



CİLT 14 SAYI 2 2023

VOL. 14 ISSUE 2 2023

ISSN:1309-887X / E-ISSN: 2149-0465

EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

EGE STRATEGIC
RESEARCH
JOURNAL





ESAD
EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

Cilt 14 Sayı 2 – 2023

EGE STRATEGIC RESEARCH JOURNAL

Vol. 14 Issue 2 – 2023

ISSN:1309-887X / e-ISSN: 2149-0465

www.esam.ege.edu.tr

dergipark.gov.tr/esam

ESAD
EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
Ege Strategic Research Journal
ESAD yılda iki kez yayımlanır / ESRJ is published two times a year



EDİTÖRLER / Editors

Dr. Öğr. Üyesi Aytekin ERDOĞAN

Arş. Gör. Dr. Burak ARSLAN

DANIŞMA KURULU / Editorial Advisory Board

(Alfabetik Sıra ile / In Alphabetical Order)

A. Özlem Önder, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Aydın Çevirgen, Akdeniz Üniversitesi, Türkiye.
Aykut Lenger, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Aydanur Gacener Atış, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Aykan Candemir, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Ayla Özhan Dedeoğlu, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Birgitta Olsson, Stockholm Üniversitesi, İsveç.
Carlos E. Frickmann Young, Universidade Federal do Rio de Janeiro de Economia Industrial, Brezilya.
Chris Ryan, Waikato Üniversitesi, Yeni Zelanda.
C. Michael Hall, Canterbury Üniversitesi, Yeni Zelanda.
David Lamond, David Lamond & Associates, Avustralya.
Francis Lobo, Edith Cowan Üniversitesi, Avustralya.
Haiyan Song, Hong Kong Politeknik Üniversitesi, Hong Kong.
Haluk Soyuer, Ege Üniversitesi, Türkiye.
James Kirkbride, Liverpool John Moores Üniversitesi, İngiltere.
John Fletcher, Bournemouth Üniversitesi, İngiltere.
Juergen Gnoth, Otago Üniversitesi, Yeni Zelanda.
Joyce Liddle, Nottingham Üniversitesi, İngiltere.

Jülide Kesken, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Luiz Moutinho, Glasgow Üniversitesi, İngiltere.
Lydia Makrides, Creative Wellness Solutions, Kanada.
Metin Karadağ, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Michael R. Powers, Temple Üniversitesi, ABD.
Mohsen Bahmani-Oskooee, Wisconsin Üniversitesi, ABD.
Neşe Kumral, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Oğuz Karadeniz, Pamukkale Üniversitesi, Türkiye.
Pan Jiahua, Chinese Academy of Social Sciences (CASS), Çin.
Paul Leonard Gallina, Bishop's Üniversitesi, Kanada.
Slawomir Magala, Rotterdam Erasmus Üniversitesi, Hollanda.
Tanju Tosun, Ege Üniversitesi, Türkiye.
Thomas N. Garavan, Limerick Üniversitesi, İrlanda.
Vahap Tecim, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye.
Wesley J. Johnston, Georgia Devlet Üniversitesi, ABD.
William Gartner, Minnesota Üniversitesi, ABD.
Yılmaz Gökşen, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye.
Zahir Irani, Brunel Üniversitesi, İngiltere.

Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi. Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izin alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalanma sistemi kullanılarak yeniden basılamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır. Aksi belirtilmediği sürece **Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi**'nde yayımlanan yazılarda belirtilen fikirler yalnızca yazarına aittir. Yayıncıları, diğer yazarları ve editörleri bağlamaz.

ISSN:1309-887X / e-ISSN: 2149-0465

www.esam.ege.edu.tr

dergipark.gov.tr/esam

EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

Ege Strategic Research Journal

ESAD yılda iki kez yayımlanır. / ESRJ is published two times a year.



Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi (ESAD) hakemli ve bilimsel bir dergi olup, Uluslararası İlişkiler, Siyaset Bilimi, İktisat, İşletme ve Tarih alanları ile stratejik temalı alanlarda çalışan akademisyenler, araştırmacılar ve profesyonellerin görüşlerini paylaştıkları bir forum oluşturmak amacıyla, bu alanlarda yapılmış olan ulusal ve uluslararası çalışmaları kapsamaktadır. Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki kere yayınlanan Dergimiz, EconLit tarafından taranmaktadır.

Dergimize, daha önce herhangi bir yerde yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere gönderilmemiş çalışmalar ile kongre vb. bilimsel toplantılarda sunulmuş çalışmalar bu durum belirtilmek koşulu ile kabul edilmektedir. Yazarın/yazarların göndermiş oldukları çalışmayı yayın sürecinden çekebilmesi için sorumlu yazarın bir dilekçe ile başvurması gerekir. Dergi Editörler Kurulu, yayın koşullarına uymayan yazıları yayınlamamak, düzeltmek üzere yazarına geri vermek ve biçimce düzenleme talebinde bulunma yetkisine sahiptir. Dergimize çalışmalarını sunan yazar/yazarların belirtilen şartları kabul ettikleri varsayılır. Dergimizce telif hakkı ödenmemektedir.

Dergimize gönderilen çalışmalar alanında bilimsel çalışma yapan en az iki ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı yayınlanır ya da yayınlanmaz. Hakemlerin gizli tutulan raporları beş yıl süre ile dergi arşivinde tutulur. Yazım kuralları ile ilgili detaylar aşağıda verilmiştir. Söz konusu şartlara uygun çalışmalarınızı dergipark.gov.tr/esam üzerinden gönderebilirsiniz.

Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi (ESAD) İdare Merkezi ve Editör Ofisi / Editorial Office

Ege Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi, Ege Üniversitesi Kampüsü, 35100 Bornova-İZMİR, TÜRKİYE

Telefon / Fax: +90 (232) 3114105 / 4106

E- mail: esam@mail.ege.edu.tr

Yayın Sahibi: Ege Stratejik Araştırmalar Merkezi adına,

Müdür V. Prof. Dr. Mustafa MUTLUER

Yazı İşleri Müdürü / Assisting Editor

Dr. Öğr. Üyesi Aytekin ERDOğAN

Yayın Sıklığı ve Türü: Yılda 2 defa yayınlanan, evrimii, açık erişime sahip, süreli yayın.

Yayın Dili: Türkçe ve İngilizce

Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, ESAD, Cilt 14, Sayı 2 – 2023

Ege Strategic Research Journal, ESAJ, Vol. 14, Issue 2 –2023

İÇİNDEKİLER / Contents

ARAşTIRMA MAKALELERİ (RESEARCH ARTICLES)

**Türkiye’de Vejetaryenlik: Tüketicilerin Sosyal Kimlik, Temel Haklar ve İyi-
Oluş Arayışları**

Vegetarianism in Turkey: Consumers’ Search For Social Identity, Basic Rights
and Well-Being

Selahattin Semih KARAKURUM - Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU..... 1-24

**Kültürel Boyutlar Teorisi Bakışıyla ABD’nin Liderini Bulmak: Biden ve
Trump Üzerine Bir AHP Uygulaması**

Determining the Leader of The USA from the Perspective of Cultural
Dimensions Theory: An AHP Application on Biden and Trump

Eda MEZDA - Gülcennet ÖZTÜRK ÇELEBİ..... 26-52

Toplum, Kültür, Dil Üçgeninde Göçün Yansımaları: Almanya Örneği

Reflections of Migration in the Triangle of Society, Culture and Language:
The Case of Germany

Hatice Deniz CANOĞLU 54-79

EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ YAZIM KURALLARI

Lütfen makalenizi, dergi yazımı ile ilgili kuralları ve aşağıdaki örnek makaleyi dikkate alarak dergimize gönderiniz. Makalenin ilk gönderiminde ve hakem değerlendirilmesinden sonra kabul edilen çalışmaların,

- i. Yazım kurallarına uygun hale getirilmesi
- ii. Formatının düzenlenmesi
- iii. Son “.pdf” dosyasının oluşturulması yazarın / yazarların sorumluluğundadır.

1. Makale Başlığı – Yazar Bilgileri

- Makale başlığı 14 punto, tümü büyük harfli, koyu ve ortalanmış olarak yazılmalıdır.
- Türkçe yazılmış makalelerde Türkçe başlığın altında İngilizce, İngilizce yazılmış makalelerde İngilizce başlığın altında Türkçe başlığa yer verilmelidir. İngilizce çalışmalar için verilen Türkçe başlık 12 punto; Türkçe çalışmalar için verilen İngilizce başlık 12 punto olmalıdır.
- Çalışmanın başlığından sonra yazarın adı soyadı 12 punto, adın ilk harfi büyük, soyadın tamamı büyük harflerle, ortalanmış ve kalın olarak; yazar birden fazla ise, adlar çalışmaya katkılarına göre alt alta yazılmalıdır. Yazar(lar)ın unvanıyla birlikte, çalıştığı yer ve varsa araştırmanın yapıldığı üniversite, laboratuvar ya da kuruluşun açık adı, yazarın e-posta adresi ile uluslararası geçerliliği olan ORCID bilgisine yer verilmelidir. Eğer araştırma bir tez çalışmasından, bir projeden ya da daha önce sunulmuş bir bildiriden türetilmiş ise ilgili çalışmaya gönderme yapılmalı, göndermeler dipnotta özel imle (τ) belirtilmelidir. Yazarlara dair dipnotlar Roman rakamları ile (i,ii,iii,.....) sıralanmalı, Times New Roman 10 punto olarak yazılmalıdır.

2. Öz

- Hem Türkçe hem İngilizce özete yer verilmelidir.
- Öz, Abstract ve Anahtar Kelimeler başlıkları koyu, ilk harfi büyük ve italik olarak yazılmalıdır. Öz ve Abstract başlıkları sayfada ortalanmalıdır.
- Yazı tipi Times New Roman 12 punto italik olmalıdır.
- Tek (1) satır aralıklı ve iki yana yaslı yazılmalıdır.
- En az üç anahtar kelime ilgili özün altında italik, ilk harfleri büyük yazılarak verilmelidir.

3. Ana Metin

- Ana metnin tablo, şekil ve referanslar dahil 25 sayfayı aşmamasına özen gösterilmelidir.
- Makalede yazı tipi olarak Times New Roman 12 punto kullanılmalıdır. Makaleler 1,15 satır aralıklı, iki yana yaslı ve A4 boyutunda, sağ, sol, alt ve üst boşlukları 2,5 cm olacak şekilde yazılmalıdır.
- Paragrafların arasında 1 (bir) satır boşluk olmalıdır. Tüm paragraflar iki yana yaslı olarak biçimlendirilmelidir. Paragrafların ilk satırlarında girinti olmamalıdır. Paragraflar içinde 1,15 satır aralığı bulunmalıdır.
- 1. Basamak başlıklar, 12 punto, hepsi büyük harf, koyu ve sola yaslı olarak yazılmalıdır. 1. Basamak başlıklardan önce 2 satır boşluk bırakılmalıdır.
- 2. Basamak başlıklar, 12 punto, her kelimenin ilk harfi büyük, koyu ve sola yaslı olarak yazılmalıdır. 2. Basamak başlıklardan önce 1 satır boşluk bırakılacaktır.

- Diğer alt Basamak başlıklar, 12 punto, her kelimenin ilk harfi büyük, koyu, italik ve sola yaslı olarak yazılmalıdır. Diğer alt başlıklardan önce 1 satır boşluk bırakılacaktır.

4. Tablo ve Őekiller

- Tablo ve Őekiller metnin uygun yerlerinde ardışık numaralandırılmış bir Şekilde gösterilmelidir.

Tablolarda, tablo başlığı üstte sola yaslı, koyu ve ilk harfleri büyük, Times New Roman 10 punto olmalıdır.

Şekil başlığı ise, Şekil altında sola yaslı, koyu ve ilk harfleri büyük, Times New Roman 10 punto olmalıdır.

Tablo ve Őekiller başka bir yerden alındığı takdirde kaynak gösterilmelidir.

Tablo içi yazılar Times New Roman 10 punto ve satır aralığının 1 olması önerilir. Büyük tabloların metne yerleştirilmesi için punto büyüklüğü değiştirilebilir.

5. Kaynaklar

- Kaynakların gösterimi açısından APA formatına uyulmalıdır. Kaynakların paragraf biçimlendirilmesinde satır ve paragraf sonu boşluğu olmamalı, paragraf içinde satır aralıkları tek satır olarak biçimlendirilmelidir. Her bir kaynak arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır. Kaynaklar iki yana yaslı olmalı, ilk satırında bir girinti olmamalıdır.

6. Son Notlar

- Lütfen son not yerine dipnot kullanınız. Dipnotlar metnin ilgili yerinde üst simge halinde ardışık rakamlar kullanılarak ilgili sayfanın sonuna yerleştirilmelidir.

ETİK KURALLAR

Yazarlar için:

1. Yapılan makale başvuruları özgün olmalı ve kullanılan kaynak ve dokümanlara uygun şekilde atıf verilmelidir. Herhangi bir intihal durumunda makale başvurusu reddedilecektir.
2. Dergide yayınlanmak üzere gönderilen yazıların daha önce başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olması gerekir.
3. Daha önce konferanslarda sunulmuş ve özeti yayınlanmış çalışmalar, bu durum belirtilmek üzere kabul edilebilir.
4. Birden çok yazarlı çalışmalarda sorumlu yazarın başvuru sürecinde bildirilmesi gerekmektedir.
5. Yazarın/yazarların göndermiş oldukları çalışmayı yayın sürecinden çekebilmesi için sorumlu yazarın bir dilekçe ile başvurması gerekir.
6. Dergiye gönderilen yazılara telif hakkı ödenmez.

Hakemler için:

1. Hakemler yazar/yazarların gönderdiği makalelere dair bilgiyi gizli tutmalıdır.
2. Makaleler değerlendirilirken hakemler ve editörler yalnızca entelektüel ve bilimsel içerikle sınırlıdır.
3. Hakemler yazar/yazarların herhangi bir kötüye kullanım durumunda (örn, intihal ya da benzer etik dışı faaliyetler) ilgili editörü hemen bilgilendirmeleri gerekmektedir.

Yayın (Editörler) Kurulu için:

1. Yayın Kurulu, yayın koşullarına uymayan yazıları yayınlamamak, düzeltmek üzere yazarına geri vermek, biçimce düzenlemek yetkisine sahiptir.
2. Yayın Kurulu ve hakem raporları doğrultusunda editör makaleleri kabul ve reddedebilir, değişiklik yapılmasını isteyebilir. Reddedilen makaleler yazar/yazarların yazılı izni olmadan başka bir amaçla kullanılamaz.
3. Editörler basılana kadar makalelerin gizliliğini sağlarlar, bu durum aynı anda birden fazla yere yapılan başvurular için geçerli değildir.
4. Yalnızca yayın kurulunun ilk değerlendirmesinden geçen makaleler hakem sürecine alınır ve en az iki hakeme gönderilir.
5. Editör bütün makalelerin adil ve nesnel olarak incelenmesinden sorumludur, kabul ya da ret kararı yalnızca makalenin önemi, özgünlüğü, açıklığı ve dergiyle alakasına dayanır.
6. Editör hiçbir yazar/yazarlara ırk, din, cinsiyet, yaş, etnisite, inanç, cinsel yönelim ve geldiği ülke temelinde ayrımcılık uygulayamaz.

TÜRKİYE’DE VEJETARYENLİK: TÜKETİCİLERİN SOSYAL KİMLİK, TEMEL HAKLAR VE İYİ-OLUŞ ARAYIŞLARI

VEGETARIANISM IN TURKEY: CONSUMERS' SEARCH FOR SOCIAL IDENTITY, BASIC RIGHTS AND WELL-BEING

Selahattin Semih KARAKURUM*
Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU**

Öz

Hayvan endüstrilerinin, iklim krizini derinleştirip çevresel sorunların artmasına yol açması sorununa karşı çevre ve hayvan refahı söylemlerinin yükselmesiyle birlikte vegan pazar tüm dünyada büyümeye başlamıştır. Farklı vejetaryenlik çeşitlerini benimsemiş tüketicilerin yaşam tarzı ve tüketim tercihleri, pazaryerine doğrudan yansiyabilmektedir. Temelinde etik, sağlık, çevresel ve tinsel güdülerin yer aldığı vejetaryen yaşam biçimi, iyi oluş ve hayvan haklarını da kapsayan temel haklar arayışı içindeki tüketicilerin sosyal kimliklerini şekillendirmektedir. Bu çalışma, farklı güdülerle vejetaryenliği seçen Türk tüketicilerin, vejetaryen ideoloji temelinde iyi-oluş arayışlarını ve pazaryerindeki adaletsizliklere karşı gösterdikleri tutum ve davranışlarını incelemek amacıyla yapılmıştır. Nitel verilerin analizi sonucunda elde edilen temel temalar, 1) hayvanların nesneleştirilmesi ve zulmedilmesine karşı olma; 2) temel haklar, sağlık ve çevre; 3) ötekileştirilme ve tüketici kimliği; 4) kapitalist pazara ilişkin temalar başlıkları altında incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Vejetaryen Söylem, Tüketici Kimliği, Hayvanların Nesneleştirilmesine Karşıtlık, Ötekileştirme, Temel Haklar*

Abstract

The vegan market has started to expand all over the world, with the rise of environmental and animal welfare discourses against the problem of animal industries and environmental problems that aggravate the climate crisis. The lifestyle and consumption preferences of consumers who have adopted different types of vegetarianism are reflected in the marketplace. The vegetarian lifestyle, which is based on ethical, health, environmental and spiritual motivators, shapes the social identities of consumers in search of basic rights, well-

Makale Gönderim Tarihi: 17.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 14.11.2022

* Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bölümü, semihkarakurum01@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6121-8818

** Prof. Dr., Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ayla.dedeoglu@ege.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0179-0644

Çalışma, “Karakurum, S. Semih (2021) ‘Tüketici Kültürüne Karşı Direnç ve İyi Oluş Arayışı: Vejetaryen Tüketim Üzerine Nitel Bir Araştırma’ Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

being and animal rights. This study was conducted to explore the attitudes and behaviors of Turkish consumers who choose vegetarianism with different motivations, as well as their search for social justice and welfare on the basis of vegetarian ideology. The main themes obtained as a result of the analysis of qualitative data are (1) opposition to the objectification and cruelty of animals; 2) basic rights, health and the environment; 3) alienation and consumer identity; 4) themes related to the capitalist market.

Keywords: *Vegetarian Discourse, Consumer Identity, Opposition to the Objectification of Animals, Alienation, Basic Rights*

GİRİŞ

Ekonomik açıdan ele alındığında tüketim, yeryüzündeki tüm canlıların varoluşlarını devam ettirmek amacıyla yaptıkları faydacı bir eylemdir. Sosyal ve kültürel bir varlık olan insan açısından ise sosyal, kültürel ve sembolik boyutları da olan tüketim eylemi, sadece ürün ve hizmetlerin tüketilmesi ve yok edilmesinin ötesinde tüketicinin sosyal sistem içinde kimlik inşası ve müzakeresi ile birlikte toplumsal konumlanması ve ötekilerden farklılaşması işlevlerini de görmektedir (bkz. Bocoock, 1993; Baudrillard, 1998).

18. yüzyıl Sanayi Devrimi ile feodal dönemin yerini kapitalizme ve modernizme bırakması bir yandan köylerden kentlere göçen insanların yaşam tarzlarında değişiklik yaratırken bu değişim, hayvanları da doğrudan etkilemiştir. Yıllardan beridir besin kaynağı olarak görülen hayvanlar, tüketim toplumu ile birlikte kozmetik, moda endüstrisi gibi farklı endüstrilerde de kaynak hâline getirmiştir. Örneğin; kozmetik ürünlerin, hayvanlar üzerinde test edilmesi onları nesne konumuna yerleştirmiştir. Buna karşın, doğal ekosistemin temel üyeleri olmalarına rağmen endüstrileşmiş birçok toplumda sistemin en alt basamağında yer alan hayvanların nesneleşmesi ve metalaşmasına karşı olarak vejetaryen söylemler de gelişmeye başlamıştır. Özellikle ulusal literatürde vejetaryenliğin tüketim ve kimlik bağlamında yeterince ele alınmaması, bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. 2010'lu yıllar ile birlikte, akademik literatürde öne çıkmaya başlayan “veganlık” kavramı, pek çok çalışmanın, yalnızca vegan bireyleri kapsayacak şekilde yapılmasına olanak tanımıştır. Bu çalışma ise vegan bireylerin yanı sıra ovo-lakto vejetaryen ile bitki temelli beslenen bireyleri de kapsamaktadır ve olabildiğince farklı güdülerde, farklı vejetaryenlik çeşitlerini benimsemiş bireylere ulaşılmaya çalışılmış olup bütüncül vejetaryen tüketim pratiklerini elde edebilmek nedeniyle bu çalışmaya gerek duyulmuştur. Bir çatı terim olan vejetaryenlik hayvansal kaynaklı gıda bir veya daha fazlasının tüketiminden kaçınma pratiğine işaret eder (Dagnelie ve Mariotti, 2017). Bu çalışmanın amacı, farklı güdülerle vejetaryenlik türlerini benimsemiş olan Türk tüketicilerinin hayvanların tüketimine bakışlarını, sosyal kimlik, iyi-oluş (well-being) arayışları ve temel haklar bağlamında keşfetmektir. Türkiye’de tüketim pratikleri ve tüketim kültürü bağlamında yapılan çalışmaların henüz doyuma ulaşmadığı görüşünden hareketle bu çalışma, Türkiye’de yapılmıştır. Araştırma bağlamında, çeşitli vejetaryenlik türlerini benimsemiş bireylerin, hayvansal çıktı üzerine kurulu hayvan endüstrilerine ve hayvanlar üzerinde deney yapılan endüstrilere karşı tutumları da anlaşılmasına çalışılmıştır. Araştırmada, nitel araştırma tekniklerinden derinlemesine görüşme kullanılmış ve araştırma fenomenolojik yaklaşım çerçevesinde tasarlanmıştır. Fenomenolojik araştırma, araştırmacının, bireylerin bir

fenomene ilişkin deneyimlerini, bireylerin kendilerince betimlendiği şekliyle analiz ettiği ve anlamını araştırdığı araştırma tasarımıdır (Creswell, 2014). Araştırmanın odağı, bir fenomen olarak, vejetaryen tüketimdir.

