerin niteliğini ve geçerliliğini artırmak için danışmanlık ve denetmenlik yapmaktadır:

İnternetle birlikte online eğitim sektörü çok gelişti. Bugün en gelişmiş üniversiteler bile online eğitim satıyor. İnanılmaz bir talep var. Aynısı yabancı dil eğitimi ve çift diploma için de geçerli. Ben eğitim kurumlarının ortak çalışmasına destek veriyorum. Mesela üniversitelerle ortak programlar için anlaşma yapıyoruz. Kurumsal yapının bu anlaşma için uygun hale gelmesi lazım. Akreditasyon... Bu olunca uluslararası kurum olur, herkes onlarla çalışmak ister.

Rebecca'nın bahsettiği bu ortaklık, insan hareketliliğinin yönünü de etkilemektedir. Zira Türkiye'deki kurumun özellikle anlaşma yaptığı karşı kurum, buradaki öğrencilere eğitim hayatlarının belirli bir döneminde ev sahipliği yapmaktadır. Böylece o kurumun bulunduğu ülkeye ve şehre, öğrenci hareketlilikleri

gerçekleşmektedir. Aynı durum, anlaşmalar karşılıklı olduğu için Türkiye'ye yönelen yeni hareketlere de neden olmaktadır.

### ***İşin Dijitalleşmesi ve Esnekleşmesi***

Son on yıllarda küresel ölçekte artan dijitalleşme, pek çok işin hem internet ortamı üzerinden yürütülmesini sağlamış hem de belirli saatlerde belirli mekânlarda fiziksel olarak bulunmayı gerektirmeyen bu pratik, işin esnekleşmesini kolaylaştırmıştır. Maliyet azalması ve görünürlük artışını sağlayan bu gelişme, Alman evlilik göçmenlerinin de dikkatini çekmiş, işlerini bu doğrultuda yeniden düzenlemeye başlamışlardır. Bu sürecin temelde iki mekânsal yansıması olmuştur. *Birincisi*, eskiden firmaların teknik destek ve içerik sağlama gibi ihtiyaçları için tam zamanlı istihdam sağlama pratiklerinden vazgeçmeye başlamalarıdır. Bunun yerine, her bir teknik hizmet için uzman havuzları oluşturulmuş ve ihtiyaca göre Dünya'nın herhangi bir yerindeki uzmanla veya onun bağlı olduğu şirketle online bağlantı kurarak iş karşılığı hizmet alımı yoluna gitmişlerdir. Bu süreçte Alman kadınlar, eşleri ve Türkiye'deki tanıdıkları aracılığıyla pek çok Türk'ten de hizmet almaya başlamış veya onların başkalarıyla bu yolla iş bağlantıları geliştirmelerine yardımcı olmuşlardır. Bu durum, istihdamı artırması yanında, ofis ve sigorta maliyetlerinin azalmasına ve aynı iş için sunulan alternatif çözümlerin ve bunlara biçilen değer de karşılaştırılabilir olmasına imkân sağlamıştır. Bu durumun Alman kadınlar için avantajlar sağladığını, bu dönüşümde en kritik pozisyonlardan biri olan bilişim alanında uzman olarak çalışan Isabel'e (41) göre bu durum, dışarıda çalışamayan kendisi gibi evlilik göçmenleri için evden çalışma imkanını artırmıştır:

Yani aslında aynı iş yapılıyor ama bu işi kim yaptı artık belli değil. Çoğunlukla şunu söyleyebilirim ki evlerde serbest çalışma yaygınlaştı. Diyelim bir yazılım yapılacak, bir web sayfası kurulacak. Bilgisayarın olduğu her yerde yapılır... Erkek, kadın, genç, yaşlı göçmen filan fark etmez. Yapabiliyorsan yaparsın. Bizim gibi yabancı gelinler için bu bir imkân. Eşi kışkanç olanlar var, gittiği yer güvenli olmayanlar var, alanına göre iş bulamayanlar var... Ancak internet olunca herhangi bir yerdeki işi alabilirsin... Ben yapılabilecek her işin uzaktan yapılmasını sağlamaya çalışıyorum.