1. TÜKETİM TOPLUMU VE TÜKETİCİ KÜLTÜRÜ

18. yüzyılın sonlarında sanayinin gelişmesi ve teknolojik gelişmeler ile birlikte kapitalist ekonomi şekillenmeye başlamıştır (Rostow, 1971). Sanayileşmenin yoğunlaştığı kentlere göçler, kentsel alanda insan ve düşünce çeşitliliğinin artmasına yol açmıştır. Öncelikle sanayileşen ülkelerdeki büyük ölçekli sanayileşme, kentleşme, bilimsel gelişmeler, refah ve nüfus artışı (Berg, 1993) erkeklerin yanı sıra özellikle de kadınların yaşamında değişimler getirmiştir. Göçler ile birlikte büyüyen kentler kendi kültürünü yaratırken diğer yandan kapitalist sermaye birikiminin çıktısı olan ekonomik bölüşüm sorunu, sınıfsal hak mücadeleleri sonunda kapitalizmin evrimleşmesi ve modern hukukun gelişmesi söz konusu olmuştur. Aydınlanma projesi ile gelişen modernizm ile bir yandan insan aktörlerin refleksif failliğini yükselirken (Bocock, 1993; Giddens, 1984), diğer yandan da kapitalist ekonomik sistemler, Metcalfe'nin (2014) ifadesiyle, açık-uçlu ve tahmin edilemez evrimi sayesinde sürdürülebilmişlerdir.

20. yüzyılın başlarında Ford firması özelinde karakterize edilen montaj hattına dayalı kitlesel üretimle ulaşılabilen ölçek ekonomileri ile kitlesel tüketim pazarları da genişlemiştir. Adams, (2017: 118) montaj hattında işlerin mikro-elemanlarına ayrılarak standartlaştırılması ve bölünmesi düşüncesinin, Henry Ford'un Chicago'daki hayvan kesim yerlerindeki montaj hatlarını gezmesi sonucu oluştuğunu öne sürmektedir. Tarım kökenli işçilerin sanayiye adaptasyonuna olanak sağlamak için işlerin bilimsel etüdü ve en küçük elemanlarına bölünerek standartlaştırılmasına dayalı Taylorist bilimsel yönetim anlayışı, işçilerin emeğinin tıpkı bir makine gibi standartlara dayalı ve yüksek verimle bir kullanılmasını hedeflemektedir (Watson, 2019).

Sanayileşmenin gelişmesi ile üretim birimi ve verimliliğinin yanı sıra inovasyon ve ürün çeşitliliğine de imkân sağlayan teknolojilerin gelişmesi (örn. Metcalfe, 2014) ile tüketimin insan hayatına etkisi derinleşmeye başlamış, insanlar farklı ürünlerle toplumda kim olduklarını daha rahat ifade edebildiği "tüketici devrimi"ni (Bocock, 1993: 14) başlatmıştır. Artan üretimle birlikte tüketimin artması ise, diğer yandan, ekonomik olarak gelişmiş toplumların çok tüketmesine ve dolayısıyla olumsuz çevre etkilerinin atmasına neden olmuştur. Kapitalist üretim ve tüketim genişledikçe, özellikle de 21. yüzyılda, daha önceki yüzyıllarda görülmemiş hızda yaşanan iklim değişikliği sonucu, dünyanın bazı bölgelerinde kuraklık, kıtlık, yiyecek yeterliliği ve erişimi ile toplumsal eşitsizlik arasındaki ilişkiyi global bağlamda görünür kılmıştır (Demos ve Segal, 2016). İnsanların kültürel değerlerini, tüketim temelinde tanımlamasıyla oluşan tüketici kültürü ile birlikte tüketim arzularının ve bireyselliğinin güçlendiği, tüketicilerin anında tatmin arayışına girdiği ve benzeri birçok sosyokültürel değişim yaşandığı görülmektedir (örn. Fırat ve Venkatesh, 1995; Bocock, 1993; Baudrillard, 1998). Fırat ve Dholakia (2003) tüketim deneyimlerinin modern toplumdaki değişimlerini (a) bir ürüne özel erişimden kamuya açık erişime kadar uzanan erişilebilirlik; (b) tüketicinin ürünlerin farklı yönlerinin belirlenmesine doğrudan katılımı; (c) tüketicinin tüketim sürecinde diğer tüketicilerle bireysel ve kolektif sosyal ilişkileri ve (d) insanların fiziksel ve zihinsel aktivitesi açısından pasif ve aktif tüketim eylemleri gibi dört temel boyutta ele almaktadır. Bu boyutlardan bakarak, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde bireysel,

kişiye özel (private), yabancılaşmış ve pasif tüketim kalıplarının yaygınlaşmasından söz etmektedirler (Fırat ve Dholakia, 2003).

19. yüzyıldaki kapitalizm, modernist kültür ve yapı ile birlikte deneyimlenirken (Galbraith, 2004), 21. yüzyılda gerek ekonomik gerekse sosyokültürel değişimler kapitalizmin nitelik olarak geç kapitalizme evrilmesi ile sonuçlanmıştır. Modernizmin de temel argümanları bağlamında sorgulandığı dönem sonrasında modernizm sonrası anlayışlar yükseltmeye başlamıştır. Modernizme karşıt anlayışlar, örn. likit modernizm, postmodernizm vd. modernitenin başarıları ve içinden çıkılmaz durumlarıyla yaşayıp beslenir (Heller ve Feher, 1993: 21). Modernitenin kısıtlayıcı ve sınıflayıcı yapısına karşıt olarak, örneğin; postmodernizm kimlik, toplumsal cinsiyet, aile, sosyal sınıf vb. gibi sınırlardan özgürleşmeyi önermektedir (Bauman, 2000; Fırat ve Venkatesh, 1995). Toplumsal hayatta doğru ile yanlış olanın nasıl ayrıldığı gibi temel sorular ile ilgili tartışmalar ancak 21. yüzyılın etik anlayışları ile yeniden şekillenmeye devam etmektedir (Furedi, 2001: 104).

Modern toplum, söylemsel olarak Rousseau'nun (1994: 55) ifadesiyle bireylerin iradelerini ahlaki ve kolektif bir genel iradenin üst yönetimine bıraktığı ve bütünün bölünmez bir parçası olduğu "Toplumsal Sözleşme"ye dayalı olup doğada zekâ ve güç açısından eşit olmayan insanlar, bu sözleşme ile hak ve hukuk açısından toplumda eşit hâle gelmektedir. Pratik yaşamda ise modern toplum, modern hukuka dayalı bile olsa sınıfsal ve ataerkil söylemi kucaklamakta ve insan ve hayvan haklarını ve eşitlikleri tam olarak teşvik edememektedir (Bauman, 2000; Gans, 2007; Anderson, 2005). Örneğin; "kültür" adı altında boğa güreşlerinin gerçekleştirilmesi ve insanların bu durumdan zevk alarak hayvanların öldürölmesini desteklemesi, şiddeti meşrulaştıran bir durumdur. Bourdieu'ya (2016: 203) göre, simgesel şiddet, baskıya uğrayanın, baskıyı kurana karşı onay verdiği baskıdır ve tahakküm ilişkisini normal ve sıradan bir durummuş gibi yansıtmaktadır. Endüstriyel kapitalizm döneminde hayvanları girdi olarak kullanan ya da ürün olarak üreten dev endüstrilerin hâkim olduğu global pazaryerinde ana akım medyanın baskın söylemi, hayvan hakları savunuculuğunu yabancılaştırma ve stigmatize etme üzerindeki kuruludur (Regan, 2007). Bununla birlikte, 2010'lu yıllarda global bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde tüketici farkındalığı ile global aktivizm ve etik tüketimcilik hareketleri güçlenmiştir (Bennet, 2003). Adil ticaretin (fair trade) öne çıkmasıyla birlikte işçi hakları önem kazanmıştır. Hayvan deneylerine karşı oluşan sivil toplum tepkileri sonucunda işletmeler de zulümsüz (cruelty-free) sertifikaları aracılığı ile hayvan üzerinde deney yapmadıklarını beyan etmeye başlamışlardır (Sheehan ve Lee, 2014). Plastik tüketimini azaltmaya yönelik "sıfır atık" projeleri de çevresel sürdürülebilirlik bağlamında ön plana çıkmaya başlamıştır. Baskın durumdaki tüketimciliğin (consumerism) bireysel ve toplumsal iyi-oluşa zararlarına odaklanan anti-tüketimci söylemlerin yanı sıra belirli ürünlerin zararlı etkilerini, işletmelerin etik olmayan uygulamalarını ve devletlerin tüketim alanını düzenleme konusunda başarısızlıklarını ortaya çıkarmayı amaçlayan tüketici aktivizmi de giderek güçlenmektedir (Robinson, 2018: 10). Tüketim karşıtlığı söylemi zaman zaman tüketici aktivizmi ile hayata geçse de odaklandığı nokta tüketimciliğin meşruluğuna karşıtlıktır.

2. VEJETARYEN SÖYLEM VE İYİ OLUŞ ARAYIŞI

Plato ve Siddhārtha Gautama (Buda) yanında hayvanların yiyecek olarak görölmesine ahlaki olarak ilk karşı çıkanlardan biri olan Pisagor'a atfen Pisagoryen olarak adlandırılan hayvan eti tüketmeyenler, 1847 sonrasında vejetaryen olarak tanımlanmıştır (Aboelenien ve Arsel, 2022; Walters ve Portmess, 1999; Adams, 2017). Vejetaryenlik, özellikle Doğu'da bin yıllardan

beridir dini yaşam biçimidir (Walters ve Portmess, 1999). Bir yandan sağlık, çevre, hayvan refahı üzerine etkileri olan, diğer yandan da kültürel olduğu kadar bireysel tutum ve inançlarla doğrudan ilişkili olan beslenme pratikleri, insan yaşamını ve tüketim kararlarını doğrudan etkileyen önemli faktörlerdendir (Allen, Goddard ve Farmer, 2018). Hayvansal ürünlerin tüketimi ve hayvanların endüstriyel süreçlerde kullanımı gibi birçok konuda etik söylem ve tutum oluşmasına zemin hazırlayan vejetaryenlik, merkezi sinir sistemi olan canlıların canını almama ve acıtmama üzerine kurulu bir yaşam anlayışına dayalıdır. Vejetaryenlik, bu anlayışa sahip insanların toplumda insanların kendilerini nasıl tanımladığı, ait hissettiği ve sosyal olarak temsil ettiğinin, diğer bir ifadeyle sosyal kimliklerinin temelini oluşturmaktadır (Nezlek ve Forestell, 2020).

Veganlık dâhil olmak üzere diğer vejetaryenlik çeşitlerini de kapsayan şemsiye terim olduğu için, bu çalışmada “vejetaryenlik” sözcüğü kullanılmıştır. Etsiz beslenmeyi savunanlar, vejetaryenliğin yararlarını kişisel sağlık, çevre koruma, hayvan hakları ve benzeri açılardan değerlendirmektedir (Kalof vd., 1999). Vegan, ovo-lakto vejetaryen ve pesko-vejetaryenlik ve benzeri şekillerde ortaya çıkan vejetaryen tüketim, hayvan eti tüketmemeden hiçbir hayvansal ürün kullanılmamasına kadar değişkenlik göstermektedir (Al-Ma’aitah ve Tayyem, 2021; Phillips, 2005). Ovo-lakto vejetaryenler yumurta ve mandıra ürünlerini tüketip hayvan etlerini tüketmezken lakto-vejetaryenler, hayvansal besin çıktısı olarak yalnızca hayvan sütü ve ürünlerini; ovo-vejetaryenler ise hayvansal besin çıktısı olarak yalnızca yumurta tüketmektedir (Reid ve Hackett, 2002). Bitki temelli beslenen vejetaryenlik çeşidine ek olarak veganlık, günlük yaşamda da hayvansal çıktıları (örn. kürk, deri) ve hayvanlar üzerinde deney yapılan ürünleri kullanmayan vejetaryenlik biçimidir.

Vejetaryen tüketimin tercihinde tinsel, sağlık, çevre ve hayvanların korunmasına ilişkin temel güdülerden söz edilebilir (Devries, 2012). Devries (2012), Thoreau ve Gandhi geleneklerine atıfta bulunarak vejetaryenliği, adaletsiz bir topluma karşı direncin bireysel formu olarak ifade etmektedir. Kültürel, tinsel ve etik boyutunu öne çıkaran Adams (2017) da özellikle kadın bedeni ile hayvanların yaşadıklarını, eril tahakküme dayandırarak tanımladığı ahlaki vejetaryenlikte hayvanların, birey olarak görüldüğüne işaret etmektedir. Etik tüketimcilik akımlarının güçlenmesi ve etik ürün seçeneklerine ve etik iş pratiklerine olan talebin büyümesine bağlı olarak birçok etik niş pazar oluşmaktadır; organik besin, hayvan eti yerine kullanılabilir ikameler bunlara örnek olarak gösterilebilir (Connolly ve Shaw, 2006: 354).

Vejetaryen olmayı güdüleyen bir diğer faktör hayvan endüstrilerinin doğaya verdiği zarara odaklanan çevreci görüştür. Hayvan ve mandıra ürünlerinin kitlesel üretimi, iklim değişikliğinin ana nedenlerindedir (Bailey, Froggatt ve Wellesley, 2014). Neoliberal politikalar sonucu birçok işletme tarımsal alanlar dâhil olmak üzere istediği yere fabrika kurabilmiştir ve bu durum, özel mülkiyet hakları ile korunmuştur. İnsanların sınırsız özgürlük istekleri doğa ve hayvanlar üzerinde oldukça büyük yıkıma neden olmuştur. Endüstriyel hayvancılık, biyoçeşitliliğin azalmasına neden olan öncü sektörlerden biri olarak gösterilmektedir (Stoll-Kleemann ve O’Riordan, 2015). Hayvan yetiştiriciliği sektörleri, bir yandan hayvan besleme ve çiftlik yönetimi amaçlı olarak dünyadaki tarımsal su kaynaklarının yaklaşık %41’ini kullanırken (Heinke vd., 2020) diğer yandan da hayvansal atıklar, antibiyotikler, hormonlar, kimyasallar, gübreler ve pestisitler vb. aracılığıyla suyu kirletmektedir (Flachowsky, Meyer ve Südekum, 2018; Dilek ve Fennell, 2018; Francione, 2008).

Vejetaryen olma kararını etkileyen faktörlerden biri de din ve tinsel inanç sistemidir. Din ve inanç sistemlerinin getirdikleri değerler, toplumdan topluma değişmektedir. Budizm ve Hinduizm, hayvanlara yönelik incitici davranışlardan kaçınmayı ve vejetaryen beslenmeyi önermekte, Hindistan'ın Bengal bölgesinde deniz bitkisi olarak değerlendirilmesinden dolayı sadece balık eti tüketimi uygun görülmekte ve Yedinci Gün Adventistleri gibi bazı Hristiyan gruplar vejetaryenliği yaşam biçimi olarak savunmakta iken tasavvufi Müslümanlıkta da vejetaryen beslenme görülmektedir (Davidson, 2003; Kalantar-Zadeh ve Moore, 2019). Hayvanları kutsal olarak değerlendirdikleri için Eski Mısırlılar da hayvan etinden uzak dururlardı (Hidâyet, 2020: 31).

Sağlık söylemi ile desteklemiş vejetaryenlik ise sadece biyolojik değil, aynı zamanda sosyal ve psikolojik açıdan iyi-oluş temelinde ele alınabilir. 21. yüzyılın endüstriyel kapitalizmi bağlamında insanın yaşam kalitesi de sorgulanmakta ve minimum işlem görmüş doğal ürünlere yönelik talep artmaktadır (McGill, 2009). Çok boyutlu geniş bir kavram olan iyi-oluş, bilişsel ve duygusal boyutta denge arayışındaki bireylerin yaşamlarından tatminlerini fiziksel, sosyal, duygusal, tinsel ve düşünsel açılardan sübjektif değerlendirmelerine ilişkindir (Ares vd., 2015; McMahan, Williams ve Tapsell, 2010). 20. yüzyılın başlarında gelişmiş Batı toplumlarında orta sınıf kadın aktivistler, bir yandan çalışma hayatında adaleti savunurken diğer yandan da National Consumers League (NCL) sertifikası ile çalışanlarına adil davranan işletmeleri “beyaz liste”ye alarak ve ürünlerine “beyaz etiket” vererek alışverişi destekleme kampanyaları başlatmışlardır (Schmelzer, 2010). İyi oluş arayışı, endüstriyel kapitalizmin sadece tüketime sunduğu ürünler bakımından değil, bu ürünlerin üretim süreçlerinin adil olması söylemleri ile de desteklenmiştir. Adil ticaret hareketi, ürün ve hizmetlerin değer zincirlerinde üretilen değerden tüm aktörlerin adil olarak pay alması, iyi-oluşlarının korunması ve sürdürülebilirlik söylemleri üzerine kuruludur (Wright ve Heaton, 2006; Low ve Davenport, 2007).

Vejetaryen söyleme paralel olarak 1970'lerde gelişen ekofeminizm de üretken doğanın, hâkimiyet kurarak yönetmeye dayalı eril zihniyetçe kuşatıldığını öne sürmektedir (Gezgin, 2017). Kadın ve doğanın karşılıklı olarak ilişkili gören ve kadınların fizyolojileri, sosyal rolleri ve psikolojileri nedeniyle doğaya erkekten daha yakın olduğunu öne süren kültürel ekofeminizm, kadınlarla birlikte doğanın özgürleşmesinin politik eylemle mümkün olduğunu öne sürerken, toplumun merkezîyetçi olmayan insancıl topluluklar olarak yeniden yapılandırılmasını amaçlayan sosyal ekofeminizm, insanların tüm tahakkümlerin sonlanmasıyla ekolojik toplumun mümkün olabileceğini ve sosyal ve ekonomik hiyerarşilerin ters yüz edilmesi gerekliliğini öne sürmektedirler (Merchant, 2005; Yıldırım, 2017). Sosyalist ekofeministler, kapitalizmi ve kapitalizmin kadına ve doğaya ham madde gibi bakmasını reddeder (Pierce, 2002).

3. TÜKETİCİ KİMLİK PROJELERİ VE VEJETARYEN TÜKETİM

Modern dönemde bireysel kimlikler baskın olarak ırk, etnisite, cinsel kimlik, din, sosyal sınıf, yaş gibi kategorilere göre sınıflı olarak inşa edilmiştir (Tatum, 2000). 21. yüzyılın modern sonrası döneminde keskin sınırları olan kimliklerin farklılaşması ve sınıfların parçalanması söz konusu olmuş, imajlara dayalı hayal dünyası vadeden medya ve pazarlama söylemi ile tüketim, kimlik tanımlamanın ve sosyal sistemde yer almanın aracı olmuştur. Tüketim kültürü, tüketicilerin, tüketime ilişkin anlam, imaj ve göstergeleri tıpkı bir dil gibi bir yandan

sosyal ilişkide olduğu topluluklar ve kişilerle diyalog ve müzakere içinde bireysel kimliklerini inşa etmek, diğer yandan da sosyal ilişkiler ağı içinde yer almak ve ötekilerden farklılaşmak için sonsuz şekilde tekrar ürettiği kültüre işaret etmektedir (Baudrillard, 1998). İmaj ve gerçeklik arasındaki farklılığı ortadan kaldıran medya aracılığıyla gerçekleşen bu tekrar üretim, sabit anlamların kaybolduğu kültürel ve sosyal yaşamı kuralsızlaştırmaktadır (Featherstone, 2007: 15).

Ürünlerin değişim ve kullanım değeri yerini gösterge değerlerine bırakırken sembolik tüketim öne çıkmaktadır. Markalı bir çanta neredeyse hiç kullanılsa da sembolik olarak tüketimi, daha açık ifadeyle fotoğraf çekilip paylaşılması, konuşulması, ötekilerin bakışların çekmesi, hayallerini süslemesi ile satın alana prestij ve tatmin sağlamaktadır. Bireyler, meslek gibi geleneksel sosyal kategorilerde kimlik inşa etmek yerine tüketim pratiğinin kendisini ve ürünlerin sosyokültürel göstergelerini kullanmaktadır.

Toplumda arzu ettiği kimliği inşa etmek için birey, ürünlerin göstergelerini ve pazaryeri söylemlerini bilmek ve doğru ürünü, yer, zaman ve yöntem olarak uygun zamanda tüketme(me)k durumundadır. Tüketici kimlik projesi ise diğerlerinden farklılaşmayı başarmak için bireyin pazardaki maddi ve sembolik sunuları (tekrar) müzakere etmek yetkinliğine bağlıdır (Larsen ve Patterson, 2018). Sosyal sistem içinde tüketim anlamlarının ve göstergelerinin akışkanlığı, kimlik projelerinin pratiğin sürekliliğinde reflektif olarak sürekli tekrar inşasını ve müzakeresini gerektirmektedir (Giddens, 1984) Tüketiciler, tüketim göstergeleri aracılığı ile bağlamlara göre değişen çok katmanlı akışkan kimlikler inşa ederek çok çeşitli topluluklarda sosyalleşmektedirler (Bauman, 2000). Bu dönemin, bu açıdan özgürleştirici olduğu savunulabilirken (Fırat ve Venkatesh, 1995), diğer yandan bireylerin kendilerini tüketici kimliği üzerinden tanımlaması ile bireyselleşme ve kimliklerin parçalanması söz konusu olmuştur.

Tıpkı diğer tüketim pratikleri gibi, vejetaryen tüketim pratiklerinin kişinin toplumda kim olduğuna ilişkin bir dil olarak kullanılması söz konusudur. Özellikle altında sağlık, çevre ve hayvan hakları korumayı kucaklayan güçlü söylemler yatan ve tinsel ve vicdani yönleri güçlü olması yönüyle (Devries, 2012) vejetaryen tüketim bireyin benlik inşasında önemli yer tutmaktadır. Bununla birlikte, bir yandan ideolojik yapısı diğer yandan da vicdani ve duygusal güdülere dayanması nedeniyle vejetaryen tüketiciler, sosyal sistem içinde inşa ettiği ve iletişim sürecine sokarak sosyal olarak konumlandığı ve farklılaştığı kimlik projesinde vejetaryenliği ön plana çıkarmaktadırlar (Napoli ve Ouschan, 2020). Sadece vejetaryen söylemi geliştirmek ve farkındalık yaratmak değil aynı zamanda hayvani ürün tüketimi yabancılaştırmak amaçlı olarak mücadeleciler ve hatta kimi zaman radikal ve çatışmacı iletişim şekillerine de rastlanmaktadır (Wrenn, 2019).