Isabel'in bahsettiği bu durum, Alman kadınların ve diğer pek çok kişinin işe erişimini artırsa da aynı düzeyde sosyal güvenceden ve fiziksel olarak bir arada çalışmanın avantajlarından yoksunluk da yaratmaktadır. Ayrıca kişilerin işteki görünürlükleri düştükçe, o hizmetin sağlanması veya ürünün üretilmesi, onu üreten ve tüketen arasındaki bağlantı da dönüşmektedir. Bu bağlantıyı dönüştüren ve

ulusaşırı ekonomik girişimlerin *ikinci* mekânsal yansıması olarak görülebilecek diğer durum, ürün tanıtım, satış ve pazarlama sürecinde internet kullanımının yaygınlaşmasıdır. Alman evlilik göçmenleri, Türkiye’de çalışma hayatına katıldıktan sonra buradaki ürünlerin markalaşma sürecine katkı sağlamak için ürünlerin satışının yapıldığı ve birden fazla dil seçeneğinin bulunduğu web sayfaları tasarlanmasını sağlamışlardır. Son yıllarda internet alışverişinin yaygınlaşmasıyla, bazı ürünlerin ilk sergi alanı durumundaki dükkanlar küçülmüş, bunun yerine depo alanları kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum dijital devrimin ticarete meydana getirdiği değişimi göstermektedir. İnternet üzerinden medikal ürünler satan Helga (45), artık büyük mağazalar değil, depolar açtıklarını belirtti:

Eskiden şu kadar metre kare salonunuz var diye gurur duyuluyordu. O farklıydı. Müşteri o dükkâna geliyordu. O işin potansiyeli en fazla bölge temsilciliği. Ben bunu hep patronlarıma söyledim. Sizde iyi ürün var ama evrensel pazarlama yok. Açık konuşabilirim... İnternet satışı çok farklı. Herkes internette. Oradan bakıyor, alıyor. Biz de tedarikçilerden toplayıp sayfaya ekliyoruz. İngilizce, Arapça, Almanca, Rusça... Her dil var. Onlar gelip Laleli’de dükkân mı geyecek? Bu iş artık bitti. Bizim ofiste bir Rus kız var, o Rusça konuşanlara bakıyor, ben İngilizce Almancaya, bir de Suriyeli... Kimse kimseyi görmüyor. Biz bakıyoruz depoda ne var, hangi bölgede ne talep var, kaç günde gidiyor. Çok talep varsa oraya depo kuruyoruz.

Helga’nın bahsettikleri, yabancı çalışanların Türk firmaları küresel piyasaya uyum sağlamaları konusunda desteklediğini gösterirken, geleneksel müşteri-satıcı karşılaşma mekânları da bu yolla değişmeye başlamaktadır. Öte yandan, bu değişimde yabancıların sahip oldukları bilgi ve beceriye olan ihtiyaç, nitelikli olan daha fazla sayıda yabancıların istihdamının önünü açmaktadır. Bu değişim içinde evlilik göçmenlerinin görünürlükleri azalırken etkinlikleri artmaktadır.

### **Sonuç**

Türkiye’deki Alman evlilik göçmenlerinin ulusaşırı ekonomik pratiklerinin mekânsallığını konu alan bu çalışmada, etnik kimliğin ve evlilik statüsünün kadınların girişimlerini olumlu yönde etkilediği anlaşılmıştır. Burada en etkili kimlik etnik kimliktir. Zira diğer etnik grupların üyesi pek çok karma evlilik göçmeni, Alman kadınlar kadar aktif bir şekilde çalışma hayatına katılamamaktadır. Dolayısıyla evlilik statüsü, etnik kimliğin önüne geçmemekte, onlar etnik kimliğin kabul gördüğü mekânlarda güçlendirici bir role kavuşmaktadır. Çoğunlukla daha kırılgan durumdaki göçmen grupların işgücü piyasasında rakip olarak görüldükleri, onların

ülkede bulunuşlarının ve düşük ücretlerle çalışmalarının yerli halkın işsizliğine yol açtığı iddiasının politik ve akademik tartışmalarda yer bulduğu bir ülkede, başka bir göçmen grubunun daha korunaklı bir statüde tutulması oldukça ilginçtir. Türkiye bağlamında bu görünümün ortaya çıkması, etnik üstünlük söyleminin bıraktığı izler yanında, iki ülkenin ortak göç tarihinin, kurulan göç sisteminin ve yaratılan ulusaşırı alanın bir sonucu olarak görülebilir. Bunun yanında, kadınların kendilerinden daha ön planda olan işler yapmaları, onların görünürlüklerini azaltmaktadır. Hatta dijitalleşme, ulusaşırı bağlantı kurma ve çok yerli olma gibi pratiklerle bu görünmezlik giderek artmaktadır. Bu durum, aynı bağlantılara ve bunlarla ilişkili yaşam tarzına sahip olmak isteyenlerin kadınların konumunu koruma kaygısı taşımalarıyla desteklenmektedir. Bütün bu dinamikler altında, evlilik göçmeni kadınlar, ulusaşırı ekonomik pratiklerin çeşitlenmesine ve gelişimine katkı sağlamaktadır. Bunu yaparken hem Almanya hem de Türkiye'den beslenen kadınlar, iki ülkenin ürünlerini de pek çok kez buluşturmaktadır. Bu durum karma evliliklerin çoklu kültürel pratiklerin yaygınlaşmasındaki rollerinin gücünü göstermektedir. Antalya'da bir otel işleten Caroline'nin (30) dediği gibi: 'Türk kahvesinin yanına Alman çikolatasını kim koydu? Tabi ki yabancı gelinler.'

#### **KAYNAKÇA**

- Aydın, Yaşar. *The Germany-Turkey Migration Corridor: Refitting Policies for a Transnational Age*. Washington, DC: Migration Policy Institute, 2016. Web. 16 Eylül 2019.
- Akgündüz, Ahmet. "Labour Migration from Turkey to Western Europe (1960–1974)." *Capital and Class* 17. 3 (1993): 153-194. Web. 20 Eylül 2019.
- Amelina, Anna ve Thomas Faist. "Turkish Migrant Associations in Germany: Between Integration Pressure and Transnational Linkages." *Revue Européenne des Migrations Internationales (REMI)* 24. 2 (2008): 91-120. Web. 25 Eylül 2019.
- Bahar, Halil İbrahim ve diğerleri. "Older Migrants to the Mediterranean: The Turkish Example." *Population, Space and Place* 15. 6 (2009): 509–522. Web. 25 Ekim 2019.
- Beck, Ulrich ve Elisabeth Beck-Gernsheim. "Passage to Hope: Marriage, Migration, and the Need for a Cosmopolitan Turn in Family Research." *Journal of Family Theory & Review* 2 (2010): 401-414. Web. 20 Eylül 2019.