Bilişim teknolojilerinin ve global sosyal medyanın gelişmesi ile bir yandan tüketiciler kimliklerini ifade edebileceği; fakat diğer yandan farklılıkların çatışma içine girebildiği ortamlar da çeşitlenmiştir. Sosyal medya ile vejetaryen tüketim söylemi duyulur hâle gelse de henüz toplumsal bir trend olmadığını gösteren Mann ve Necula (2020) gibi Hahn ve Bruner (2012) söylemsel olarak mevcut düzeni reddetme değil düzeltme üzerine kurulu olan organik tüketimin bir akımdan pazarlama nişi hâline dönüşmesine rağmen çatışmacı olabilen vejetaryen söylemin hâlen genişleme aşamasında öne sürmektedirler. Sosyal medyanın iletişimi globalleştirmesi ve yaygınlaştırmasının yanı sıra çatışmacı kültüre de zemin

hazırlaması, vejetaryen söylem çevresinde de deneyimlenen aşırıcılığı (Canavan, 2021) ve bir kişiye veya bir şeye zarar vermeye dayalı iptal kültürünü (cancel culture) geliştirmiştir.

4. ARAşTIRMA METODOLOJİSİ

Bu çalışmanın amacı, farklı motivasyonlarla vejetaryenlik türlerini benimsemiş olan Türk tüketicilerinin hayvanların tüketimine bakışlarını, sosyal kimlik, iyi-oluş arayışları ve temel haklar bağlamında keşfetmektir. Araştırma sorusu, vejetaryenlerin tüketici kimliklerinin ve iyi-oluş arayışlarının hayvanların tüketime bakışları temelinde nasıl şekillendiği hakkındadır. Covid-19 pandemi dönemini de kapsayan Ekim 2020-Ocak 2021 arasında kartopu örnekleme ile ulaşılan katılımcılarla yüz yüze ve çevrim içi derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşme sorularından bazıları ve esinlenen kaynaklar aşağıdaki gibidir:

- Vejetaryen olmanızdaki temel güdü nedir? (örn. Jamieson, 2017; Kalof vd., 1999).
- Yemek yemeye dışarı çıktığınızda önceliğiniz vejetaryen restoranlar mı oluyor? (örn. Arnould ve Thompson, 2005; Ariely, 2015).
- Bitki sütü çeşitlerinin artması ve fiyatlarının hayvan sütlerine yakın olması durumunda hayvan sütüne ikame olma ihtimali sizce nasıldır? (örn. Franzese, 2013; Ariely, 2015).
- Eser miktar konusuna karşı bakış açınız nedir? (örn. Adams, 2017; Hitlin ve Pinkston, 2013; Allen vd., 2018).
- Temel haklar ve vejetaryenlik arasındaki bağ için düşünceleriniz nelerdir? (örn. Adams, 2017).
- Küresel fast-food řletmelerinin vejetaryen sečenekler sunması hakkında ne düřünüyorsunuz? (örn. Ritzer, 2020).
- Hayvanlar üzerinde deney yapan şletmelerin zulümsüz ürünler sunmasını nasıl yorumluyorsunuz? (örn. Regan, 2007; Francione, 2008).
- Etsiz Pazartesi kampanyası hakkında ne düşünüyorsunuz? (örn. Laestadius vd., 2013).
- Günlük yaşamda sosyal sorunlar yaşıyor musunuz? (örn. Crenshaw, 1991; Adams, 2017).

Veri toplamak için hazırlanan yarı-yapılandırılmış soru formu, literatürde yer alan çalışmalar temel alınarak ve aynı zamanda sosyal medyada yer alan vejetaryen tüketim paylaşımlarından esinlenilerek oluşturulmuştur. Vegan, ovo-lakto vejetaryen ve bitki temelli beslenen bireylerin tüketimleri arasında farklılıklar da dikkate alınarak görüşmenin akışına göre gereken durumlarda sorular farklılaştırılarak sorulmuştur. On katılımcı İstanbul, İzmir, Ankara, Adana illerinde yaşarken, görüşme sırasında Almanya'ya yeni taşınmış olan bir tüketici ile de görüşülmüştür. İki görüşme yüz yüze olarak Adana'da, vegan sečeneklerin de olduğu bir restoranda yapılmışken Covid-19 pandemisinin hızlanması nedeniyle takip eden dokuz görüşme Zoom, Teams ve Skype uygulamaları üzerinden çevrim içi olarak gerçeleştirilmiştir. Katılımcıların profili Tablo 1'de görülmektedir. Derinlemesine görüşmelerde farklı katılımcılardan birbirine benzer cevaplar alınmaya başlandığı ve sahadan yeni kavram, olgu ve kavramsal ilişkiler çıkmamaya başladığında, diğer bir ifadeyle temaların doygunluğa ulaştığı (Creswell, 2014) durumda sonlandırılmış ve kayıt altına alınan on bir katılımcının verilerine fenomenolojik yaklaşımla ile birlikte betimsel ve sistematik analiz

uygulanmıştır. Toplanan nitel veriler deşifre edilmiş ve her bir deşifre işlemi sonrası, ses kayıtlarının yazılı hâli katılımcılara gönderilip eklemek ya da çıkarmak istedikleri herhangi bir şey olup olmadığı sorulmuştur. Daha sonra verilerin analizi, kodların belirlenmesi ve kodların temalarda birleştirilmesi işlemi gerçekleştirilmiştir. 2020 yılında tüm dünyada salgına neden olan Covid-19 hastalığının getirdiği toplumsal değişimlerin yanı sıra toplum yapısı nedeniyle de bireylerin katılımcı olma konusunda çekimser oldukları gözlemlenmiştir. Gerek pandeminin ilan edilmesi gerekse toplumda hissedilen güvensizlik gibi unsurlar değerlendirildiğinde bireylerin özel algılayabilecekleri ve konuyla doğrudan ilişkili olmayan kişisel bilgilerin sorulmasından kaçınılmıştır. Bulguların geçerliliğini üye denetimi (Guba ve Lincoln, 1989) prosedürü kullanarak denetlemek üzere bulgu ve yorumlar, tekrar iletişim kurmayı kabul eden dört katılımcı ile paylaşılmış ve onayları alınmıştır. Çalışmanın kredibilitesi, ilk yazar tarafından uzun süreli katılım ve gözlem (prolonged engagement) yoluyla sağlanmıştır. Kendisinin de ovo-vegetaryen olması nedeniyle saha öncesi yapılan iç gözlem önem kazanmıştır. İç-gözlem (introspection), araştırmacının düşünceleri ve duyguları hakkında aktif düşünmesi ve olumlu ya da olumsuz önsel yargılarının bilincinde olarak sahada araştırma yapmasıdır (Ellis, 1991).

5. BULGULAR

Tablo 1: Katılımcıların Profili

| | Vejetaryenlik Çeşidi | Cinsiyet | Vejetaryenlik Motivatörü | Yaş | Eğitim | İş | İl |
|------------|----------------------|--------------|--------------------------|-----|---------------|----------------------|----------|
| K1 | Vegan | Kadın | Etik | 26 | Yüksek lisans | Avukat | Adana |
| K2 | Vegan | Erkek | Sağlık ve Etik | 28 | Lisans | Maden mühendisi | Adana |
| K3 | Vegan | Kadın | Etik | 24 | Lisans | Yönetici | İzmir |
| K4 | Vegan | Erkek | Etik | 43 | Ön lisans | Muhasebe uzmanı | İstanbul |
| K5 | Vegan | Belirtilmedi | Etik ve Çevre | 26 | Lisans | Bilgisayar Mühendisi | İstanbul |
| K6 | Bitki temelli | Erkek | Etik ve Çevre | 42 | Lisans | Sahaf | İstanbul |
| K7 | Ovo-lakto | Kadın | Etik ve Çevre | 23 | Lisans | Biyokimyager | İzmir |
| K8 | Ovo-lakto | Erkek | Etik ve Tinsel | 26 | Lisans | Plak koleksiyoncusu | İzmir |
| K9 | Ovo-lakto | Kadın | Etik | 35 | Lisans | Doktor | Ankara |
| K10 | Ovo-lakto | Kadın | Etik | 27 | Lisans | Data Analisti | İstanbul |
| K11 | Ovo-lakto | Kadın | Etik ve Sağlık | 28 | Lisans | Muhasebe uzmanı | İstanbul |

5.1. Hayvanların Nesneleştirilmesi ve Zulmedilmesine Karşı Olma Teması

“Et” sözcüğü temelde hayvandan elde edilen besin parçaları için kullanılmakta ve hayvanların varoluşu et olarak nesneleştirilince adları ile gövdeleri yok edilir (Adams, 2017). Baudrillard’a (1994: 139) göre, geçmişte mitolojilerin kutsal gördüğü hayvanlar, günümüzde ırkçılığa paralel bir mantıkla, deney hayvanı ve et ya da sevecenlikle beslenen evcil hayvanlar, “başkalaşımın görüntüsü” hâline gelmiştir. Katılımcılar “*aşağılık bir yaratık (K1 Vegan)*” olarak görülen hayvanların “*insanlara hizmet etsin diye var olan (K9 Ovo-lakto vegetaryen)*” nesnelere olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Bulgular, et kavramının öncelikle kırmızı etle ilişkilendirildiğini, balık ve tavuk eti ile et suyu gibi hayvan ürünlerinin et yememe davranışı

dışında algılandığını ve bitki temelli gıdaların et yanında sunulan ürün olarak görüldüğünü göstermektedir.

Katılımcıların vejetaryen tüketim tercihlerini yönlendiren temel temalardan biri, hayvanlara yapılan zulümdür. Hayvanların öldürüldüğü, zulüm gördüğü ve deneylerde kullanıldığı ürünleri reddeden katılımcılar PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) ve Ekşisözlük gibi platformların verdikleri bilgilere göre hareket etmekte ve sosyal medya aracılığıyla ürünlerin hayvan refahı kriterlerine uygunluğunu kontrol etmektedirler. Tüketim ideolojileri, Canavan'ın (2021: 27) işaret ettiği gibi spesifik değerlere dayalı tüketim ile tüketmeme (non-consumption) üzerine kuruludur. Tüketmeme ise bir yandan vejetaryenlik tipine göre değişen şekilde hayvan hayatını ve refahını zedeleyen ürünleri tüketmemeyi kapsamaktadır. Spesifik değerler, bu tema özelinde öncelikle zulümsüz üretilmiş ürünlerin tercihini kapsamaktadır. *Ovo-lakto vejetaryen K7'nin* ifadesiyle "ikinci tercih olarak *veganlığın bakan*" ve bitki-temelli olsa da hayvan deneyi ile üretiliyorsa satın almayan tüketiciler için her iki kriteri karşılaması ürünü alternatifleri arasında öne çıkarmaktadır. Bitkisel içerikli ürün, zulümsüz olduğu anlamına gelmediğinden katılımcılar, *ovo-lakto vejetaryen K11'in* aşağıdaki ifadelerinde görüldüğü gibi, bitkisel ürünler ile hayvan deneyine dayalı ürünler arasında ikilem yaşamaktadırlar. Katılımcıların bazıları bu ikilemi ahlaki kısa yol olarak işlev gören etiket ve sertifikaların (Sheehan ve Lee, 2014) olduğu ürünleri tercih ederek çözmektedirler. Bu etiket ya da sertifika olmadığında ise sosyal medya bilgi kaynağı olarak kullanılmaktadır. Global erişim sağlayan sosyal medyanın tüketiciyi güçlendirdiği (Strähle ve Gräff, 2017) ve zulümsüz tüketimi daha olanaklı kıldığı söylenebilir (Silva vd., 2021).

K1 (Vegan): Hayvan deneyi yapan ürünleri vegan değilken de kullanmıyordum, tamamen deneysiz ürün tercih ediyordum. Yves Rocher'in çalışanları ile görüştiğimizde... hayvan deneyi yapmadıklarını söylüyorlar; ama PETA'nın sitesine bakıyorum hayvan deneyi yapıyor görünüyorlar.

K3 (Vegan): Kozmetikte tavşanlar, fareler çok kullanıldığı için buna çok dikkat ediyorum. PlayStore'daki uygulamalardaki markaları araştırıyorum, işte Ekşisözlük'te okuyorum... Mesela; ben saçımı çok boyayan biriyim; bu yüzden organik şeyler hep bakıyorum. Kuaföre gidemiyorum; çünkü kuaförler içeriklerini bilmiyorlar. Deterjan; A101'de var vegan olanları, onları kullanıyorum. Hatta annem "yumuşatmıyor, etmiyor bundan alma" diyor. Ben kendi çamaşırlarımı [ayrı] yıkıyorum. Hayvansal gıda olmayıp zulüm içerirse ...asla almam..

K11 (Ovo-lakto Vejetaryen): Ben ilkten bu şekilde düşünüyordum; "Vegansa zaten "cruelty" yoktur bunda, bunları alayım". Ama sonrasında fark ettik ki...bazıları vegan ürün olup da "cruelty-free" olmuyor...canlılara zulüm olayı , testler devam ediyor. Ama eğer dediğim gibi farklı bir alternatifi yoksa vegan olup da "cruelty-free" olup olmadıklarından emin olmadıklarımı da alıyorum maalesef.

Hayvanların nesneleştirilmesi ve zulmedilmesine karşı konumlanan vejetaryen tüketiciler, hayvan ürünlerinin diğer ürünlerde eser miktarda dahi bulunmasına karşı tutum içindedirler. Ancak bu karşıtlık, vejetaryen tüketiciler arasında farklılıklar içerebilmektedir; hayvan etinin eser miktarda bulunmasına karşı olma durumu, doğrudan can alma sorunu olmadığından süt ile yumurta için kısmen esneyebilmektedir. Vejetaryenliğin temelinde merkezi sinir sistemi olan hayvanları öldürmeye karşıtlık söz konusu olduğu için tutumlardaki değişkenlik ideolojik duruştan kaynaklanmaktadır; kısıtlayıcı görülebilen veganlığa karşın vejetaryenlik

hayvanların zarar görmesini azaltmanın daha pratik bir yolu olarak da görülebilmektedir (Ruby, 2012). Diğer yandan zulümsüz ürün bağlamında eser miktar olgusuna tamamen ya da kısmen karşı olsalar da katılımcılar, Türkiye pazarında bu sorunu pratikte baş edemeyecekleri bir durum olarak değerlendirmektedirler. Hâlen Almanya’da yaşayan K5 (Vegan), bu durumu “Türkiye’de biraz el mahkûm hissediyordum” şeklinde açıklamaktadır.

K6 (Bitki Temelli): Vejetaryen olduktan sonra paketli hazır gıda ürünü, özellikle çikolata, bisküvi tarzında ürünleri zaten [pek] tüketmiyorum. [Aldığımda da] içindekiler kısmına bakmıyorum bile... Çok fazla önemsemiyorum onu; çünkü eser miktar gerçekten çok eser miktarda hani hayatta zaten farkına varmadan o eser miktarların çok üzerinde hayvansal ürünler de alıyoruzdur, fark etmeden. Onun için eser miktarın benim için çok bir ehemmiyeti olmuyor.

K3 (Vegan): Bazen canım böyle çok bisküvi yemek istiyor...Erkek arkadaşım alıyordu mesela. Diyordu ki “İçinde bir şey yok, onlar yazma gereği hissediyorlar yani yazıyorlar öyle”. Ben yine de yemiyordum. Bence illaki içinde süt tozu vardır, bundan eminim.

5.2. Temel Haklar, Sağlık ve Çevre Temaları

Bulgularda temel haklar, sağlık ve çevre söylemleri palm yağı ve bitki sütü gibi alt temalar bağlamında ortaya çıkmaktadır. Gıda, hayvan yemi ve yakıt olarak kullanılan bitkisel yağın global yıllık talebinin yaklaşık %40’ını oluşturan palm yağının üretimi için ormanlar yok edildiğinden talebin tarımsal genişleme yoluyla karşılanma yoluna gidilmesi biyoçeşitlilik, gıda güvenliği, iklim değişikliği, arazi bozulması ve geçim kaynakları üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır (Meijaard vd., 2020: 1418). Bulgular, palm yağına karşıtlığın ormanla birlikte hayvanların da yok edilmesi, palm yağı üretim sürecinde çocuk işçi çalıştırılması ve sağlığa zarar söylemine dayandığını göstermektedir. Gerek insan gerekse hayvan hakları, gerekse sağlık ile çevre etkisi nedeniyle karşıt olunan palm yağının tüketiminden kaçınmaksa yiyeceklerin içinde fark edilmesi zor olan, fark edilebildiğinde bile gıda, bakım ve temizlik ürünlerinde yaygın kullanımı nedeniyle çok kolay değildir. Ayrıca, Teng vd.’nin (2020) çalışmasına benzer şekilde bulgularda kolay ve ucuz hammadde olarak palm ürünlerini tercih ederek temel haklar, sağlık ve çevre boyutlarında zarar veren kâr odaklı kapitalist sistemin eleştirisi de öne çıkmaktadır.

K6 (Bitki Temelli): Bildiğim kadarıyla çevresel etkileri var, hayvanların yaşam alanlarına etkisi var, çocuk işçi çalıştırmayla ilgili konular vardır...O tür ürünleri zaten tüketmiyorum. Ama çok fazla dikkat ettiğim bir konu da değil. Zaten hani veganlıktan ziyade palmün kanserojen şeyi daha önemli.

Yüksek fiyat nedeniyle aile bütçesinde önemli yük getirdiği için fedakârlıklarla ve kampanya döneminde ya da “ara sıra” alınabilen bitki sütünü bazı katılımcıların evde kendilerinin üretmeye çalıştığı ancak sürdürmekte zorlandıkları bulunmuştur. Kâr odaklı kapitalizmin insan, çevre ve sağlığa zarar vererek üretim yapması eleştirilse de tüketimi arzu edilen ama yüksek fiyatlarının ulaşılabilir kıldığı bitki sütü için katılımcıların endüstriyel üretimi desteklediği görülmektedir.

K10 (Ovo-lakto Vejetaryen): Hayvan sütünden daha çok seviyorum bitki sütlerini. Şu anda eve alırken hala almaya çalışıyorum. Ev arkadaşım işsiz kaldı, bir süre alamadık. “40 lira vereceksin süte” diyemedim işsiz kaldığı için. Ama kendi diyordu “İş bulunca gene geçelim,

gene böyle beslenmeye devam edelim” diye...Çevresel şartlar, koşullar, böyle şeyler [etkiliyor].

K11 (Ovo-lakto Vejetaryen): Normalde fiyatı 30 lira olduğu için istesenez de bunu almak biraz zor geliyor. Her gün yani bir hafta 1 litre ya da 2-3 günde 1 aldığımızı düşünseniz çok fazla maliyeti oluyor. Ben bir ara evde yapıyordum öyle olduğu için. Bademi alıyorum, işte sütünü yapıyorum, kalanıyla peynir yapıyordum. Ama bunu bir şekilde endüstri haline getirip buradan da bir şekilde kazanç sağlamaya çalışsalar, benim gibi birçok kişi alıp bu şekilde kullanımını yaygınlaştırır. Sağlıksal nedenlerden dolayı zaten süt tüketimini yapmayanlar da insanlar da var.

Bulgular, temel hakların sadece insan hakları olarak görülerek hayvan haklarının hiçe sayıldığı ve nesne olarak görülen hayvanlara zulmün olağan görülmesi nedeniyle toplumsal adaletin olmadığı söylemlerini içermektedir. Modern hiyerarşik toplumda beyaz, heteroseksüel ve erkeklerin, zayıf görülen renkli tenli, LGBT+ ve kadınlar üzerinde sosyoekonomik güç kazanması ve tahakküm ve bağımlılık ilişkileri söz konusudur (Benton, 1993). Görece zayıf görülen insanlar ve eşya olarak görülen hayvanlar üzerindeki tahakküm, toplumsal eşitsizlikler ve adaletsizlik yaratmaktadır (Jones, 2015).

K11 (Ovo-lakto Vejetaryen): İnsan hakları, kadın hakları, işçi hakları, LGBT hakları çok düşünülüp korunmadığı için hayvan haklarını önemsememelerini ya da korumamalarını çok garipsemiyorum bu toplumda...Hayvanlardan daha üstün gördükleri insanların haklarını bile gözetmezken, hayvanların haklarını gözetmemeleri bana maalesef çok bir acı şekilde çok garip gelmiyor.

K9 (Ovo-lakto Vejetaryen): Ayrımcılığa hayatın her alanında maruz kalıyoruz: illa ırk, dil, din olmasına gerek yok, cinsiyet ayrımcılığı da dahil...Bu yüzden açıkçası Amerika'daki o kast sistemine insan olarak nasıl tepki gösteriyorsa, vejetaryenliği seçerek de aslında “doğadaki besin zincirinin en tepesinde insan vardır ve geri kalan her şey ona hizmet eder” düşüncesine de aynı şekilde karşı çıkıyor; o yüzden vejetaryen oluyor, diye düşünüyorum.

Ekofeminist söylemle katılımcılar, toplumsal adalet ve temel haklar mücadelesinde hayvan haklarının ihmal edilen alan olduğunu belirtmektedir. Hayvanlara karşı türçülük olarak tanımladıkları tutumlara karşı *K4 (Vegan)*'ün ifadesiyle “Her canlı için adalet”i savunmaktadırlar. Türçülük, bireyin türü nedeniyle farklı ahlaki statüde görülmesi ve davranılmasıdır; bu açıdan ırkçılık ve cinsiyetçiliği de kapsayan türçülük, hayvanlara insandan farklı ve çeşitli tür hayvanlara da birbirlerinden farklı statüler atanmasını da ifade etmektedir (Caviola, Everett ve Faber, 2019). Örneğin; evcil hayvanlara yaban veya besi hayvanlarından farklı davranılması da türçülüktür.

K10 (Ovo-lakto Vejetaryen): Türçülük işte bu... Hepsi aynı temelden geliyor. Aslında bence böyle dümdüz bakınca, ırkçılıktan bir farkı yok türçülüğün. Yani “İnsanlar üstündür” demenin “Beyazlar üstündür” demekten çok da bir farkı yok.

5.3. Ötekileştirilme ve Tüketici Kimliği Teması

Vejetaryenler sosyal çevrede diğer insanlarla ve özellikle de aile ilişkilerinde vejetaryen tüketim nedeniyle baskılara varan sorunlar yaşayabilmekte (Jabs, Sobal ve Devine, 2000) ve hatta tüketici kimlikleri görmezden gelinebilmektedir. Örneğin; vejetaryen tüketimi seçmiş katılımcılar, aile üyelerinin sevgi gerekçesi ile et suyu gibi ürünlerini vejetaryen olan kişiye tükettirmeye çalışmasının baskısı altındadırlar.

K11 (Ovo-lakto Vejetaryen): Yemeklere mesela anneannem kemik katar. “Anneanne içine bir şey kattın mı?”. Anneannem “Yok kızım, et yok içinde”. Halbuki içinde kokuyor: kemik koyuyor. Gittiğimiz yerlerde bunun sıkıntısı oluyor; çorba içiyorum, et kokusu geliyor. Diyorum ki “Et yemiyorum özellikle, [başka] ne var?”. Bana mesela önerdiği çorba var, çorbanın içerisine kemik suyu, et suyu, tavuk suyu ve benzeri şeyleri ekliyorlar. O yüzden birkaç kere sorgulamak zorunda kalabiliyorsunuz.

K6 (Bitki Temelli): İşte “Yemeğe nereye gideceğiz?” sorusuna işte “Ben et yemiyorum artık” dediğimde “Tamam, o zaman kıyma yersin”, “Kırmızı et yemiyorum” dediğimde “Tavuk yersin”, “Tavuk da yemiyorum” dediğimde “Balık yersin” gibi [cevaplar verilmesi] benim için kırılma noktasıydı. “Salata yiyorum” dediğimde “Salata zaten hani yemeğin yanında veriliyor” [deniliyor]. Bu tepkileri almak değişik gelmişti bana o zaman.

Rothgerber (2017: 29), aile içinde ve bayramlarda et yiyenlerin geleneklerin reddedilmesi nedeniyle tepki gösterebildiklerini belirtmektedir. Mevcut çalışmada aile içi ilişkiler söz konusu olduğunda tüketimi etkilemeye yönelik yukarıda bahsedilen açık ya da örtük etkileme girişimleri, bu girişimler başarısız olduğunda vejetaryenliği seçeni ötekileştirmeye kadar varmasa da kişiyle “dalga geçilebilmekte”dir.

K10 (Ovo-lakto Vejetaryen): Aile tarafından kışkırtmaya çalışıyorlar, o benim biraz sinirimi bozuyor işte. Biz bir de köyde yaşadığımız için kalabalığız. Benim kararına karşı “bunu da yeme, şuna dokunma” falan, böyle agresif davranıyorlardı. “Bunu yiyemezsin” diyerek önümden geçiriyor, mangal falan yakıyorlardı yanımda...Arkadaş çevremden görmedim; ama ailem tarafına böyle şaka adı altında şeylere maruz kaldım yani.

Hayvan etinin bulunması bir yana, bunların temas ettiği yerlerde üretilmiş ürünlerin sunumu vejetaryenleri sadece rahatsız etmekle kalmamakta, sosyal kimliklerine saygısızlık olarak değerlendirmektedirler. Süt ve yumurtanın eser miktarlarının vejetaryen ürünlerde bulunma sorunu konusunda değişken tutumlar gösteren katılımcılar söz konusu olanın hayvan eti olduğunda çok daha olumsuz tutum göstermektedirler. Hayvan öldürülmesinden dolayı süt ve yumurtadan daha güçlü sembolik anlamları ile sosyal olarak yapılanmış olan et tüketim pratiği, basit bir diyet seçiminin ötesinde vejetaryenlerin yaşam tarzlarını belirleyen ideolojilerinin ve sosyal kimliklerinin temelidir (örn. Rothgerber, 2017; Jabs, Sobal ve Devine, 2000).

K3 (Vegan): Tüketmem; çünkü bunu yaşamıştık... Bisquitte’in vegan menüsü yoktu, sonradan vegan menüleri çıkardı. Garsona falafel sipariş vermiştik. Kız arkadaşım falafel ve yanındaki ekmeği nasıl diye sormuştu. [Garson] ızgarada piştiğini söylemişti. Biz kabul etmemiştik; çünkü o ızgarada köfte de oluyor, kıyma da oluyor. Bu bir nevi saygısızlık. Ben bunu kabul etmem, zaten kız arkadaşım da kabul etmemişti.

Normatif inançlara aykırı ideoloji ve sosyal temsiller, heterojen toplumlarda stereotipleştirilmekte ve ötekileştirilmektedir (Hogg ve Abrams, 2006). Gerek ideoloji gerekse pazaryerinde ürün erişilebilirliği açısından sorun yaşayan vejetaryenlerin pazaryerinden dışlandığı öne sürülebilir. Ekonomik ve sosyal bir olgu olarak pazaryerinden dışlanma, meşru tüketici olarak görülmeyen birey ve toplulukların pazarın diğer tüketicilere sunduğu kaynak ve fırsatlardan uzak tutulmasıdır (Saren, Parsons ve Goulding, 2019: 476). İzolasyon ve yabancılaştırmaya varabilen dışlama yaş, ırk, engellilik, fiziksel görünüm, toplumsal cinsiyet, cinsel yönelim, yoksulluk gibi birçok faktöre dayalı olarak deneyimlenebilmektedir. Örneğin; Temmuz 2022’de Türkiye Vegan Yaşam Kampı, “ayrımcılık karşıtı olma ilkesi nedeniyle”

karşıt görüşlü iktidar tarafından engellenmeye çalışılmıştır (Mengü, 2022). Aynı şekilde, Haziran 2022’de bitkisel ürünlerden elde edilen peynir alternatiflerine “peynir” denilmesi, aldatma olarak değerlendirilerek yasaklanmıştır (Timur, 2022). Aşağıdaki alıntılar baskın normlara uymayanların dışlandığını ve “sindirilebildiğini (K11 Ovo-lakto vejetaryen)” göstermektedir.

K2 (Vegan): [Ötekileştirme] vejetaryenlik dönemimde olmuştum. Okulda bir teknik geziye gitmiştik. Hocalarıma da belirtmememe rağmen dedim “Bu şekilde ben vejetaryen besleniyorum o yüzden orada bir hayvansal ürün olursa ben yiyemem”. “Tamam” dediler, “Biz senin için sandviç yaptırırız, orada onu yersin”. Sandviç yaptırılmıyolar, lahmacun vardı menüde ve müthiş yorucu bir geziydi. Eve çok bitkin şekilde döndüm... Ondan sonrasında o bana akıl kârı oldu diye kendi yemeğimi hazırlayarak gittim o tür yerlere.

K11 (Ovo-lakto Vejetaryen): Sürekli onların duymak istemediği bir şeyi söylemek zorunda kalıyorsunuz. Sürekli “Niye bunu yiyorsun?”, “Niye böyle yapıyorsun?” İnsanların sürekli sorgulama durumu oluyor garip bir şekilde. O nedenle, toplumda böyle garip bir şekilde dışlanmamak için çok konuşmuyorum...İş yemekleri bizim genelde kebabçıda yapılıyor. Öyle bir gariplik oluyor. Arada da sivriliyorsunuz. Bazen kaynıyorsunuz, göz ardı ediliyor... Hayır, sizin yaptığınız daha iyi, [ama] onlara bir şey söyleyememek ya da onların size laf etmesine bir şey söyleyememek daha garip kalıyor.

Tarihi olarak zengin seçkinler ete fakirlere göre rahat ulaşabilirken dini mezheplerin, özveri ve manevi arayış duygusuyla et tüketiminden kaçınması, etin sosyoekonomik ve sembolik boyutlarına işaret etmektedir (Aboelenien ve Arsel, 2022). Eti, tarihi bir ikon olarak irdeleyen Aboelenien ve Arsel (2022), etin, tarihi olarak avcılık süreçleri ile üretimi etrafındaki cinsiyetçi işbölümünün bir sonucu olarak hala erkeklikle ilişkilendirildiğini öne sürmektedirler. Vejetaryenliğin sağlıksız olduğu yönündeki çevre baskısı, tüketicilerin toplumsal cinsiyet kimliklerine göre de değişkenlik göstermektedir. Feminin bir davranış olarak görülen bitkiyle beslenme kadınlar için daha “uygun” değerlendirilirken erkek cinsiyet rolleri ile ilişkisiz görülmektedir (Rothgerber, 2013; Caviola vd., 2019). *K4 (Vegan)’ün* ifadesiyle “Erkek dediğin güçlü olmalı, heybetli olmalı” ile “Doğular et sever” söylemleri, Türkiye’de, özellikle de doğuda, et yemenin erillikle ilişkilendirildiğini göstermektedir. Feminist literatürün kazandırdığı kesişimsellik (intersectionality), farklı sosyal kimlikleri aynı anda barındırmanın, bireylerin deneyimlerini farklılaştırdığı önermesi üzerine kuruludur (Shields, 2008; Crenshaw, 1991). Tıpkı beyaz, heteroseksüel ve evli kadınlara göre siyahi, lezbiyen ve boşanmış kadınlara farklı davranılması gibi erkek vejetaryenlerin, kesişimsel kimlikleri nedeniyle daha fazla ötekileştirildiği görülmektedir. Doğulan kültür ve sporcu kimliği de kesişimsel kimliklerdir. Kadınların hamilelik dönemi için vejetaryenliğin sağlıksız seçenek olacağı da kadının üreme rolüne ilişkin eril söylemi göstermektedir.

K3 (Vegan): Erkek arkadaşlarımla genelde konuştuğumda “kızım sen et yemesen de olur... Senin kasların zaten ne kadar gelişebilir; ama benim öyle değil”, “Ben sporcu adamım, benim et tüketmem lazım”. Kadınlar vegan olarak beslenebilir; ama erkekler beslenemez diye bir ayrımcılık yapıyorlar.

K1 (Vegan): Kadın kimliği ya da toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden düşünürsek aslında benim ilk vegan olduğumda şöyle bir şeyler duymuştum ben: “Evleneceğin kişi vegan olmazsa n’olacak, nasıl yemek yapacaksın?”. Ben ona yemek yapmak zorunda mıyım?...“Hamile kalacaksın n’olacak? Çocuğun ölür.”. Neden ölsün? Şey gibi böyle “erkek vegan olabilir,

sonuçta çocuk taşımayacak; ama sen çocuk taşıyacaksın vegan olamazsın. İki yönden saldırıyor; hem veganlık hem cinsiyet üzerinden.

Sosyal kimlik teorisi, kimliklerin sosyal olarak yapılanması ve konumlanması üzerine kurulu olup, sosyal gruplar arası olduğu kadar grup-içi davranışlara da odaklanmakta ve bireylerin bir diğerine farklı sosyal grubun üyesi olarak davranmasını da incelemektedir (Hogg ve Abrams, 2006). İdeolojileri ve kişisimsel kimlikleri ile vejetaryenler, vejetaryen olmayanlarca ötekileştirilebilirken, “fazla inanan” aşırı vejetaryenler de olmayanları ötekileştirebilmekte ve hatta grup içi çatışmalara girmektedirler. Katılımcılar, diyet olarak vejetaryenliğin ötesine geçen vejetaryen ideolojinin şiddet karşıtlığını (Hahn ve Bruner, 2012) işaret ederek vejetaryen olmayanlara karşı ve vejetaryenler arası çatışmaları, *K2 (Vegan)’nin* ifadesiyle, “*faşizan yaklaşım*” ve “*şov*” bağlamında değerlendirmektedir. Karşı söylemlerle sürekli mücadele içinde yaşayan ve azınlık olan vejetaryenlerin, gruplar arası olduğu kadar grup-içi sosyal ilişkilerinde ideolojileri ile ikilemlerle çatışmacı kültür geliştirmesi söz konusu olabilmektedir (Buttny ve Kinefuchi, 2020).

K1 (Vegan): Bir kısım vegan da sanki tamamen na-veganlarla aynı kefeye koyup aynı şekilde linçliyor onları. Bana hiç doğru gelmiyor bu açıklaması. Vegan olmalarına rağmen kendilerinde çok büyük bir ego olduğunu fark ettiğim için... Beni rahatsız eden bir diğer özellikleri de aşırı keskin olmaları. Acayip bir linç kültürüyle yaklaştıkları için beni çok rahatsız ediyor. O yüzden mümkün olduğunca [onlarla] çok fazla iletişim kurmuyorum.

K10 (Ovo-lakto Vejetaryen): Radikal şeyler böyle “İşte sen katilsin, bilmem nesen” beni itmişti. Ben de o yüzden insanlara öyle davranmak istemiyorum. Biraz daha “supportive [destekleyici]” bir tavır takınıyorum aslında.

5.4. Kapitalist Pazara İlişkin Temalar

Vejetaryen ideolojinin iç içe geçtiği temel haklar, sağlık ve çevresel söylemleri ile katılımcılar kapitalizmi hedef alsalar da, bitki sütünün endüstrileşmesi isteğinde olduğu gibi eleştirel yaklaşımları, genel olarak, anti-kapitalizm boyutuna ulaşmamaktadır. Kapitalizmin gücünün farkında olan ve *K11 (Ovo-lakto Vejetaryen)’in* ifadesiyle “*kazandıkları getiriden vazgeçmek istemeyecekleri*”ni düşünen katılımcılar, olumsuz yönlerinin ancak insanların bilinçlenmesi ile düzeleceğini düşünmektedirler. Et pazarını irdeleyen McMullen (2016) da benzer bir tutumla etik alternatiflerin rekabetçi fiyatlandırılmasını, etik ürün inovasyonunu ve tüketicilerin seçimlerinde gerekli bilgilere sahip olmasını teşvik eden kurumların ve düzenlemelerin inşası “etik tüketici kapitalizmi”ni önermektedir.

K9 (Ovo-lakto Vejetaryen): Seçimlerimizin hepsinde kapitalistin düzenin etkisi var. Hem tüketimle beraber dünyaya zarar verme, hem de ürettiklerimizle, atıklarla dünyaya zarar verme aşamasındayız...Ama insanların seçimlerini bu şekilde despotizmle yönlendirmek çok zor olacak, bilinç düzeyine özellikle ulaşması lazım insanların.

Kapitalizmin globalleşmesinin göstergesi olarak gösterilen ve et tüketimini artırdığı öne sürülen (Hansen, 2018) fast-food zincirlerinin pazarlama faaliyetleri ile baskın olarak hayvan zulmüne karşı vejetaryen bir ülke olan Hindistan’da bile özellikle orta sınıfın ve genç jenerasyonun et yemeyi kozmopolit tutum, yüksek gelir ve eğitimle ilişkilendirdiğini belirtilmektedir (Bajželj ve Bothra, 2016). Bununla birlikte, kapitalist pazar yapısı değişen tüketici kimliklerine uygun tüketim seçenekleri ve kültürel senaryolar da sunmaktadır (Arnould ve Thompson, 2005: 871). Tüketicilerin vejetaryen kimlik projelerinin

yaygınlaşması ile pazar genişleterek vejetaryen seçimleri menülerine ekleyen fast-food zincirlerine karşı olan tutum, çapraz bulaşma kaygısı ve et ürünlerini de sunmaya devam etmeleri nedeniyle bazı katılımcılar açısından olumsuz olmaya devam etmektedir.

K3 (Vegan): Aslında artık bu yöne evrilmeleri, bu yönde kendilerini geliştirme, insanlara bu pazarlamayı sunmaları, bu ticarete girmeleri, evet, hoş. Veganlığa, vejetaryenliğe yönlendirmek güzel; ama [ben] tüketmem. Dediğim gibi bana orada vegan bir hamburger hazırlarken yan tarafta işte kıymalı, dana etli, tavuklu bilmem ne yapılıyor. Ben tüketmem. Ama tüketene de bunun açıklamasını yaparım, tüketene de saygı duyarım yani duymaya çalışırım elimden geldiğince.

K7 (Ovo-lakto Vejetaryen): Burger King'de vejetaryen bir menü vardı. Onu keşfettiğim zaman birkaç sefer yemiştim. Ama sonra yedikten sonra kendi kendime şunu düşündüm; yani hayvan sömürüsüne bu kadar ortak olan uluslararası bir şirket. Tamam, vejetaryen menü sunmuş, ama ben onu satın alarak sanki kendimi ona daha da çok destek olmuş gibi gördüm. O sömürüye ben de katkıda bulunmuş gibi hissettim.

Vejetaryenlerin pazar görünürlüğünün artması, endüstriyel üretilmiş ürünlerin yaygınlaşması ve fiyatların düşmesinden faydalanılması gerektiğini düşünen diğer bazı katılımcılar ise bu olumsuz tutumun tam tersine vejetaryen ürün pazarının genişlemesi için fast food zincirlerinin menüler çıkarmasını desteklemektedirler. Katılımcılar, global bir endüstrinin vejetaryen ürünler çıkarmasının farkındalığı artıracak ve vejetaryenliği de yaygınlaştıracak olduğunu düşünmektedirler. Bu ürünleri destekleyerek fast-food zincirlerini adeta vejetaryenleştirmektedirler. Tüketicinin iyi-oluşlarını sağlıkları ile aktif olarak ilgilenerek geliştirmesinin pazar ve kaynak koşullarına bağlı olduğunu belirten Chen vd. (2021), subjektif iyi-oluşun pazardaki birçok aktörün ortak yaratım (co-creation) süreçlerinin çıktısı olduğunu öne sürmektedirler. Tüketicilerin vejetaryen pazarı desteklemesi ile bir yandan hem ideolojilerinin global pazarlarda yaygınlaşması hem de üreticilerin ürettiği sağlıklı ve ucuz ürünlerle kendi iyi-oluşlarını ortak yaratmaları söz konusudur.

K10 (Ovo-lakto Vejetaryen): Bir şekilde bunların [vejetaryen ürünlerin] ben yaygınlaşması gerektiğini düşünüyorum. Yaygınlaşması için de bu tarz ürünlerin biraz "commercial [ticari]" olması gerekiyor. Daha çok insan bu diyeteye geçince diğerinin tüketiminin azalacağını düşünüyorum. Biraz arz-talep meselesi. Bunlara talep arttıkça diğer tarafın üretiminin azalacağına inanıyorum. O yüzden ne kadar görünür, yaygın olursa o kadar iyi olurmuş gibi geliyor bana. Ulaşılabilir olması için de her yerde vegan kafe yok; ama her yerde Burger King var. Yani ben seçebiliydim bence. Et yemek istemediğimde çok orta böyle şey bir yerde aç kalabiliyorsun gerçekten.

K8 (Ovo-lakto Vejetaryen): Burger King'den arada "bean burger" yiyorum. Şimdi PETA falan bunları hep destekliyor; McDonald's vegan seçenekler sunmaya galiba 2017'de başladı Büyük çaplı zincirlerin böyle seçenekler sunması farkındalığı arttırmak için çok güzel. Bir de seçeneklerimiz az olduğu için yine iyi geliyor bana. Bir ikilem yaşadığını düşünmüyorum. Çünkü yavaş yavaş bunların [fast food zincirlerinin] da geçmesi gerek. Hindistan'da mı ne McDonald's "full" vegan mı açmıştı bir restoran?

Kapitalizmin vejetaryen tüketimi hedefleyerek pazar geliştirme çabalarının bir diğeri olan Etsiz Pazartesi kampanyasına ovo-lakto vejetaryen katılımcılar olumlu yaklaşırken vegan katılımcılar olumsuz yaklaşmaktadır. Canavan (2021)'ın da işaret ettiği gibi vejetaryen söylem içinde en serti olan vegan söylemdeki katılımcılar bu kampanyanın kendileri için

anlamsız olduğunu düşünseler de diğer tüketicilerde farkındalık yaratarak “vegan dünyaya adım” atmalarını sağlaması yönüyle ve *K6 (Bitki Temelli)*'nin ifadesiyle “*hayvanın canı kurtuluyorsa bu süreçte o bile bir şeydir*” diye düşünerek aşırı pozisyon almamaktadırlar.

K3 (Vegan): Haftanın bir günü, mesela bana bu saçma geliyor. Belki bu vejetaryenlik için bu bir ilk adım olabilir; ama onu Pazartesi, Salı [günlerine] yaymak da mantıklı... Keşke 7 gün de hani tek et değil de süt yumurta, ayran, yoğurt, keşke hepsi böyle devam edilebilse. Tek gıdada değil vejetaryenlik. Veganlık çok daha geniş çapta, kıyafette de kozmetikte de cilt bakımında da böyle.

SONUÇ

Bu çalışma farklı motivasyonlarla vejetaryenlik türlerini benimsemiş olan Türk tüketicilerinin hayvanların tüketimine bakışlarını, sosyal kimlik, iyi-oluş (well-being) arayışları ve temel haklar bağlamında keşfetmektir. Nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşmelerle elde edilen veriler, fenomenolojik yöntem ile analiz edilmiştir. Diyet tercihi olarak hayvan eti ve ürünleri tüketmemenin ötesinde vejetaryen ideolojiyi benimsemiş tüketiciler, etik, tinsel, sağlık ve çevre koruma güdülerini ile vejetaryenliği içselleştirerek sosyal kimlik inşasında kullanmakta ve kim olduklarına ilişkin tüketim göstergelerini iletişim ve müzakeresinde sürecine sokarak sosyal olarak konumlanmakta ve farklılaşmaktadırlar. Bulgular, Türk vejetaryen tüketicilerden oluşan katılımcıların kim olmak ve kim olarak görülmek istediklerine ilişkin kimlik projelerinde kullandıkları vejetaryen söylemin psikolojik ve fiziksel sağlık, çevre koruma, insan ve hayvan hakları, eşitlik ve adalet, kısaca iyi-oluş (örn. Ares vd., 2015) arayışlarındaki önemine işaret etmektedir.

Katılımcılar hayvanların “insanlara hizmet etsin diye var olan” nesnelere olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Bulgular, et kavramının öncelikle kırmızı etle ilişkilendirildiğini, balık ve tavuk eti ile et suyu gibi hayvan ürünlerinin et yememe davranışı dışında algılandığını ve bitki temelli gıdaların et yanında sunulan ürün olarak görüldüğünü göstermektedir. Katılımcılar, aile üyelerinin sevgi gerekçesi ile et suyu gibi ürünlerini vejetaryen olan kişiye tükettirmeye çalışmasının baskısı altındadırlar.