- Bélanger, Daniele ve Tran Giang Linh. "The Impact of Transnational Migration on Gender and Marriage in Sending Communities of Vietnam." *Current Sociology* 59. 1 (2011): 59–77. Web. 12 Kasım 2019.
- Bélanger, Daniele, Tran Giang Linh ve Le Bach Duong. "Marriage Migrants as Emigrants." *Asian Population Studies* 7. 2 (2011): 89-105. Web. 17 Kasım 2019.
- Blommaert, Jan. *Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- Bryant, John, Murat Genç ve David Law. "Trade and Migration to New Zealand." *New Zealand Treasury Working Paper* 4. 18 (2004). Web. 20 Eylül 2019.
- Carol, Sarah, Evelyn Ersanilli ve Mareike Wagner. "Spousal Choice among the Children of Turkish and Moroccan Immigrants in Six European Countries: Transnational Spouse or Co-ethnic Migrant?" *International Migration Review* 48. 2 (2014); 387-414. Web. 02 Kasım 2019.
- Chai, Alice Yun. "Picture Brides: Feminist Analysis of Life Histories of Hawaii's Early Immigrant Women from Japan, Okinawa, and Korea." *Seeking Common Ground: Multidisciplinary Studies of Immigrant Women in the United States*. Ed. Donna Gabaccia, Londra, Greenwood Press. 1992. 123–138.
- Charsley, Katharine ve diğerleri. "Marriage-Related Migration to the UK." *International Migration Review* 46. 4 (2012): 861–890. Web. 10 Mart 2019.
- Cohen, Erik. *Thai Tourism. Hill Tribes, Islands and Open-Ended Prostitution*. Bangkok: White Lotus Press, 2001.
- Cole, Jennifer. "Producing Value among Malagasy Marriage Migrants in France." *Current Anthropology* 55. 9 (2014): 85–94. Web. 20 Şubat 2020.
- Collins, Jock ve Angelina Low. "Asian Female Immigrant Entrepreneurs in Small and Medium-sized Businesses in Australia." *Entrepreneurship and Regional Development* 22. 1 (2010): 97–111. Web. 23 Ekim 2019.
- Collins, Jock ve diğerleri, ed. *A Shop Full of Dreams: Ethnic Small Business in Australia*. Leichhardt: Pluto Press, 1995.
- Constable, Nicole. *Romance on a Global Stage: Pen Pals, Virtual Ethnography, and 'Mail Order' Marriages*. Berkeley: University of California Press, 2003.
- . "The Commodification of Intimacy: Marriage, Sex and Reproductive Labor." *Annual Review of Anthropology* 38 (2009): 49–64. Web. 02 Mart 2020.

- Constable, Nicole, ed. *Cross-Border Marriages: Gender and Mobility in Transnational Asia*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2011.
- Dannecker, Petra ve Alev Çakır. "Female Migrant Entrepreneurs in Vienna: Mobility and its Embeddedness." *Österreich Zeitschrift für Soziologie* 41 (2016): 97-113. Web. 26 Ekim 2019.
- Faist, Thomas. *The Volume and Dynamics of International Migration and Transnational Social Spaces*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Faist, Thomas ve Eyüp Özveren. *Transnational Social Spaces: Agents, Networks, and Institutions*. Ashgate: Aldershot, Hants. 2004.
- Fan, Cindy ve Youqin Huang. "Waves of Rural Brides: Female Marriage Migration in China." *Annals of the Association of American Geographers* 88. 2 (1998): 227-251.
- Fan, Cindy ve Ling Li. "Marriage and Migration in Transitional China: A Field Study of Gaozhou, Western Guangdong." *Environment and Planning A* 34. 4 (2002): 619-638.
- González-Ferrer, Amparo. "Who Do Immigrants Marry? Partner Choice Among Single Immigrants in Germany." *European Sociological Review* 22. 2 (2006): 171-185. Web. 02 Kasım 2019.
- Guarnizo, Luis Eduardo. "The Economics of Transnational Living." *International Migration Review* 37. 3 (2003): 666-699. Web. 15 Aralık 2019.
- Hill Maher, Kristin ve Megan Lafferty. "White Migrant Masculinities in Thailand and the Paradoxes of Western Privilege." *Social and Cultural Geography* 15. 4 (2014): 427-448. Web. 1 Ocak 2020.
- Huschek, Doreen, Helga, A G. de Valk ve Aart C. Liefbroer. "Partner Choice Patterns Among the Descendants of Turkish Immigrants in Europe." *European Journal of Population-Revue Européenne de Démographie* 28. 3 (2012): 241-268. Web. 02 Kasım 2019.
- Javorcik, Beata S. ve diğerleri. "Migrant Networks and Foreign Direct Investment." *Policy Research Working Paper*, 4046. World Bank, Washington, DC. World Bank, 2006. Web. 15 Nisan 2019.
- Kaiser, Bianca. "50 Years and Beyond: The "Mirror" of Migration- German Citizens in Turkey." *Perceptions: Journal of International Affairs* 17. 2 (2012); 113-124. Web. 12 Kasım 2019.