Katılımcıların vejetaryen tüketim tercihlerini yönlendiren temel temalardan biri “aşağılık bir yaratık” ve nesne olarak görülen hayvanlara yapılan zulümdür. Bulgular, katılımcıların vejetaryen tüketim ideolojisinin hayvan hayatını ve refahını zedeleyen ürünleri tüketmeme, hayvan refahını korumaya dayalı tüketime dayalı olduğunu, hiyerarşik ve ataerkil kapitalist ideolojinin yerine toplumsal adaleti öncelleyen etik tüketimcilik üzerine kurulu olduğunu göstermektedir. Hem değere dayalı tüketim hem de tüketmeme temaları global vejetaryen tutumlarıyla paraleldir (örn. Grappe vd., 2021; Sheehan ve Lee, 2014).

Katılımcılar, süt ürünleri ile yumurta üretiminde doğrudan can alma durumu olmadığından, ürünlerde eser miktarda bulunmaları konusuna değişken tutumlar sergilerken daha güçlü sembolik anlamları olan sosyal bir yapı olan etin teması ettiği ürünlerin sunumunu daha sert biçimde, ideolojilerine ve sosyal kimliklerine saygısızlık olarak değerlendirmektedirler. Bulgular, ekofeminist söyleme ve türçülüğe karşı toplumsal adalet ve temel haklar mücadelesinde hayvan haklarının ihmal edilen alan olduğuna işaret etmektedir.

Gerek ideoloji gerekse pazaryerinde ürün erişilebilirliği açısından sorun yaşayan vejetaryenlerin pazaryerinden ekonomik ve aynı zamanda sosyal olarak arka plana itildiği, dışlandığı ve ötekileştirildiği öne sürülebilir. Aile içinde deneyimlenen ötekileştirmenin, aile

değerlerinin baskın olduğu Türk kültüründe, bireysel kültürlere göre daha fazla yaşıyor olması olasıdır. Bu açıdan farklı kültürleri kapsayan çalışmaların yapılması önerilebilir. Bulgular, feminen bir davranış olarak vejetaryenliğin erkek cinsiyet rolleri ile ilişkilendirilmezken kadınlar için daha “uygun” değerlendirildiğini göstermektedir. Ayrıca, doğulan kültür ve sporcu kesişimsel kimlikleri de vejetaryenliğin “uygunluğu” konusunda Türk toplumunda sıkça kullanılan referanslardandır. İdeolojileri ve kimlikleri ile ötekileştirilen vejetaryenler içindeki aşırı cıların vejetaryen olmayanları ötekileştirmeleri ve grup içi çatışmalara girmeleri karşı söylemlerle sürekli mücadele içinde azınlık olarak çatışmacı kültür geliştirmeleri ile açıklanabilir.

Vejetaryen ideolojinin kucakladığı temel haklar, sağlık ve çevre söylemleri ile katılımcılar kapitalizmi hedef alsalar da eleştirel yaklaşımları, genel olarak, anti-kapitalizm boyutuna ulaşmamaktadır. Kapitalizmin gücünün farkında olan katılımcılar vejetaryenlerin pazar görünürlüğünün artması, endüstriyel üretilmiş vejetaryen ürünlerin yaygınlaşması ve fiyatların düşmesinden faydalanılması gerektiğini düşünerek küresel vejetaryen fast-food pazarını desteklemektedirler. Bu açıdan, bir yandan hem ideolojilerinin global pazarlarda yaygınlaşması hem de üreticilerin ürettiği sağlıklı ve ucuz ürünlerle kendi iyi-oluşlarını ortak yaratmaları (co-creation) söz konusudur.

Bu çalışma, tüketici kimlik projeleri ve tüketim kültürü bağlamında vejetaryen tüketimi araştırması nedeniyle ulusal literatüre katkı sağlamaktadır. Nitel verilerin yüz yüze derinlemesine görüşmelerle toplanması amaçlansa da pandemi döneminde çoğu görüşmenin çevrimiçi yapılması çalışmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca, araştırma sorusunun sadece tüketici kimliğine odaklanması, bulguların daha derin analizine imkân verebilirdi. Gelecek çalışmalarda, vejetaryen tüketimin, pazaryeri kültürleri, tüketimin sosyo-tarihsel yapılanması ve kitlesel olarak iletilen (mass-mediated) pazaryeri ideolojileri ve tüketicilerin yorumlayıcı stratejileri (Arnould ve Thompson, 2005) açılarından analizleri olgunun anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Örneğin; vejetaryen tüketicilerin gerek bireysel gerekse oluşturdukları topluluklar bağlamındaki pazaryeri kültürlerinin daha derin anlaşılmasına ilişkin çalışmalar yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca, ataerkil Türk kültüründe vejetaryen tüketimin ötekileştirilmesinin sosyo-tarihsel bakış ile analizi de mümkündür. Diğer yandan vejetaryen ideoloji ve yaşam tarzını benimseyenler kadar benimsemeyenlerin yorumlayıcı stratejileri de gelecek çalışmaların konusu olabilir. Örneğin; vejetaryen olmayan ailenin vejetaryen tüketici ile sosyal ilişkileri ve vejetaryenliğe yükledikleri anlamlar gelecek çalışmalarda daha derin analiz edilebilir. Sosyal kimlik temasının daha detaylı anlaşılmasına yönelik olarak çalışma kapsamı derinleştirilebilir. Ayrıca, pazaryerinden dışlanma olgusu vejetaryen tüketim bağlamında daha detaylı araştırılabilir. Gelecekte konu ile ilgili çok sayıda araştırma önerilebileceği gibi, daha büyük örneklemelerle nicel veri toplanarak yapılacak araştırmalar da alana katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Aboelenien A. ve Arsel, Z. (2022) Meat: Historicizing an Icon Through Marketplace Contestations, Consumption Markets & Culture, DOI: 10.1080/10253866.2022.2037574.

Adams, C. J. (2017). *Etin Cinsel Politikası Feminist-Vejetaryen Eleştirel Kuram* (Çev. Tezcan, G. ve Boyacıoğlu, M. E.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, (The Sexual Politics of Meat A Feminist-Vegetarian Critical Theory), 3. Basım.

Allen, S., Goddard, E. ve Farmer, A. (2018). How knowledge, attitudes, and beliefs impact dairy anti-consumption. *British Food Journal*.

Al-Ma'aitah, A. ve Tayyem, R. (2021), "Comparison of Nutritional Status Between Lacto-Ovo Vegetarian and Non-Vegetarian Jordanian Adults", *Nutrition & Food Science*, 51 (7), 1051-1067.

Anderson, P. (2005). *Postmodernitenin Kökenleri* (Çev. Gen, E.). İletişim Yayınları.

Ares, G., de Saldamando, L., Giménez, A., Claret, A., Cunha, L. M., Guerrero, L., ... ve Deliza, R. (2015). Consumers' associations with well-being in a food-related context: A cross-cultural study. *Food Quality and Preference*, 40, 304-315.

Ariely, D. (2015). *Akılsız Sevgilerimle* (Çev. Çavdar, M.). İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım (Irrationally Yours).

Arnould, E. J. ve Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, 31(4), 868-882.

Bailey, R., Froggatt, A. ve Wellesley, L. (2014). *Livestock–climate change's forgotten sector*. Chatham House.

Bajželj, A. ve Bothra, S. (2016). *Meat and Egg Consumption and Production in Contemporary India. The Future of Meat Without Animal*, B. Donaldson ve C. Carter (ed), USA: Rowman & Littlefield.

Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*, Londra: Sage.

Baudrillard, J. (1994). *Simulacr ve Simulation*, trans. S.F. Glaser Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Bauman, Z. (2000). *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları* (Çev. Türkmen, İ.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bennett W. (2003). *Communicating Global Activism, Information, Communication & Society*, 6:2, 143-168.

Benton T. (1993). *Natural Relations: Ecology, Animal Rights and Social Justice*, NY: Verso.

Berg, M. (1993). *Women's Property and the Industrial Revolution. The Journal of Interdisciplinary History*, 24(2), 233-250.

Bocock, R. (1993). *Consumption*, NY: Routledge.

Bourdieu, P. (2016). *Akademik Aklın Eleştirisi Pascalca Düşünme Çabaları*, (Çev. Yalım, P. B.). İstanbul: Metis Yayınları. 2. Basım.

- Buttny, R. ve Kinefuchi, E. (2020). Vegans' Problem Stories: Negotiating Vegan Identity in Dealing with Omnivores. *Discourse & Society*, 31(6), 565–583.
- Canavan B. (2021). *Contemporary Consumption, Consumers And Marketing: Cases from Generations Y and Z*, NY: Routledge.
- Caviola, L., Everett, J. A. C. ve Faber, N. S. (2019). The Moral Standing of Animals: Towards A Psychology of Speciesism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 116(6), 1011–1029.
- Chen, T., Dodds, S., Finsterwalder, J., Witell, L., Cheung, L., Falter, M., Garry, T., Snyder, H. ve McColl-Kennedy, J.R. (2021), "Dynamics of Wellbeing Co-Creation: A Psychological Ownership Perspective", *Journal of Service Management*, 32 (3) 383-406.
- Connolly, J. ve Shaw, D. (2006). Identifying Fair Trade in Consumption Choice, *Journal of Strategic Marketing*, 14 (4), 353-368.
- Crenshaw K. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299.
- Creswell, J. W. (2014), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. LA: Sage Publications.
- Dagnelie P. C. ve Mariotti, F. (2017), *Vegetarian Diets: Definitions and Pitfalls in Interpreting Literature on Health Effects of Vegetarianism*. F. Mariotti (Ed.), *Vegetarian and Plant-Based Diets in Health and Disease Prevention*, UK: Academic Press, 3-10.
- Davidson, J. A. (2003). World Religions and the Vegetarian Diet, *Journal of the Adventist Theological Society*, 14(2): 114–130.
- Demos, V. ve Segal, M. T. (2016). "Introduction to Gender and Food: From Production to Consumption and After", *Gender and Food: From Production to Consumption and After (Advances in Gender Research, 22)*, Emerald Group Publishing.
- Devries, J. (2012). Making Choices: Ethics and Vegetarianism. *Dissent*, 59(2), 39-41.
- Dilek, S. E. ve Fennell, D. A. (2018). Discovering the hotel selection factors of vegetarians: the case of Turkey. *Tourism Review*.
- Ellis, C. (1991), Sociological Introspection and Emotional Experience. *Symbolic Interaction*, 14: 23-50.
- Featherstone M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*, 2. baskı, Londra: Sage.
- Firat A. F. ve Dholakia, N. (2003). *Consuming People From Political Economy to Theaters of Consumption*, 2. baskı, NY: Routledge.
- Firat, A. F. ve A. Venkatesh (1995), "Liberatory Postmodernizm and the Reenchantment of Consumption", *Journal of Consumer Research*, 22, 3, 239-267.

Flachowsky, G., Meyer, U. ve Südekum K. H. (2018). Invited review: Resource inputs and land, water and carbon footprints from the production of edible protein of animal origin. *Archives Animal Breeding*, 61, 17–36.

Francione, G. L. (2008). *Hayvan Haklarına Giriş Çocuğunuz Mu Köpeğiniz Mi? (Çev. Akman, R. ve Gen, E.). İstanbul: İletişim Yayınları. (Introduction to Animal Rights Your Child or the Dog?)*.

Franzese, A. T. (2013). *Motivation, Motives, and Individual Agency. DeLamater, J., & Ward, A. (Eds.), Handbook of Social Psychology Second Edition. Springer.*

Furedi, F. (2001). *Korku Kültürü Risk Almamanın Riskleri, (Çev. Yıldırım, B.). Ayrıntı Yayınları.*

Galbraith, J. K. (2004). *Kuşku Çağı (Çev. Aşçıoğlu, R. ve Himmetoğlu, N.). 3. Basım, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.*

Gans, H. J. (2007). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür (Çev. İncirlioğlu, O.). 2. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.*

Gezgin, E. (2017). Kadın ve Doğa Üzerindeki Tahakküme Alternatif Bir Bakış: Ekofeminizm Üzerine Bir Değerlendirme. *Border Crossing*, 7(2), 395-412.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. Berkeley: University of California Press.*

Grappe, C.G., Lombart, C., Louis, D. ve Durif, F. (2021). Not Tested on Animals”: How Consumers React to Cruelty-Free Cosmetics Proposed by Manufacturers and Retailers?, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49 (11), 1532-1553.

Guba, E. G. ve Lincoln, Y.S. (1989). *Fourth Generation Evaluation, London: Sage.*

Hahn, L. K. ve Bruner, M. S. (2012). Politics on Your Plate: Building and Burning Bridges across Organic, Vegetarian, and Vegan Discourse, *The Rhetoric of Food: Discourse, Materiality, and Power*, eds. Joshua J. Frye ve Michael S. Bruner, NY: Routledge, 42-57.

Hansen, A. (2018). Meat Consumption and Capitalist Development: The Meatification of Food Provision and Practice in Vietnam. *Geoforum*, 93, 57-68.

Heinke, J., Lannerstad, M., Gerten, D., Havlík, P., Herrero, M., Notenbaert, A. M. O., vd. (2020). Water Use in Global Livestock Production—Opportunities and Constraints for Increasing Water Productivity. *Water Resources Research*, 56, e2019WR026995.

Heller, A. ve Feher, F. (1993). *Postmodern Politik Durum (Çev. Argın, Ş. ve Akınhay, O.). Ankara: Öteki Yayınevi.*

Hidâyet, S. (2020). *Vejetaryenliğin Yararları, 8. Baskı. (Çev. Kanar, M.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.*

Hitlin, S. ve Pinkston, K. (2013). Values, Attitudes, and Ideologies: Explicit and Implicit Constructs Shaping Perception and Action. DeLamater, J., & Ward, A. (Eds.), Handbook of Social Psychology Second Edition. Springer.

Hogg, M. A. ve Abrams, D. (2006). Social Identifications: A Social Psychology Of Intergroup Relations And Group Processes. NY: Taylor & Francis.

Jabs, J., Sobal, J. ve Devine, C. M. (2000). Managing Vegetarianism: Identities, Norms And Interactions, Ecology of Food and Nutrition, 39(5), 375-394.

Jamieson, A. (2017). Vegan Yaşam for DUMMIES (Çev. İlze, T.), Ankara: Nobel Yaşam, (Living Vegan for DUMMIES).

Jones, R. C. (2015). Animal Rights is a Social Justice Issue, Contemporary Justice Review, 18(4), 467-482.

Kalantar-Zadeh, K. ve Moore, L. W. (2019). Does Kidney Longevity Mean Healthy Vegan Food and Less Meat or Is Any Low-Protein Diet Good Enough? Journal of Renal Nutrition, 29(2), 79-81.

Kalof, L., Dietz, T., Stern, P. C., ve Guagnano, G. A. (1999). Social Psychological and Structural Influences On Vegetarian Beliefs. Rural Sociology, 64(3), 500-511.

Laestadius, L. I., Neff, R. A., Barry, C. L., ve Frattaroli, S. (2013). Meat consumption and climate change: the role of non-governmental organizations. Climatic change, 120(1), 25- 38.

Larsen, G. ve Patterson, M. (2018). "Consumer Identity Projects", The Sage Handbook of Consumer Culture. Kravets, Olga, Pauline Maclaran, Steven Miles, and Alladi Venkatesh, eds. 194-213. Thousand Oaks: Sage Publications.

Low, W. ve Davenport, E. (2007). To Boldly Go...Exploring Ethical Spaces To Re-Politicise Ethical Consumption and Fair Trade. Journal of Consumer Behaviour, 6, 336-348.

Mann, S. ve Necula, R. (2020). "Are Vegetarianism and Veganism Just Half The Story? Empirical Insights from Switzerland", British Food Journal, 122 (4), 1056-1067.

McGill, A. E. J. (2009). The Potential Effects of Demands for Natural and Safe Foods on Global Food Security, Trends in Food Science & Technology, 20(9), 402-406.

McMahon, A. T., Williams, P. ve Tapsell, L. (2010). Reviewing The Meanings of Wellness and Well-Being and Their Implications for Food Choice. Perspectives in Public Health, 130(6), 282-286.

McMullen, S. (2016). An Ethical Consumer Capitalism: The Future of Meat Without Animal, B. Donaldson ve C. Carter (ed), USA: Rowman & Littlefield.

Meijaard, E., Brooks, T.M., Carlson, K.M. vd. (2020). The Environmental Impacts Of Palm Oil In Context. Nature Plants, 6, 1418-1426.

- Mengü, N. (2022). Bugün Ne Oldu?, Youtube haber kanalı, 11 Temmuz, https://www.youtube.com/watch?v=G3Ygd056qV0&list=PLLxcPkP3uSOZYen_E3NON-eV6qJDMMBrh&index=39
- Merchant, C. (2005). *Radical Ecology: The Search for a Livable World*, 2. baskı, NY: Routledge.
- Metcalf, S. (2014). Capitalism and Evolution. *Journal of Evolutionary Economics*, 24, 11–34.
- Napoli, J. ve Ouschan, R. (2020). "Vegan Stories: Revealing Archetypes and Their Moral Foundations", *Qualitative Market Research*, 23(1), 145-169.
- Nezlek J. B. ve Forestell, C. A. (2020). Vegetarianism as a Social Identity, *Current Opinion in Food Science*, 33, 45-51.
- Phillips, F. (2005). Vegetarian Nutrition. *Nutrition Bulletin*, 30(2), 132-167.
- Pierce, T. (2002). Ecofeminism. Alemán, A. M. M. & Renn, K. A. (Eds.), *Women in higher education: an encyclopedia*. ABC-CLIO.
- Regan, T. (2007). *Kafesler Boşalsın Hayvan Haklarıyla Yüzleşmek* (Çev. Çağlayan, S.) İstanbul: İletişim Yayınları, 1.
- Reid, R. L. ve Hackett, A. (2002). A Database of Vegetarian Foods, *British Food Journal*, 104(11), .873-880.
- Ritzer, G. (2020). *Toplumun McDonaldlaştırılması Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme* (Çev. Pilgir, A. E.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 7. Basım (The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life).
- Robinson, S. (2018). *Authenticity Guaranteed: Masculinity and the Rhetoric of Anti-Consumerism in American Culture*, USA: University of Massachusetts Press.
- Rostow, W. W. (1971). Sanayi Devrimi Nasıl Başladı. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 30(1-4).
- Rothgerber, H. (2013). Real Men Don't Eat (Vegetable) Quiche: Masculinity and The Justification of Meat Consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14,363–37.
- Rothgerber, H. (2017). Attitudes Toward Meat and Plants in Vegetarians. *Vegetarian and Plant-Based Diets in Health and Disease Prevention*, François Mariotti (ed.), UK: Academic Press, 11-35.
- Rousseau, J. J. (1994). *Discourse on Political Economy and The Social Contract*, çev. Christopher Betts, NY: Oxford.
- Ruby, M. B. (2012). Vegetarianism: A Blossoming Field of Study. *Appetite*, 58(1),141-150.

- Saren, M., Parsons, E. ve Goulding, C. (2019). Dimensions of Marketplace Exclusion: Representations, Resistances And Responses, *Consumption Markets & Culture*, 22(5-6), 475-485.
- Schmelzer, M. (2010). Marketing Morals, Moralizing Markets: Assessing The Effectiveness of Fair Trade as a Form of Boycott, *Management & Organizational History*, 5(2), 221-250.
- Sheehan, K. B. ve Lee, J. (2014). What's Cruel About Cruelty Free: An Exploration of Consumers, Moral Heuristics, and Public Policy. *Journal of Animal Ethics*, 4(2): 1–15.
- Shields, S. A (2008). Gender: An Intersectionality Perspective. *Sex Roles* 59, 301–311.
- Silva, A., Fonseca, M. J., Cardoso, P. R., Fonseca, M. C. ve Teixeira, A. (2021). Factors Influencing the Purchase Intention of Cruelty-Free Cosmetics in Portuguese Consumers – An Exploratory Approach. In: Rocha, Á., Ferrás, C., López-López, P.C., Guarda, T. (eds) *Information Technology and Systems. ICITS 2021. Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1331. Cham: Springer.
- Stoll-Kleemann, S. ve O'Riordan, T. (2015). The Sustainability Challenges of Our Meat and Dairy Diets. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 57(3), 34-48.
- Strähle, J. ve Gräff, C. (2017). The Role of Social Media for a Sustainable Consumption. In: Strähle, J. (eds) *Green Fashion Retail. Springer Series in Fashion Business*. Springer, Singapore.
- Tatum, B. D. (2000). The Complexity of Identity: “Who Am I?”. Adams, M., Blumenfeld, W. J., Castaneda, R., Hackman, H. W., Peters, M. L., & Zuniga, X. (Eds.), *Readings for diversity and social justice*. New York and London: Routledge.
- Teng, S., Khong, K. W. ve Ha, N. C. (2020). “Palm Oil and Its Environmental Impacts: A Big Data Analytics Study. *Journal of Cleaner Production*, 274, 1-13.
- Timur, C. (2022). Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan Vegan Peynir Yasağı. *Medyascope*, 25 Haziran. <https://medyascope.tv/2022/06/25/tarim-ve-orman-bakanligindan-vegan-peynir-yasagi-yasaklama-en-kestirme-yol-duzenleme-gerekli/>
- Walters, K. S. ve Portmess, L. (Eds.). (1999). *Ethical Vegetarianism: From Pythagoras to Peter Singer*. Suny Press.
- Watson, D. (2019). Fordism: A Review Essay, *Labor History*, 60(2), 144-159.
- Wrenn, C. L. (2019). The Vegan Society and Social Movement Professionalization, 1944–2017, *Food and Foodways*, 27(3), 190-210
- Wright, L. T. ve Heaton, S. (2006). Fair Trade Marketing: An Exploration Through Qualitative Research. *Journal of Strategic Marketing*, 14(4), 411-426.
- Yıldırım, C. (2017). Ekoloji Düşüncesinde İnsan ve Toplum Anlayışı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 289 – 308.



EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

EGE STRATEGIC
RESEARCH
JOURNAL



KÜLTÜREL BOYUTLAR TEORİSİ BAKIŐIYLA ABD'NİN LİDERİNİ BULMAK: BIDEN VE TRUMP ÜZERİNE BİR AHP UYGULAMASI

DETERMINING THE LEADER OF THE USA FROM THE PERSPECTIVE OF
CULTURAL DIMENSIONS THEORY: AN AHP APPLICATION ON BIDEN AND
TRUMP

Eda MEZDA*
Gülcennet ÖZTÜRK ÇELEBİ**

Öz

ABD Başkanlık Seçimleri, iki ülke arasındaki stratejik ilişkiler nedeniyle her dönem Türkiye tarafından dikkatle takip edilmektedir. Seçilecek başkanın tavırları iç politikada tartışmalara neden olurken; askeri, politik ve ekonomik nedenlerle dış politikayı da şekillendirmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, 2024 Seçimlerinin muhtemel adayları Trump ve Biden'dan medyaya yansıyan yüzleriyle, hangisinin başkanlık için daha uygun olduğunu belirlemek ve bu yolla seçim için öngöründe bulunmaktır. Bu amaç doğrultusunda çok kriterli karar verme tekniklerinden Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) kullanılarak iki liderin kültürel boyutlarıyla ABD seçmeninin kültürel boyutları sentezlenerek hesaplanmıştır. Söz konusu boyutlar, Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Teorisi'nin güç aralığı, bireycilik, erillik, belirsizlikten kaçınma, uzun vadeli düşünme ve mäsamaha boyutlarıdır. Karşılaştırma ağırlıkları, AHP grup karar verme yöntemiyle, uzman görüşlerinin geometrik ortalaması alınarak belirlenmiş, ardından sonuçlar internette haberlerle desteklenmiştir. Liderlerin kültürel boyutları altı uzman tarafından değerlendirilmiştir. AHP uygulanarak elde edilen bulgulara göre; Biden için 0,396 Trump için 0,604 olarak bulunan skorlar, seçmenin kültürel boyutlarının oyları Trump yönünde besleyeceğini öngörmüştür. Seçmenin oy verme yönünü politik, sosyo-ekonomik, tarihsel vb. pek çok etmenin belirlediği bilinmekle beraber bu çalışmada yalnızca kültürel açıdan en uygun başkan belirleme hususu üzerinde durulmaktadır. Siyaset, sosyal psikoloji, iletişimi kesiştiren bu çok kriterli karar verme (ÇKKV) araştırması, sunduğu tarihsel ve kuramsal şemayla literatüre katkı sağlamaktadır. Çalışma, seçmene kültürel açıdan en uygun olan başkan adayını belirleme konusunda, diğer ülkelerin de kullanabileceği bir AHP modeli önermektedir.

Anahtar kelimeler: Trump, Biden, ABD Seçimleri, Siyasal İletişim, Kültürel Boyut, AHP

Abstract

The US Presidential Elections are carefully followed by Turkey because of the strategic relations between the two countries. While the attitudes of the president to be elected cause debates in domestic politics, it also shapes foreign policy for military, political, and economic reasons. The study's main purpose is to determine which of the possible candidates for the 2024

Makale Gönderim Tarihi: 13.03.2023

Makale Kabul Tarihi: 07.04.2023

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, emezda@gelissim.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5899-9414

** Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, gcelebi@cu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5656-7351

Yazarların makaleye katkıları eşittir.

Elections, Trump and Biden, is more suitable for the presidency, with their faces reflected in the media, and to make predictions for the election in this way. For this purpose, it was calculated by synthesizing the cultu two leaders' cultural dimensions and the US electorate's cultural dimensionsg the Analytical Hierarchy Process (AHP), one of the multi-criteria decision-making methods. These dimensions are power distance, individualism, masculinity, uncertainty avoidance, long-term orientation, and indulgence dimensions of Hofstede's Cultural Dimensions Theory. The comparison weights have been determined by taking the geometric average of the opinions of six experts using the AHP group decision method, and then supported by online news. As a result, the scores of 0.396 for Biden and 0.604 for Trump predict that the cultural values of the voters will increase Trump's votes. Many factors determine the voter's voting orientation. These factors may differ across countries for political, socioeconomic, historical, etc. reasons. This study foculy on determining the most culturally appropriate president. This operational research, which intersects politics, social psychology, and communication, contributes to the literature with its historical and theoretical scheme. In addition, it proposes an AHP model that other countries can use to determine the most culturally appropriate presidential candidate for the electorate.

Keywords: *Trump, Biden, US Elections, Political Communication, Cultural Dimension, AHP*

GİRİŞ

İnsanlık, Toplum Sözleşmesi'nden bu yana ortak yaşamı düzenlemek için çeşitli siyasal yöntemler denemiş, bu denemelerin en önemli faktörü olarak liderler yaratmıştır. Söz konusu liderler kimi zaman buldukları bölgelerin güç savaşlarının odağında yer almış; kimi zaman politik, askeri ve ekonomik çıkarlar çerçevesinde dünyanın büyük bölümünün ilgi odağında olmuştur. İlginin en yoğun odaklandığı alanlardan biri Amerikan başkanlık seçimleridir. Kimi çevrelerce 'Dünya jandarması' olarak konumlanmış olan Amerika Birleşik Devletleri, lideri açısından uluslararası bir öneme sahip olmanın yanı sıra, Türkiye özelinde de ABD'deki başkanlık seçimleri son derece önemlidir.

1776 yılında ilan ettiği Bağımsızlık Bildirgesi ile siyasal arenadaki yerini alan ABD, zaman içinde büyük bir güç haline gelmiştir. Kimi yaklaşımlara göre, ABD bu bildirmede eşitlik, halk egemenliği, özgürlük ve doğal haklar şeklinde belirttiği kavramlarla ilk yüzyıldaki politikalarını yalnızca olarak belirlemiş ve bunu Monroe Doktrini ile ilan etmiştir. Doktrin, Avrupalı devletlere yönelik bir ultiatom (Ermağan, 2012: 22) niteliğinde olsa da kimilerine göre ABD dış politikasının müdahaleci bir yanı vardır ve Amerikan ordusu İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan süreçte 163 defa (aktaran Sarı, 2012: 95) dış müdahale için kullanılmıştır. Ayrıca bu doktrine göre, Avrupa'daki çekişmelerden uzak durulacaktır (Gürbüz, 2022: 91).

ABD'nin dünyanın herhangi bir noktasında gelişen iç işlere yönelik 'çekişmelerden uzak duran' bir anlayış uygulamadığı açıktır. Kimi ülkelerde genel seçimlerin ABD güdümünde ve propagandası altında yapıldığına yönelik iddialar bulunmaktadır. Bazı seçimler yöneticileri ve rejimleri, bazı seçimler ise siyasi sistemleri meşrulaştırmak için düzenlenmektedir. Dost ülkelerdeki seçimlerin ise ABD'nin halkla ilişkiler desteği altında (Herman ve Chomsky, 2012: 155) yapıldığına yönelik iddialar bulunmaktadır. ABD başkanı Woodrow Wilson dünyadaki kaynakların kullanımının sömürgecilerin tekelinden kurtarılmasının (Gürbüz, 2002: 96-97) önemli olduğunu vurgulamıştır ancak ABD'nin bugünkü politikalarının bu söylemden uzak olduğu açıktır.

ABD ekonomik çıkarlarını üstün tutan bir anlayışa sahiptir. Bu kapsamda McKinley dönemi Dışışleri Bakanı John Hay, dış politikanın geleceğinin Çin’de olduğu şeklinde bir hedef belirlemiş ve birliklerini ilk kez Batı Yarıküre’nin dışına yollamıştır (aktaran Sümer, 2008: 125). Bugün geldiğimiz noktada ise ABD ‘özgürlük ya da demokrasi’ savunuculuğu ya da ‘terörizmle mücadele’ adı altında diğer ülkelerin iç işlerine müdahale edecek söylemler kullanmaktadır.

‘Demokrasi’, ABD’nin ‘demokrasiyi yerleştirme’ çabalarına gönderme yapmak üzere kullanıldığında Orwellci bir anlam kazanmakta ve bu ifade kaynaklar ve şiddet araçları üzerindeki denetimin, ABD’nin ihtiyaçlarına hizmet edecek ilkelerin yönetimde olmasını güvenceye aldığı sistemlere (Herman ve Chomsky, 2012: 398) gönderme yapmaktadır. ABD teröre destek verdiğini ve demokrasiyi yok saydığını iddia ederek Irak’ı işgal ederken Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi’nin (Sarı, 2012: 97) desteğini almamıştır. Böylece hukuku çok kolay bir biçimde hiçe sayan ABD aslında kendi çıkarlarını önceleyen bir politika gütmüştür.

Joseph Robinette Biden Jr. (Biden) ve Donald John Trump’ın (Trump) Türkiye’ye yönelik tutumlarına değinilen bu çalışmada, her iki başkanın politik, ekonomik ya da sosyal alanlardaki kararlarına yönelik internet haberlerine yer verilmektedir. Bu haberler vasıtasıyla Biden ve Trump’ın Kültürel Boyutlar teorisine olan uygunlukları örneklendirilmektedir. Bu çalışmayı özellikle siyasal ve kuramsal olarak en önemli hale getiren etmen ABD ve Türkiye arasındaki stratejik bağlardır. Bu stratejik bağlar, başkanlık seçimlerinin Türkiye tarafından büyük bir dikkatle takip edilmesini gerektirmektedir. Çünkü seçilecek olan başkanın olası tavrı, yukarıda da sözü edildiği gibi Türkiye’nin dış politikası ve askeri girişimleri üzerinde bazı etkilere sahiptir. Çalışmanın kavramsal çerçevesinde bu etkiler, başkanların Türkiye’ye yönelik geçmişteki politikaları ve bu politikaların ülkeye etkileri üzerinden tartışılmıştır. Analiz bölümünde bu göreceli değerler, AHP yaklaşımı kullanılarak seçmenin kültürel değerleriyle sentezlenmiş ve seçmenin hangi lideri destekleyeceği konusunda sayısal bir öngörüde bulunulmuştur. Bu çalışma, sonuçları Türkiye’yi bu denli etkileyecek olan ABD Başkanlık Seçimleri yaklaşırken, seçmenin kültürel değerlerinin oyları hangi yönde etkileyeceğini ortaya koyarak bu alandaki öngörülere katkı sağlaması açaşından gerekli ve önemlidir.

ABD’nin Genel Politikaları Ekseninde Trump ve Biden Dönemlerinde Türkiye-ABD İlişkileri

ABD’nin 46. Başkanı Biden, henüz 29 yaşındayken Senato’ya seçilen en genç üyelerden biri olmuştur. Eski bir avukat olan Biden, Senato Yargı Komitesinde görev yaparken kadına yönelik şiddete ilişkin cezaları güçlendiren (Whitehouse, 2021a) yasalara yönelik çalışmalar yapmıştır. Demokrat başkan, Trump’dan daha ılımlı bir porte çiziyor gibi görünse de, özünde ABD politikalarıyla ters düşmemektedir. Örneğin ‘ABD’nin dış politikasını şekillendirmede önemli bir rol oynayan Biden, terörizm, kitle imha silahları, Soğuk Savaş sonrası Avrupa, Orta Doğu, Güneybatı Asya’ (Whitehouse, 2021a) gibi ‘sorunlarla’ ilgilenmiştir. Biden, Amerika’nın bir fikir olduğunu söylediği 25 Nisan 2019 tarihli cümlelerinde bu fikrin ‘herhangi bir ordudan daha güçlü, bir okyanustan daha büyük, bir diktatör veya tirandan daha güçlü’ olduğunu ve bu fikrin dünyadaki en çaresiz insanlara umut verdiğini (Whitehouse, 2021) iddia etmiştir. 1970 yılında New Castle County Meclisi’ne seçilmiş, 1972 yılında Senato’ya girmiş, Obama döneminde ise başkan yardımcısı olarak görev yapmıştır. Kilisenin kamu hayatında yeri

olmadığını savunan Biden, eşcinsel evliliklerinin yasallaştırılmasını desteklerken, kürtaj meselesinde ise seçimin kadınlara ait olması gerektiğini savunmaktadır. Önceleri Irak Savaşı'nı desteklemesiyle bilinse de daha sonra bu konuda tavır değişikliğine gitmiştir. Ayrıca Yahudi lobisine yakın duruşuyla bilinmekte, Filistin meselesinde ise “iki devletli çözüm modelini” (Habertürk, 2021) savunmaktadır. Biden başkan olduktan sonra Trump'ın izlerini silmeye yönelik adımlar atmıştır. COVID-19 nedeniyle maske takılmasının zorunlu olması, Dünya Sağlık Örgütü'ne geri dönülmesi, Müslüman ülkelere yönelik seyahat yasağının kaldırılması, Meksika sınırına örülen duvara sağlanan fonların kesilmesi, Keystone XL petrol boru hattı projesinin iptali (TRT, 2021) gibi adımlarla Trump'ın aldığı kararlar bir anlamda geçersiz hale getirilmiştir.

Trump ise New York Askeri Akademisi'nde ve Pennsylvania Üniversitesi'nde Wharton Finans ve Ticaret Okulu'nda eğitim görmüş, daha sonra babası gibi emlak ve inşaat işlerine ilgi duyarak babasının işini (Whitehouse, 2022) devralmıştır. Trump, ailesinin oteller zincirini geliştirmiş, Trump Tower'ı inşa etmiş, eğlence sektöründe de yer alarak Miss USA, Miss Universe gibi güzellik yarışmalarının organizasyonunu (Milliyet, 2020) yapmıştır. Seçildikten sonra göçmenliğe dair düzenlemeleri sıkılaştırmış, nüfusunun büyük bölümü Müslüman olan kimi ülkelerin vatandaşlarının ABD'ye girişini yasaklamış, yasadışı bir şekilde sınırı geçmeye çalışan çocukları ailelerinden ayırmak gibi (BBC, 2016) uygulamalar yapmıştır.

Türkiye ve ABD arasındaki stratejik bağlar zaman zaman bazı olaylar çerçevesinde olumsuz seyretse de her iki ülke de birbirinin siyasal arenadaki adımlarını dikkatle takip etmektedir. İki ülke arasındaki siyasi, askeri, ekonomik ilişkilerin düzeyi ve stratejik ortaklığın içeriği, ilk kez Obama tarafından 2009 yılında kullanılan ‘model ortaklık’ kavramıyla ifade edilmektedir. Bu ifade 1 Mart tezkeresi sonrasında bozulan Türkiye-ABD ilişkilerini yeni bir kavramsal çerçeveye oturtmaya (Yeşiltaş ve Balcı, 2011: 26) katkı sağlamıştır. Ancak bunun öncesinde Osmanlı Devleti'yle ABD arasında, Akdeniz'deki Türk limanlarında 18. yüzyılda başlayan ilk ticari temaslar, 17 Şubat 1927 tarihinde gerçekleşen Nota teatisiyle ilk diplomatik girişimlerle birleşmiş ve daha sonra NATO'nun kuruluşuyla da müttefiklik (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2023a) ilişkisi oluşmuştur. Ayrıca 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'nin Sovyetler Birliği'ne karşı uyguladığı ‘komünizme karşı savaşma’ adımları jeopolitik olarak Türkiye'yi ABD için önemli kılmıştır. Bunun yanı sıra Truman Doktrini ve Marshall Yardımı iki ülke arasındaki ilişkilerde (Doğan, 2019: 134) önemli birer adımdır. Ancak bütün bu süreçler ve stratejik ortaklığa rağmen, ABD açısından en temel hedef kendi çıkarlarıdır.

Soğuk Savaş sonrasında Türkiye, Körfez Savaşları ve Arap Baharı sürecinin yol açtığı ortamda, artan savunma ihtiyacı konusunda ABD'den gereken desteği alamamıştır. Ayrıca Türkiye'nin yıllardır mücadele ettiği terör örgütlerinin ABD tarafından desteklendiği (Battır ve Yiğittepe, 2021: 1400) iddiası da iki ülke arasındaki ilişkide olumsuz birer noktadır. Son zamanlarda yaşanan savunma sistemlerine yönelik gerginlik de bu olumsuzlukları pekiştirmiştir. Soğuk Savaş sonrasında bölge ülkeleri füze sistemlerini geliştirirken Türkiye de Suriye, Irak ve İran'dan kaynaklanabilecek tehditlere karşı bir savunma sistemi edinme çalışmalarını hızlandırmıştır. Suriye'deki savaşın Türkiye'de sivil ölüme neden olmasıyla da Türkiye NATO'dan hava savunma takviyesi talep etmiş ve bu talebi karşılanmıştır ama Türkiye'nin

PYD'yi hedef alan Suriye operasyonları sonrası, İspanya dışındaki tüm ÷lkeler bu sistemleri geri çekmiştir. Daha sonra ise yıllar içerisinde Ankara ve Rusya arasında hava savunma sistemleri S-400 konusunda bir sözleşme imzalanmış, ABD de T÷rkiye'yi, proje ortağı olmasına rağmen, yeni nesil savaş uçağı F-35'in üretim s÷recinden çıkarmıştır. Ayrıca T÷rkiye'ye satılan ancak teslim edilmeyen altı adet F-35'in ABD'de kullanımı için modifiye edilmesine karar verilmiştir. ABD'nin T÷rkiye'nin S-400 sistemlerine karşı çıkmasının en önemli sebeplerinden biri T÷rkiye'nin Rusya ile geliştirdiği (BBC, 2021b) ilişkidir.

Eski Başkan Trump "2024'te Amerika'yı daha iyi bir hale getirmek için adayım" diyerek (NTV, 2022) yeniden siyaset sahnesinde olacağını açıklarken, Biden da adaylığa yeşil işık yakmıştır. "Daha yeni başlıyoruz" diyen Biden, adaylığını aile içinde değerlendireceklerini belirterek (Milliyet, 2022) bu yılın başlarında karar vereceğini açıklamıştır. Bu açıklamaların en önemli nedeni de Kasım 2022'de yapılan Kongre seçimleridir. ABD'nin ara seçimleri de en az başkanlık seçimleri kadar önemlidir. Başkanın görev s÷resinin yaklaşık ortasına denk gelen ara seçimlere gösterilen ilginin b÷y÷k kısmı Kongre'nin iki bl÷m÷ olan ABD Senatosu ve Temsilciler Meclisi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Temsilciler Meclisi'ndeki 435 üyenin hepsi ara seçimlerde (Usembassy, 2023) belirlenmektedir. Son Kongre seçimlerinde Temsilciler Meclisi'nde çoğunluğun Cumhuriyetçilere geçtiği ancak Demokratların da kontrol÷ kaybetmediği bir tablo (BBC, 2022a) ortaya çıkmıştır. 100 sandalyenin bulunduğu Senato'da, 50 Demokrat ve 49 Cumhuriyeti Senatör÷n bulunduğu bir sandalye dağılımı ortaya çıkmıştır. Senato'da dengenin oluştuğu durumlarda Başkan Yardımcısı Kamala Harris'in Senato Başkanı sıfatıyla dengeyi bozacak biçimde oy verme yetkisi işığında, Demokrat Parti Senato'da çoğunluğu elde etmiştir. Temsilciler Meclisi'ndeki tabloya bakıldığında Cumhuriyetçiler (T÷rkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, 2023b) oğunluktur. Bu durum T÷rkiye açısından da önemlidir. Özellikle son yıllarda T÷rkiye- ABD ilişkilerinde kongrenin artan bir etkisinin olması bu seçimlerin Ankara tarafından da yakından izlenmesine neden olmuş, ayrıca T÷rkiye karşıtı fikirleriyle bilinen Temsilciler Meclisi Başkanı Nancy Pelosi yerine Cumhuriyeti bir adayın seçilecek olması olumlu bir gelişme (BBC, 2022a) olarak değerlendirilmiştir. Cumhuriyetçilerin T÷rkiye'ye yönelik tavırlarının Demokratlara oranla ılımlı olması (G÷m÷ř, 2022) da seçimlerin T÷rkiye açısından önemini derinleştirmektedir.

Trump, görev s÷resince T÷rkiye'yle iyi ilişkiler kursa bile ABD b÷rokrasinin engellemeleriyle iki ÷lke ilişkilerinde derin çatlaklar meydana gelmiştir. Bazen Ankara ile benzer açıklamalar yapan Trump, ÷lkesinden eleştiriler almıştır. Trump 2018'de Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile yaptđı gr÷şmeden sonra Suriye'deki ABD askerlerini geri çekmek istemiş ancak bu adımı tepkiye neden olunca çekilmenin 'yavaş ve d÷zenli' olacağı belirtilerek s÷re durdurulmuştur. Ayrıca Trump, 2017'de yaptđı ortak bir basın toplantısında bir soruya yanıt verirken, Barış Pınarı Harekatı'nı haklı gösteren açıklamalar yapmış, PKK'nın DEAş'tan daha kt÷ olduğunu söylemiştir. Öte yandan ABD vatandaşı rahip Andrew Craig Brunson'ın FET ve PKK bağlantısı gerekçesiyle tutuklanması, ABD'nin T÷rk Bakanları yaptırım listesine alması, Eski Halk Bankası Genel M÷d÷r Yardımcısının ABD'de gözaltına alınması (AA, 2021) gibi olaylar Trump döneminin kritik olayları arasındadır.

Başlangıçta T÷rkiye açısından, Trump döneminde yaşanan sorunların Biden döneminde z÷leceği beklentisi hakimken, Biden'ın tavırları beklentiyi karşılamamıştır. Erdoğan'ın

Birleşmiş Milletler zirvesinde “Biden ile önceki Amerikan başkanlarını karşılaştırarak ‘iyi başladık diyemem’ ifadesi” (Pirinççi, 2021) Biden döneminin ne şekilde geçeceğinin ipucu niteliğindedir. Ayrıca Emekli Büyükelçi Faruk Loğoğlu, Biden henüz başkanlık koltuğuna oturmadan önce yaptığı bir değerlendirmede Biden’ın seçilmesinin “...Türkiye bakımından fevkalade kötü bir gelişme” olacağını belirtmiş ve Biden’ın siyasi kariyerinin başından beri Türkiye karşıtı bir çizgisinin olduğunu ifade etmiştir. Loğoğlu, Biden’ın Kıbrıs, Ermeni iddiaları, Türk-Yunan ilişkileri, Türkiye’ye satılacak olan ABD silahları konusunda Türkiye’nin karşısında (Sudagezer, 2020) yer aldığını söylemiştir. Nitekim Biden döneminde yaşanan bazı durumlar da Loğoğlu’nu desteklemiştir. Trump döneminde başlayan savunma sistemleri krizi Biden döneminde de devam etmiş ve “Biden yönetimi F-16 satışına onay sürecini başlatmak için resmi yazısını henüz ABD Kongresi’ne” (Ergin, 2022) göndermemiştir. Ayrıca 2022 iki ülke arasında NATO’nun genişlemesi, Yunanistan’la gerilim ve YPG gibi sorunlar nedeniyle karşılıklı güven eksikliğinin (Üstün, 2023) etkisinde geçmiştir.

Biden ABD ile Türkiye ilişkilerine zarar veren açıklamalarından birini 2021 yılında yapmış ve 1915 olaylarına yönelik olarak ‘soykırım’ ifadesini kullanmıştır. Bu ifade Türkiye’de büyük tepki çekmiş ve Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay bu iddialara “Türklerin ızdırabını, acılarını göz ardı eden bu açıklamanın milletimiz ve tarih karşısında hiçbir değeri yoktur” (Oktay, 2021) şeklinde karşılık vermiştir.

Biden döneminin önemli konularından biri de Türkiye’nin, İsveç ve Finlandiya’nın NATO üyeliğine, iki ülkenin terör örgütlerine destek verdiği gerekçesiyle karşı çıkmasıdır. Erdoğan konuya ilişkin “NATO bir güvenlik teşkilatıdır. Böyle bir güvenlik teşkilatının içerisinde biz terör örgütlerinin olmasını kabullenemeyiz” (BBC, 2022b) ifadesini kullanırken, Biden ise iki ülkenin NATO’ya katılım protokollerini (Euronews, 2022) imzalamıştır. Yaşanan süreçlerin ve karşılıklı açıklamaların ardından Cumhurbaşkanı Erdoğan, Finlandiya Cumhurbaşkanı Sauli Niinistö, İsveç Başbakanı Magdalena Andersson ve NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg’in katıldığı görüşmenin ardından Finlandiya, Türkiye ve İsveç arasında “Üçlü Muhtıra” (AA, 2022) imzalanmıştır. Bütün bu etmenler, Türkiye’nin ABD seçimlerine olan ilgisinin sebeplerindedir. Çünkü seçilecek olan başkanın tavrı, yukarıda sıralanan etmenlerin yumuşaması ya da aksi bir duruma evrilmesi potansiyeline sahiptir.

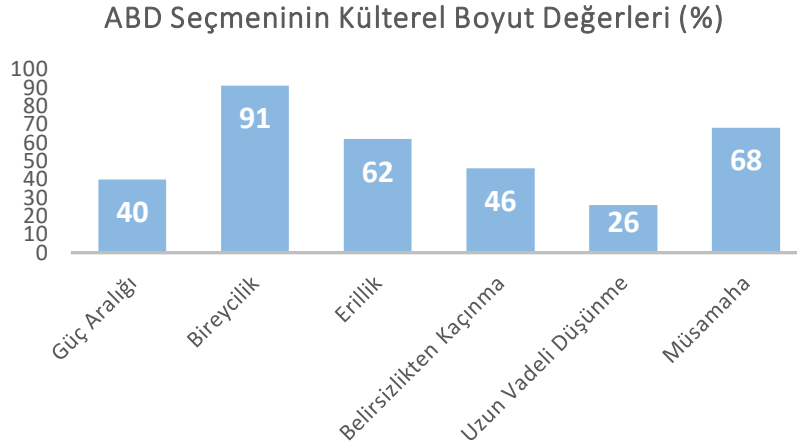
Literatürde ABD başkanlık seçimlerini siyasi ya da ekonomik unsurlardan çok kültürel değerlerle bağdaştıran çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Smith ve Hanley (2018) Trump’a 2016 ABD seçimlerinde oy veren seçmenin çok yönlü bir profilini sunmayı hedefledikleri çalışmalarında, ona oy veren kitleyi “üniversite mezunu olmayan beyaz işçi sınıfı” olarak tanımlamış ve bu sınıfın, kadınları ve azınlıkları hedef alan önyargıları konusunda çekingen olmayan, otoriter ve hoşgörüsüz liderleri tercih ettiğini söylemişlerdir. Smith ve Hanley’e göre seçimlerin kaderini belirleyen olgu seçmenin ekonomik kaygıları değil, Trump’ın önyargılarını paylaştıkları için onu desteklemeleri olmuştur. Bu çalışmayı dayanak alan başka bir çalışmada (Mckenna vd., 2022) Trump’ın destekçilerinin yalnızca demografik özelliklerle belirlenmediği ve ekonomik sıkıntılar tarafından yönlendirilmediği; ağırlıklı olarak seçmenin önyargıları ve otoriter bir lider tercihleri çerçevesinde hareket ettikleri açıkça vurgulanmıştır. Ayrıca söz konusu araştırmanın sonuçları kabilecilik faktörlerinin, siyasi yönelim dahil olmak üzere hemen her değişkeni aştığını, kimlik temelli kabileciliğin artık siyasi bağlılığın birincil temeli

olduğunu göstermiştir. Öte yandan iki liderin ulusal güvenlik, göç politikaları, teknoloji ve inovasyon, dış siyaset politikaları vb. birçok açıdan karşılaştırılmalı analizinin yapıldığı çalışmalar mevcuttur. Bunların yanı sıra; iki liderin söylemleri konusunda karşılıklı bir perspektif sunan çalışmaların ortak nihai yargısı (Körner vd, 2022; Abe, 2022; Savoy ve Wehren, 2021) Biden'ın özellikle erdem, dürüstlük ve başarıya odaklanan daha analitik ve güvenilir bir söylem geliştirdiği, Trump'ın ise zorlayıcı gücünü ortaya koyan ve duygulara odaklanan bir dil kullandığı şeklindedir. Burada sözü edilen ve Trump'ın seçilmesini sağlayan duygusal dilin, onun ırkçı tavrı çerçevesinde ABD'yi demografik ve kültürel olarak beyaz tutma arzusu (Graham vd, 2021), destekçilerini de siyasi şiddete yönlendiren ırkçı (Piazza ve Doren, 2022) ve yabancı düşmanı tutumu (Venizelos, 2022) içerdiiği ortaya koyulmaktadır. Bu çalışmada ise, literatür taramasında karşımıza çıkan saptamalara ek olarak liderlerin ekonomik, siyasal ve politik arenada aldıkları kararlara internet haberleri vasıtasıyla yer verilmiştir. Kültürel Boyutlar Teorisi'nin dereceleri uzmanlarca kodlanarak Biden ve Trump'ın seçmenin tercihleriyle ne denli uyulaştığı ortaya konulmuştur.

Kültürel Boyutlar Teorisi Kapsamında ABD, Biden ve Trump

Geert Hofstede Kültürel Boyutlar Teorisi'ni, kültürün ölçülebilir değerlerde ve karşılaştırılabilir olduğu görüşünden hareketle ortaya koymuştur. Hofstede (2001:24) kültürel değerlerin karşılaştırılmaz olduğuna karşı çıkmakta, elma ve portakal nasıl besin değeri, fiyat, ağırlık, dayanıklılık vb. nitelikleri açısından sayısal olarak karşılaştırılabiliyorsa kültürel değerlerin de benzer şekilde karşılaştırılabileceği görüşünü savunmaktadır. Ona göre kategorilerin belirlenmesi, hangi niteliğin önemli olduğuna dair önsel bir teori gerektirmektedir.

Hofstede'ye göre "her ülkenin değişmeyen bir milli kültürü vardır" ve Kültürel Boyutlar Teorisi milli kültürlere dair ölçülebilir altı farklı boyut sunarak boyutların her birini ülkelere göre 1 ile 100 arasında puanlamaktadır. Teori çok uluslu şirketlerin yerel yan kuruluşlarında 100.000'den fazla çalışanla gerçekteştirilen, 1960'lı yıllarda 40 ülkeyle başlayıp ilerleyen süreçte 76 ülkeye kadar genişletilen; uygulaması, korelasyon ve faktör analizleri sürekli tekrarlanarak yenilenen bir dizi kapsamlı araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmalarla, çalışanların -üstlere bağımlılık, öngörülebilirliğe duyulan ihtiyaç, bireysel hedeflerle şirkete bağımlılık arasındaki denge, para ve kariyere duyulan ihtiyaç gibi ego değerleri, sosyal çevre, işbirliği ve iyi bir yaşam ortamına dair öncelikleri gibi- birçok konudaki duygu, düşünce ve değer yargıları ölçülerek, kültürel değerlerine dair bugüne kadar sunulan en kapsamlı veri tabanı ortaya koyulmuştur (Hofstede, 2011). Teori, çıkış noktasında dört farklı kültürel boyut sunsa da, 1980'lerde, Bond (1988) teoriye beşinci uzun vadeli düşünme boyutunu; 2000'li yıllarda Michael Minkov (2007) ise Dünya Değerler Araştırması kapsamında altıncı müsamaha boyutunu eklemiştir. Sözü edilen altı boyuta dair Hofstede'nin (2022) çalışmaları sonucu ABD için belirlenmiş puanlar Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Kültürel Boyutlar Teorisi, ABD Puanları

Kaynak: <https://www.hofstede-insights.com/country/the-usa/> (11.12.2022)

Güç Aralığı

Her toplumda insanlar arasında prestij, zenginlik, güç vb. yönlerden eşitsizlikler söz konusu olsa da, kişilerin bu eşitsizliğe olan tolerans dereceleri farklıdır. Özellikle organizasyonlar içindeki güç eşitsizlikleri kaçınılmaz olmakla birlikte işlevseldir. Sosyal Psikolog Mauk Mulder'in ortaya koyduğu Güç Mesafesini Azaltma Teorisi'ne göre astlar sürekli üstleriyle arasındaki güç mesafesini azaltmaya, üstler de kendileriyle astları arasındaki güç mesafesini artırmaya çalışmaktadır. Buradaki anketler sonucu belirlenen güç mesafesi boyutu puanı, bu iki eğilimin o toplumda dengeyi bulduğu noktayı ifade etmektedir (Hofstede, 1984:79) . Bir birey açısından değerlendirildiğinde, boyut puanının yükselmesi kişinin otoriter yapıda ya da otoriteyi daha fazla tolere eden bir yapıda olduğunun göstergesidir. ABD için güç aralığı puanının 40 olması toplumda görece eşitliğe önem verildiğinin, ast-üst ilişkisinde çok büyük mesafe düzeyleri bulunmadığının göstergesi kabul edilebilir. ABD'nin meşhur *Bağlılık Yemini'nde (Pledge of Allegiance)* yer alan ve eşitliği öngören “herkes için özgürlük ve adalet” (liberty and justice for all) ifadesi de (Britannica, 2022) aslında güç aralığı boyutunun neden düşük puanda olduğunun temel bir kanıtıdır. Öte yandan toplumun çoğunluğu hiyerarşi ve otoriteye karşı düşük toleranslıyken, yarısına yakın bir oranı yüksek toleranslıdır. Uzman görüşlerinin ağırlık ortalaması, Trump'ın güç aralığına dair puanının zayıf derecede de olsa Biden'a göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Gazeteciler ve insan hakları savunucularına ‘halk düşmanı’ diyen Trump'ın otoriter yönü Birleşmiş Milletler tarafından da eleştirilmiş, BM İnsan Hakları Yüksek Komiseri Zeyd bin Raad, Trump'ın medyaya karşı tavrını eleştirerek otoriter rejimlerde liderlerin Trump'ı örnek aldığını (Euronews, 2018) belirtmiştir. Trump attığı bir tweette New York Times için ‘başarısız’ ifadesini kullanmış ve ‘yalan haber medyası halk düşmanı olmuştur’ (Trump, 2018) demiştir. Ona yönelik bir yazıda Trump'ın otoriter dürtülerinin neden olduğu hasarı onarmanın zaman gerektirdiği (Gazeteduvar, 2020) belirtilmiştir. Trump ayrıca 2020 başkanlık seçimlerden sonra yenilgiyi kabul etmemiştir. Olgun demokrasilerde tipik olarak değerlendirilmeyen bu davranış, siyaset bilimcilerin ‘hibrit rejimler’ dediği demokrasi unsurlarına sahip ancak pratikte

demokratik olmayan ülkeleri (Conversation, 2020) anımsatmaktadır. Trump ayrıca hakkında ikinci kez azil süreci başlatılan ilk ABD başkanıdır. Çünkü Trump seçim sonuçlarının tanınmaması çağrısında bulunmuş, Trump taraftarları kongreyi basmış, bir güvenlik görevlisinin ölümüne sebep olacak şekilde şiddet olayları (BBC, 2021b) yaşanmıştır. Bu davranış, içerisinde otoriter bir yan barındırmaktadır. Ayrıca Trump'ın maddi zenginliğinin onun otoriter yanı ve politik kararları üzerinde etkili olduğuna yönelik iddialar bulunmaktadır.

Öte yandan Trump'ın insan haklarını hiçe sayan, siyasi muhalifleri baskı altına alan ve kurumlardan ziyade kendisine sadık liderleri savunması, seçim olan hemen hemen tüm ülkelerde muhalefeti kötiledikçe geniş bir yetkiye sahip olduğunu iddia eden liderlerin (Lindstaed, 2020) Trump'ı örnek almasına neden olmuştur.

Bireycilik

Kültürel Boyutlar Teorisi çerçevesinde, karşılığına toplumculuk (collectivism) koyulan bireycilik boyutu genel tanımıyla; insanların benliklerini “ben” ya da “biz” terimleriyle tanımlayıp tanımlamadığı ifade etmektedir. Bu boyutta bireylerin kararlarını; aile, akraba veya üyesi oldukları bir grubun üyesi olarak mı yoksa bağımsız bir şekilde mi aldığı veya bu gruba ne kadar sadık olduğu gibi unsurlar öne çıkmaktadır (Hofstede, 2022). Hofstede ABD’de “collectivist” teriminin neredeyse “komünist” terimiyle eş anlamlı olarak siyasi sistemi tanımlamak amacıyla kullanılabildiğini, ancak komünizmin uğramadığı toplumların da anketlerdeki toplumculuk değerlerinin yüksek çıktığını aktarmaktadır (Hofstede, 2001). Siyasal sistemden ziyade bireycilik puanıyla, toplumda kişi başına düşen GSMH (Gayri Safi Milli Hasıla) arasında pozitif korelasyon bulunmaktadır (Gorodnichenko ve Roland, 2011; Cox vd. 2011; Ogihara, 2018). ABD, 91 puanla bireycilik puanı en yüksek ülkelerden biridir. Dünya bankası verilerine göre son yıllarda GSMH değerleri artış göstermektedir (The World Bank, 2022). Bu durumun ABD’deki bireyciliği daha da tırmandıracağı düşünülmektedir.

Çalışmada, uzman görüşleri doğrultusunda Trump'ın, Biden'a oranla zayıf farkla daha bireyci olduğu ortaya koyulmuştur. ABD halkının yarısının Trump'ı indirmek istediğini belirten Philip Kotler'in, “egoist, bencil bir adam ve hiçbir şey bilmiyor. Herhangi bir şey okumuyor ve kimseyi dinlemiyor. O bu dünyada yaşamıyor, kendi zihninde yaşıyor” (AA, 2018) ifadeleri Trump'ın bireyci yönünü desteklemektedir. Ona yönelik ‘Kendi değerini anlamasının tek yolu bu olduğu için, adını haberlerde tutmaya çalışan bir ünlü ve güçlü bir kaos ajanı olduğu’ (Drezner, 2021) iddiası da Trump'ın kendini önemseyen yönüne örnektir. Ayrıca kişisel çıkarlarına hizmet etmeye odaklanmış olan Trump'ın yoksulları ve orta sınıfa koruyan sosyal hizmet ağının altını oyduğu ve vatandaşları koruyan idari aygıtı tasfiye etmeye (Elovitz, 2020: 97) çalıştığı iddiası da bu yönünü desteklemektedir. Trump'ın bireyci yanı ABD'nin politikalarını da etkilemiştir. Kimilerine göre Trump'ın bağınaz hegemonyası emperyalist kurumların çoğunu yabancılaştırmış, ABD'nin Rusya ve Çin'e karşı (Deepa, 2021:3) konumu zayıflamıştır. Ayrıca Adalet Bakanlığı tarafından yayınlanan ve Kongre'deki Demokratların Trump'a azil soruşturması açmaya karar vermesine neden olan telefon görüşmesinin özet dökümünde yer almaktadır. Bu döküme göre Trump, Vladimir Zelensky'den, Joe Biden'ın faaliyetleriyle ilgili inceleme (Gazeteduvar, 2019) başlatılmasını istemiştir.

Erillik

Hofstede'nin sistematik araştırmaları eril toplumların mutlak eşitlik, karşılıklı rekabet ve performansa; dişillerin adalet, dayanışma ve yaşam kalitesine önem veren bir bakış açısına sahip olduğunu göstermiştir. Siyasi açıdan bakıldığında; eril toplumlar başarı odaklı, güçlü olanı destekleyen, ekonomik büyüme için en önde tutan, yoksul ölkelere yardım için düşük bütçe ayırırken silahlanmaya daha yüksek bütçe ayıran, uluslararası çatışmaları savaş veya gç gösterileriyle çözen, ölkede yönetimde kadınlara daha az yer veren yapıdadır. Dişil toplumlar ise aksine, refaha odaklı, muhtaçlara yardım eden, çevrenin korunmasını en önde tutan, yardımlara daha fazla silahlanmaya daha az bütçe ayıran, uluslararası çatışmalara müzakere ve uzlaşma yoluyla çözen ve ölkede yönetimde kadınlara daha fazla yer veren yapıdadır (Hofstede, 1998: 17). Hofstede (Hofstede Insights, 2022) ABD toplumunun erillik puanının yüksek olmasını, bireylerin çok fazla başarı odaklı ve rekabetçi olmasına, fazla para kazanıp statü atlama çabasına bağlamaktadır.

Trump'ın genel hırsı onu eril kategoriye dahil etmektedir ki uzman görüşleri de Trump'ın kuvvetle daha eril olduğunu desteklemektedir. Ona yönelik “Trump için siyasi olan, uzlaşılmaz olandı; sırrı dost-düşman ayırımında gizliydi, kısaca siyaset savaşın başka araçlarla devamıydı” (Kardaş, 2017) ifadesi aslında Trump'ın kullandığı sert üslubun da temelinde yer almaktadır. Trump'ın söyleminin formu, ırkçı-yabancı düşmanı, cinsiyetçi ve ses/beden temsili gibi özelliklere yaslanmakta ve bu dilin grameri, siyasi-toplumsal gücünü yeniden keşfeden eril bir özne olarak ‘beyaz/yerli Amerikalı’ seçmeni merkeze (Kardaş, 2017) almaktadır.

Trump'ın bu kategoriye uygun yönünü, yine seçim sonuçlarını kabul etmemesinde görmek mümkündür. Trump ve parti üyeleri, seçimlerde hile yapıldığını iddia ederek Pennsylvania, Georgia, Wisconsin ve Michigan'da yasal olarak kullanılan oy pusulalarını bozmaya çalışmıştır. Ayrıca Trump, eyalet liderlerini seçmenlerin iradesini göz ardı etmeye ve seçmen oylarını kendisine vermeye (Conversation, 2020) ağırmasıdır. Trump'ın otoriter yönünü de destekleyen eril kişiliği en nihayetinde onun kaybeden olmasını engelleyememiştir. Trump'ın bu hareketlerini analiz eden bir yazıda bir seçim taktiği olarak insanları sindirmeyi teşvik etmek de dahil, otoriter dürtülerinin başarısızlığa uğradığı ve sonuçta oy sandığında yenildiği (Gazeteduvar, 2020) belirtilmiştir. Bu yazı yine Trump'ın bu kültürel boyuta olan uyumunu desteklemektedir. ABD eski başkanı Obama, Trump'a yönelik bir değerlendirmesinde, Trump'ın yalnızca kendisi için çalıştığını belirterek, kendisinden ve arkadaşlarından başkalarına yardım (Euronews, 2020a) etmediğini söylemiştir.

Belirsizlikten Kaçınma

Bu boyut toplumun bilinmez bir geleceğe olan tolerans derecesini ifade etmektedir: Bu kapsamda “Geleceği kontrol etmeye mi çalışmalı yoksa sadece olacaklara izin mi vermeli?” Toplumun ya da bireyin belirsiz veya bilinmeyen durumlarda kendisini ne ölçüde tehdit altında hissettiği ve bu belirsizlikten ne derecede kaçındığını belirler (Hofstede, 2022B). ABD'nin belirsizlikten kaçınma puanının 46 olduğu göz önünde tutulursa “belirsizliği kabul eden” bir toplum olduğu söylenebilir. Geleceğe dair belirsiz durumların toplumun geneli üzerinde stres yaratmadığı görölmektedir.

Uzman değerlendirmelerine göre eşit oranda belirsizlikten kaçındığı saptanan Biden ve Trump'ın bu eşitliğine örnek gösterilebilecek en önemli durum, 2020 seçimleri öncesinde seçmenlerine verdikleri ekonomi vaatleridir. Bu kapsamda Trump yeni dönemde "tarihin en büyük ekonomisini" tekrar inşa edeceklerini vurgularken, Biden ise Amerikalı seçmene "orta sınıfı güçlendirme" sözü vermiş ve "Amerikan ürünü tercih et" kampanyasıyla yerli üretimden yeniden canlandırılmasını hedeflemiştir. (AA, 2020b) Uzman görüşlerindeki eşitliğe rağmen, Trump'ın öngörülemez kararlar verme potansiyeli bulunan bir siyasal aktör olması, onun bu boyuta uygunluğunu saptayan haberlerin iki yönlü de olmasına neden olmaktadır. Öte yandan daha önceki başlık ve bölümlerde de aıklanıldığı üzere, her iki lider genel anlamda birbirleriyle ters düşecek fikir ya da kararlara sahiptir. En azından bu durum iki liderin bakış açısındaki farklılık konusunda belirsizlikten kaçındıklarını göstermektedir. Bunun yanı sıra, boyut puanlamasında yaşanan eşitlik de, çalışmada her iki liderin detaylı karşılaştırılmasına gerek görülmemiştir.