- . "Türkiye'deki Avrupa Birliği Yurttaşları: Siyasal ve Toplumsal Katılımın Önündeki Engeller." *Kökler ve Yollar: Türkiye'de Göç Süreçleri*, Ed. Ayhan Kaya ve Bahar Şahin. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2007. 475-490.
- Kaya, Ayhan. "Transnational Citizenship: German-Turks and Liberalizing Citizenship Regimes." *Citizenship Studies* 16. 2 (2012): 153-172. Web. 02 Mart 2020.
- . "German-Turkish Transnational Space: A Separate Space of Their Own." *German Studies Review* 30. 3 (2007): 483-502. Web. 22 Mart 2020.
- Kim, Minjeong. "Citizenship Projects for Marriage Migrants in South Korea: Intersecting Motherhood with Ethnicity and Class." *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 20. 4 (2013), 455-481. Web. 9 Mart 2020.
- Klein, Thomas. "Intermarriages between Germans and Foreigners in Germany." *Journal of Comparative Family Studies* 32. 3 (2001): 325-346. Web. 22 Mart 2020.
- Kovocs, W. L. "Will they Remain Foreigners? A Review of W. D. Borrie's Italians and Germans in Australia." *Australian Outlook* 10. 3 (1956): 32-39. Web. 02 Mart 2020.
- Kurian, Rachel. "Women Entrepreneurs from Minority Groups: Best Practices amongst Women from Suriname in The Hague." *Maastricht School of Management* 13 (2014):1-17. Web. 20 Kasım 2019.
- Lauser, Andrea. "Philippine Women on the Move: Marriage Across Borders." *International Migration* 46. 4 (2008): 85-110. Web. 26 Ekim 2019.
- Light, Ivan. *Ethnic Enterprise in America*. University of California Press, Berkeley, 1972.
- Light, Ivan ve Carolyn Rosenstein. *Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America*. New York: Aldine de Gruyter Inc. 1995. Web. 20 Eylül 2019.
- Low, Angelina. *Embedded Intersections of Immigrant Female Entrepreneurship: A Study of Asian-Born Women Entrepreneurs in Sydney*. PhD Thesis by Research, Faculty of Business, University of Technology, Sydney, Avustralya, 2004.
- Mahler, Sarah J. "Migration and Transnational Issues. Recent Trends and Prospects for 2020." CA 2020: Working Paper 4. Hamburg: Institut für Iberoamerika-Kunde. Web. 20 Eylül 2019.



- Martin, Philip. "Turkey-EU Migration: The Road Ahead." *Perceptions* 2 (2012): 125–144. Web. 02 Şubat 2020.
- Maurizio, Ambrosini. "Migrants' Entrepreneurship in Transnational Social Fields: Research in the Italian Context." *International Review of Sociology-Revue Internationale de Sociologie* 22. 2 (2012): 273-292. Web. 20 Şubat 2020.
- Maydell, Elena. "We Need Engineers, not Russian Brides: Cultural Stereotypes in New Zealand Print Media and What the Engineers Have to Say." *Communication Research and Practice* 3. 4 (2016): 335-357. Web. 26 Kasım 2019.
- Palriwala, Rajni ve Patricia. Uberoi. "Marriage and Migration in Asia." *Indian Journal of Gender Studies* 12. 2-3 (2005): 5–29. Web. 05 Ocak 2020.
- Patzelt, Anke. "A Totally New World has been Opening up for Me?– Experiences of Older German Migrants Who are Actively Involved in the German-Speaking Community in Ottawa, Canada." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 43. 2 (2017): 218-234. Web. 22 Mart 2020.
- Piper, Nicola. "Wife or Worker? Worker or Wife? Marriage and Cross-border Migration in Contemporary Japan." *International Journal of Population Geography* 9 (2003): 457-469. Web. 21 Ocak 2020.
- Portes, Alejandro. "Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview." *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. Ed. Alejandro Portes, New York: Russell Sage, 1995. 1-41.
- Portes, Alejandro, Luis Eduardo Guarnizo ve Patricia Landolt. "The Study of Transnationalism: Pitfalls and Promise of an Emergent Research Field." *Ethnic and Racial Studies* 22. 2 (1999): 217–27. Web. 15 Şubat 2020.
- Portes, Alejandro, Luis Eduardo Guarnizo ve William J. Haller. "Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptationç" *American Sociological Review* 67. 2 (2002): 278-298. Web. 15 Şubat 2020.
- Pusch, Barbara. "Karşı İstikametten Göç: Türkiye'deki Yüksek Vasıflı Alman Kadınlar." *Sosyoloji Dergisi* 3. 27 (2013): 123-149. Web. 05 Ocak 2020.
- Raingard, Esser. "Language No Obstacle: War Brides in the German Press, 1945-49". *Women's History Review* 12. 4 (2003): 577-603. Web. 26 Kasım 2019.

- Rusinovic, Katja. "Transnational Embeddedness: Transnational Activities and Networks among First and Second-Generation Immigrant Entrepreneurs in the Netherlands." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 34 (2008): 431-451. Web. 20 Ekim 2019.
- Ryabov, Igor. "Post-Migration Experiences of Female Immigrant Spouses from the Former Soviet Union." *Journal of Intercultural Studies* 37. 3 (2016): 286-302. Web. 26 Ekim 2019.
- Sert, Deniz. "Integration and/or Transnationalism? The Case of Turkish-German Transnational Space." *Perceptions* 17. 2 (2012): 85-102. Web. 15 Şubat 2020.
- Smith, Michael Peter ve Luis Eduardo Guarnizo, ed. *Transnationalism from Below*. New Brunswick, NJ: Transaction, 2003. [1998].
- Strassburger, Gaby. "Transnational Ties of the Second Generation: Marriages of Turks in Germany." *Transnational Social Spaces: Agents, Networks and Institutions*. Ed. Thomas Faist and Eyup Ozveren Routledge: Abingdon ve New York, 2016. 211-232.
- Suksomboon, Panitee. "Remittances and 'Social Remittances': Their Impact on Cross-cultural Marriage and Social Transformation." *IIAS Newsletter* 45: 6 (2007). Web. 26 Ekim 2019.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). *Evlenme İstatistikleri*. Ankara, 2019. Web. 12 Haziran 2020.
- Uekusa, Shinya ve Sunhee Lee. "Strategic Invisibilization, Hypervisibility and Empowerment among Marriage-Migrant Women in Rural Japan." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 46. 13 (2018): 1-18. Web. 22 Mart 2020.
- Waldinger, Roger D., Howard Aldrich ve Robin Ward. *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*. Sage, Newbury Park, 1990.
- Wang, Yi-Han. "Being a Mother in a Foreign Land: Perspectives of Immigrant Wives on Mothering Experiences in Taiwan." *Taiwan Journal of Southeast Asian Studies* 7. 1 (2010): 3-40. Web. 24 Nisan 2020.
- Werbner, Pnina. "Renewing an Industrial Past: British Pakistani Entrepreneurship in Manchester." *Migration: The Asian Experience*. Ed. J. M. W. Brown ve diğerleri, 1994. 104-130. Web. 03 November 2019.

- Yeoh, S. A., Brenda ve diğeri. "Between Two Families: The Social Meaning of Remittances for Vietnamese Marriage Migrants in Singapore." *Global Networks* 13. 4 (2013): 441-458. Web. 26 Ekim 2019.
- Yıldırım-Tschoepe, Aylin. "Locating the German-Turks: Transnational Migration to Turkey and Constructions of Identity and Space." *Contemporary Turkey at a Glance II: Turkey Transformed? Power, History, Culture*. Ed. Meltem Ersoy ve Esra Özyurek. Springer, Wiesbaden, 2017. 113-130.
- Zhou, Min. "Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergences, Controversies and Conceptual Advancements." *International Migration Review* 38 (2004):1040-1074. Web. 26 Ekim 2019.