Uzun Vadeli Düşünme

Kısa vadeli düşünen toplumlarda normatif bir bakış açısıyla geçmişe odaklı kararlar alınmakta, tasarruf ve yatırımlara daha az önem verilmektedir. Sosyal harcamalar ve tüketim üst düzeydedir. Uzun vadeli düşünen toplumlarda pragmatif bir bakış açısı hakimdir. Birey ya da toplum, ülkesiyle sorgusuz şekilde gurur duymak yerine, diğer ülkelerden öğrenmesi gereken şeyler olduğu nsezisiyle hareket eder (Hofstede:2011:15). ABD bu boyutta 26 puanla ülkeler ortalamasının çok altındadır. Hofstede'ye göre, ABD toplumunun kürtaj, uyuşturucu kullanımı, tenazi, silahlar, devletin vatandaşlara karşı büyüklüğü ve hakları gibi konularda değişmez doğruları olması bu puanı düşürmektedir (Hofstede Insights, 2022).

Liderler konusundaki uzman görüşleri, Biden'ın zayıf bir farkla daha uzun vadeli planlar yaptığı yönündedir. Trump döneminde Çin ve Doğu Asya politikalarında, Obama döneminde farklı değişiklikler yaşanmıştır. Trump, ABD'yi Trans-Pasifik Ortaklığı'ndan çıkarmış ve Asya'ya Dönüş politikasını sonlandırarak ülkeyi bölgedeki ortaklarından (Demir, 2020: 237) uzaklaştıran bir karar almıştır. Biden'a yönelik bir değerlendirmede ise görevi devralmasıyla, Barack Obama'ya benzer bir dış politika yürütmesinin muhtemel olduğu belirtilerek, Suudi Arabistan, Kuzey Kore (Lindstaed, 2020) gibi lkelere yönelik, bir tavır değişikliğine gidileceği öngörüsünde bulunulmuştur. Biden'ın vizyonunun sadece yeni otoyollar, geniş bant ve limanlar değil; yeniden canlanan işçi sendikaları, sağlık hizmetlerine daha kolay erişim, kadınlar için eşit ücret, temiz enerji (Collinson, 2021) gibi konuları da içerdiği belirtilmiştir. Biden'ın Dünya Ticaret Merkezi'ne düzenlenen saldırıların ardından, 20 yıl sonra Afganistan'daki tüm Amerikan birliklerini geri ekme (NYTIMES, 2021) kararını vermesi de bu kapsamda değerlendirilebilir. İki lider arasındaki politika farkları da Biden'ın nispeten uzun vadeli düşündüğünü desteklemektedir.

Biden döneminde yönelik olası uzun vadeli düşünce ve planlardan birinin ayağını da Filistin meselesi oluşturmaktadır. Trump'ın aksine bölgede iki devletli çözümün desteklendiğine yönelik değerlendirme, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde konuşan ABD'nin BM Daimi Temsilci Vekili Richard Mills tarafından yapılmıştır. Mills yeni yönetimin, içinde İsrail'in güvenlik ve barış içinde yaşayacağı ve yanı başında da kendi ayakları üzerinde duran

bir Filistin devletinin bulunduğu iki devletli bir çözümün (TRT, 2021) desteklendiğini söylemiştir.

Müsamaha

İnsanların karar ve davranışlarında içgüdülerine ne denli kulak verdiklerini ifade eden bu boyut, arzu ve dürtülerini kontrol etme düzeyini puanlanmaktadır. Bu boyutta dürtüleri üzerinde zayıf kontrol sahibi kişilerin müsamaha düzeyleri yüksek, güçlü kontrol sahibi kişilerin ise düşük puanlanmaktadır. Bu boyutta kültürler “müsamahalı” ya da “kısıtlamacı” olarak tanımlanmaktadır (Hofstede, 2022B). Bu boyut bazı kaynaklarda ‘hoşgörü’ şeklinde ifade edilse de, boyutu tam karşılamadığı düşünüldüğü için bu çalışmada “müsamaha” olarak ifade edilmiştir.

Uzmanlarca müsamaha oranı Trump’a oranla daha yüksek olan Biden’a yönelik bir değerlendirmede onun, ABD ve dünyadaki durumu iyileştirmek için sistem içinde çalışan bir sorun çözücü olduğu ifade edilerek, rakibinin aksine, farklı bakış açılarını dinlemek için sık sık koridoru aşip kamusal alanda empatik (Elovitz, 2020: 48) olduğunu gösterdiği belirtilmiştir. Öte yandan Trump ise seçim kampanyasında “Kültürel konulara, yabancı düşmanlığına, demokratlara, ‘yalancı haber yaratan basına’ saldırmaya, düzenin kendisine karşı kurduğu komplolardan, ‘bataklığı kurutmaktan’ söz etmeye” (Yıldızoğlu, 2019) özen göstermiştir. 2017’de İran, Yemen, Suriye, Libya, Çad, Somali ve Kuzey Kore’ye seyahat yasağı getirmiş, kararın protesto edilmesi üzerine geri adım atmıştır. (AA, 2020) Trump’ın ardından Biden’ın başkanlığı Meksika sınırında ülkeye giriş yapmak için bekleyen göçmenler arasında sevinçle karşılanmış, Biden’ın ılımlı bir politika izleyeceği (Euronews, 2020b) umudunu doğurmuştur. Bu durum Biden’ın müsamaha puanını Trump’a oranla yükseltmektedir.

YÖNTEM

ABD seçmeni için kültürel değerleri açısından en uygun liderin belirlenmesi hedeflenen bu çalışmada yöntem olarak, uzman görüşlerine dayalı verileri kaynak alan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yaklaşımı kullanılmıştır. Çalışmanın güvenilirliğini artırmak adına, tek bir uzmandan görüş almak yerine altı farklı uzmandan alınan görüşlerin geometrik ortalaması hesaplanmıştır. Bu görüşler, her boyut için liderlerle ilgili internet haberleriyle desteklenmiştir.

AHP probleminin kriter puanları için Hollandalı Sosyolog Geert Hofstede’nin Kültürel Boyutlar Teorisi kapsamındaki çalışmalarıyla elli yıllık bir süreçte hesaplanan kültürel boyut puanları baz alınmıştır. Teorinin öngördüğü güç aralığı, bireycilik, erillik, belirsizlikten kaçınma, uzun vadeli düşünme ve müsamaha boyut puanları, yüzdelerden Thomas L. Saaty’nin ‘Göreceli Önem Ölçeği’ formatı için 1-9 arası puanlara dönüştürülerek kriterlerin göreceli ağırlık matrisi oluşturulmuştur. Alternatif iki liderin (Biden ve Trump) kültürel boyutlarının ağırlıkları; Emekli Büyükelçi (U1), Uluslararası Diplomatlar Birliği Başkan Yardımcısı (U2), Arizona Üniversitesi Avrasya Programları Direktörü (U3), İstanbul milletvekili aday/akademisyen (U4), uluslararası siyaset uzmanı/akademisyen (U5) ve siyasal iletişim uzmanı/akademisyen (U6) tarafından 1-9 arasında derecelendirilerek belirlenmiştir. Çalışma Kültürel Boyutlar Teorisi ile Analitik Hiyerarşi Prosesini kesiştirmesi bakımından

gelecek başkanlık seçimleri için seçilecek lidere dair hem nicel hem nitel çerçevede bir öngörü sunmaktadır.

Analitik Hiyerarşı Prosesi (AHP)

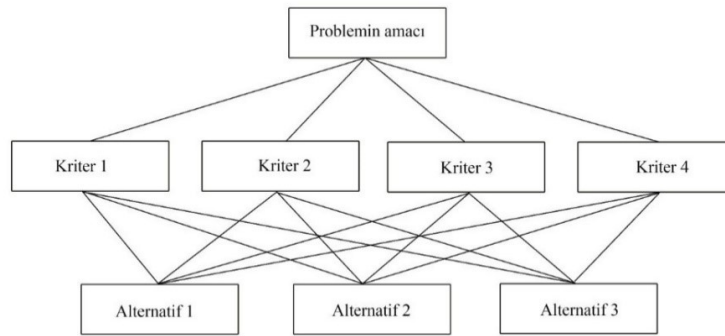
Çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan *Analitik Hiyerarşı Süreci (The Analytic Hierarchy Process)*, 1970'li yıllarda Profesör Thomas L. Saaty tarafından geliştirilmiş bir problem çözme yöntemidir. Bu yöntem birden fazla kriterin ve birden fazla alternatifin olduğu durumlarda, karar vericinin kişisel değerlendirmelerini ön planda tutarak, problemleri hiyerarşik bir yapıda çözmeyi esas almaktadır.

AHP yaklaşımı, kişisel yargılardaki tutarlılığı kolayca ölçebilmesi ve istatistiksel sonuçlar elde etme olasılığının kısıtlı olduğu durumlarda küçük bir denek örneklemeyle faydalı ampirik sonuçlar sağlayabilmesi ile işlevseldir (Mitta, 1993). Problemin çözümünde öncelikle karar verici, kriterlerin göreceli önem derecelerini belirleyerek puanlamakta, dolayısıyla bu yöntem problemin çözümüne hem nitel hem de nicel bir yaklaşım getirmektedir. Karar problemlerinin çözümünde mantıksal ve matematiksel ifadelerden yararlanılması yöntemin analitik yönünü desteklerken, kriterleri puanlamada karar vericinin deneyim ve bilgi düzeyinin ön planda olması çözüm sürecinde subjektif faktörlerin de yer almasına imkân vermektedir. Öte yandan bazı görüşler, kişisel yargılara yer verilmesini, problemin zayıf yönlerinden birisi olarak kabul etmektedir (Ayçin, 2020:2). AHP problemlerinin çözümünde söz konusu kişisel yargılar çoğunlukla, probleme dair alanında uzman kişilerden alınan görüşleri içermektedir. Uzman görüşlerine yer verilmesi, bu karar verme tekniğinin sosyal bilimlere dair problemlere de uyarlanabilmesine ön ayak olmaktadır. Timor (2001:23) AHP sürecinin eğitim, çevre, sağlık, denetim, mimari tasarım, finans, pazarlama, planlama, taşımacılık, silahlanma kontrolü, savaş oyunları, silahlanma kontrolü, aday seçimi gibi birçok sosyal, politik, ekonomik problemde uygulandığını aktarmıştır. Bir kültürün daha önceden belirlenmiş ve puanlanmış kriterlerini kullanarak, iki lider arasından uygun seçim yapılmasını öngören bu çalışma da, bu noktadan hareketle ortaya çıkmıştır.

AHP'nin karar verme tekniği olarak kullanıldığı çalışmalara dair literatür incelendiğinde, işletmelerde yatırım kararları arasında seçim yapma (Wu vd., 2012; Gökşen ve Çevik, 2016), şirket için personel seçimi (Ali vd., 2017; Ersoy, 2021), tesis kurulumları için coğrafi bölge belirleme (Abdul-Hamid vd., 1999; Terme vd., 2022), yeni bir ürün geliştirme veya ürün konumlandırma (Battistoni vd., 2013; Ünal, 2022), tedarikçi veya ar-ge projeleri arasında karar verme (Hruška vd., 2014; Akman vd., 2021), enerji kaynağı seçme (Das ve Uddin, 2016; Karaaslan ve Aydın, 2020), yatırım için kripto para seçimi (Thomas, 2019; Boztosun vd., 2022) vb. çok kriterli birçok ekonomik tabanlı problemi çözmek için kullanıldığı görülmüştür. Öte yandan Saaty (Saaty ve Vargas, 2012) *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process (Analitik Hiyerarşı Sürecinin Modelleri, Yöntemleri, Kavramları ve Uygulamaları)* kitabında AHP sürecini, Orta Doğu'daki fikir ayrılıkları, ötenazinin yasallaştırılması, uluslararası işletmelerdeki etik problemleri, kürtaja dair mahkeme kararlarının ABD eyaletlerindeki gidişatı, ABD'deki Riverboat kumarhanelerine izin verilmesinin fayda ve zararları vb. birçok meseleye uygulayarak, bu sürecin sosyal süreçlerde de uygulanabilir olduğunu göstermiştir.

Hiyerarşik Yapı

Saaty ve Vargas (2012:2) karmaşık sistemlerin, hiyerarşik analizini “insan zihninin çeşitlilikle başa çıkmak için kullandığı temel bir araç” olarak nitelemektedir. Hiyerarşik yapının, karar vermede kullanılacak kriterlerin ve karar alternatiflerinin üst seviyelerden alt seviyelere – genelden özele- doğru kademeli bir şekilde sıralanarak oluşturulmasının ardından (Şekil 2) AHP uygulamasının son derece basit bir hal aldığı ifade etmiştir. Problemin amacı doğrultusunda, karar verirken dikkate alınacak kriterler –ve varsa alt kriterler- belirlenerek göreceli önem dereceleri uzman görüşleri ile belirlenir. Ardından her karar alternetifi için bu kriterler ayrı ayrı puanlanır ve sentezleme yoluyla problemin çözümüne ulaşırlır.



Şekil 2. AHP Hiyerarşik Yapısı

Karar Probleminin Oluşturulması ve Çözümü

Kriterlerin belirlenmesi aşamasından sonra Saaty'nin (Saaty ve Kearns, 1985:27) ‘Göreceli Önem Ölçeği’ (Tablo 1) ile kriterler için ikili karşılaştırma matrisi oluşturulur. Kriterlerin birbirleriyle karşılaştırmalarında, 1 ile 9 arasında değişen önem dereceleri kullanılmaktadır. Kriterler birbirlerine göre ne derece önemli ise matrisin ilgili hücrelerine ölçekte o dereceye karşılık gelen rakam yazılır.

Tablo 1. Saaty'nin Göreceli Önem Ölçeği

| Göreceli Önem Derecesi | Tanımlama |
|-------------------------------|--|
| 1 | Eşit derecede önemli |
| 3 | Zayıf derecede önemli |
| 5 | Kuvvetli derecede önemli |
| 7 | Mutlak derecede önemli |
| 9 | Aşırı derecede önemli |
| 2, 4, 6, 8 | Ardışık önem dereceleri arasındaki ara dereceleri ifade eder |
| Sayıların çarpmaya göre tersi | x için 1/x |

Kaynak: Saaty ve Kearns, 1985:27

Kriterler için karşılaştırma matrisi, karşılıklı kıyas aksiyomu doğrultusunda elemanları olan bir kare matristir. Matrisin köşegeninde 1 değerleri yer almakta, matristeki ters karşılaştırma

hücredeki değer ise $1/x$ ile ifade edilmektedir (Saaty ve Kearns, 1985:23; Saaty ve Vargas, 2006:4):

$$a_{ji} = \frac{1}{a_{ij}}$$

Ardından aşağıdaki formülle normalize matris hesaplanır (Özel, 2018:311). Her sütun, o sütundaki eleman sütun toplamına bölünerek matris normalize edildikten sonra, kriter karşılaştırmaları için tutarlılık analizi aşamasına geçilir.

$$b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{j=1}^n a_{ij}}$$

Tutarlılık Analizi

Kriterler için ikili karşılaştırma matrisi genellikle öznel görüşler çerçevesinde oluşturulduğu için tutarlılık analizine tabi tutulması gerekmektedir. Analiz için hiyerarşinin her düzeyinde karşılaştırılan her kriter ve alternatif için tutarlılık indeksi hesaplanır (Saaty ve Kearns, 1985:33-34). Öncelikler vektörünü hesaplamak için şu formül kullanılmaktadır (Özel, 2018:311):

$$W_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{a_{ij}}{\sum_{j=1}^n a_{ij}}$$

AHP’de, karşılaştırmalar yapılıp önem dereceleri (ağırlıklar) belirlendikten sonra, elde edilen ağırlıkların kullanılmasının uygun olup olmayacağını belirlemek için tutarlılık hesaplamaları yapılması gerekmektedir. Bu amaçla öncelikle tutarlılık indeks değeri olan CI hesaplanmaktadır. CI değerinin bulunabilmesi için, normalize matristeki her satır, öncelikler vektörüyle çarpılarak tüm öncelikler matrisi hesaplanmakta, matrisin öncelikler vektörüne satır bazında bölümlerinin ortalaması alınarak λmax değeri belirlenmektedir. Ardından CI değeri (n: karşılaştırma kriteri sayısı olmak üzere) aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır. (Saaty ve Vargas, 1984:314):

$$CI = \frac{\lambda max - n}{n - 1}$$

CI’nın hesaplanmasından sonra, tutarlılık indeksinin (CI), rastgele indeks değerine (RI) bölünmesiyle elde edilen tutarlılık oranı (CR) belirlenmektedir:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

RI (Rastgele İndeks değeri) için hazırlanmış olan tabloya bakılmaktadır. Tablo 2’deki RI değerleri, n karşılaştırma kriteri sayısına bağlı olarak hazırlanmıştır (Saaty ve Kearns, 1985:34):

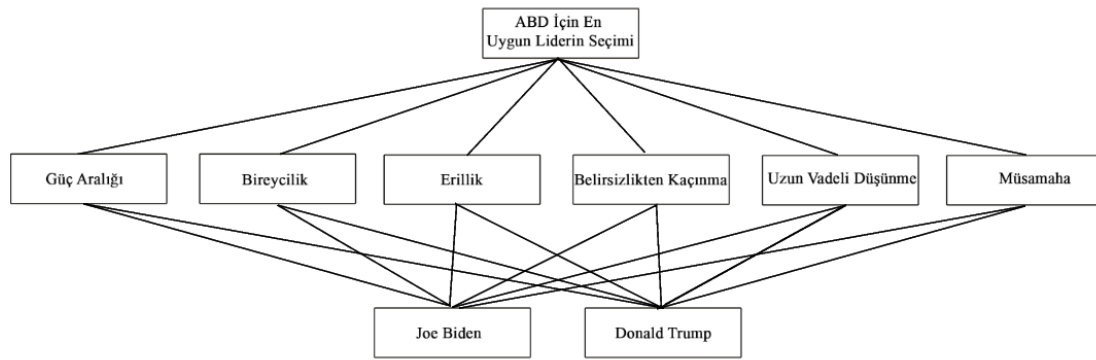
Tablo 2. Rastgele İndeks Değerleri (RI)

| Kriter sayısı (n) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----------------------------|---|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Rastgele İndeks Değeri(RI) | 0 | 0 | 0,58 | 0,90 | 1,12 | 1,24 | 1,32 | 1,41 | 1,45 | 1,49 |

Hesaplamaların ardından tutarlılık oranının 0,1'den küçük olması beklenir, aksi halde karar verici uzmanların görüşlerini yeniden değerlendirmeleri gerekmektedir (Ayçin, 2020:6). CR'nin 0,1 veya daha küçük olması halinde elde edilen önem dereceleri kullanılabilir olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, eğer bu şekilde elde edilen ağırlıklar ile bir sıralama yapılacak ise son aşamada öncelik değerleri, öncelik vektörleriyle çarpılarak alternatiflerin skorları bulunur ve en büyük skora sahip alternatif en iyi seçim olarak değerlendirilebilir (Timor, 2001:227).

ANALİZ: AHP YÖNTEMİYLE ABD İÇİN EN UYGUN LİDERİN BELİRLENMESİ

Bu çalışmada, AHP hesaplama sürecinde iki farklı karar alternatifi olan Biden ve Trump, altı kültürel boyuta göre değerlendirilmiş ve problemin sonucunda ABD'ye kültürel açıdan en uygun liderin saptanması hedeflenmiştir (Şekil 3).



Şekil 3. AHP Probleminin Hiyerarşik Yapısı

ABD için Hofstede'nin aktardığı (Hofstede Insights, 2022) kültürel boyut puanlarına göre ABD toplumu, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında %40 oranında güç aralığına toleranslı, %91 oranında bireyci, %62 oranında eril, %46 oranında belirsizlikten kaçınan, %26 oranında uzun vadeli düşünen ve %68 oranında müsamahalıdır (Şekil 1). Kriterler için ikili karşılaştırma matrisinin (Tablo 5) oluşturulması için, boyut puanları yüzdelik sistemden Saaty'nin göreceli ölçeğine uyarlanmıştır (Tablo 4). Böylelikle her kriterin göreceli önem dereceleri, aralarındaki yüzde farklarına göre belirlenmiştir. Örneğin; ABD'nin bireycilik boyutu ile uzun vadeli düşünme boyutu arasında 65 puan fark görünmektedir. İki kriter arasında fark olmadığı (eşit olduğu) durum için % 0 'ın karşılığı AHP ölçeğinde 1 ile temsil edilmiş, kalan 8 farklı karşılaştırma durumu için $\% \frac{65}{8} = \% 8,125$ alınarak her karşılaştırma bölümü için %8,125'lik bir dönüşüm ölçeği oluşturulmuştur.

Tablo 4. Yüzde Farklarının aij Karşılık Değerleri

| Yüzde aralığı | aij |
|-----------------|-----|
| 0 | 1 |
| 0,001 - 8,125 | 2 |
| 8,126 - 16,25 | 3 |
| 16,251 - 24,375 | 4 |
| 24,376 - 32,5 | 5 |
| 32,501 - 40,625 | 6 |

| | |
|-----------------|---|
| 40,626 - 48,750 | 7 |
| 48,751 - 56,875 | 8 |
| 56,876 - 65 | 9 |

Kriterler için ikili karşılaştırma matrisi, her kültürel boyutun ABD seçmen profili için göreceli önem derecelerini göstermektedir. Satırlar dikkate alındığında, bireycilik boyutunun diğer boyutlara göre en yüksek, uzun vadeli düşünme boyutunun ise en düşük önem ağırlığını sunduğu görülebilmektedir.

Tablo 5. Kriterler İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Güç Aralığı | Bireycilik | Erillik | Belirsizlikten Kaçınma | Uzun Vadeli Düşünme | Müşamaha |
|------------------------|-------------|------------|---------|------------------------|---------------------|----------|
| Güç Aralığı | 1 | 1/8 | 1/4 | 1/2 | 3 | 1/5 |
| Bireycilik | 8 | 1 | 5 | 7 | 9 | 4 |
| Erillik | 4 | 1/5 | 1 | 3 | 6 | 1/2 |
| Belirsizlikten Kaçınma | 2 | 1/7 | 1/3 | 1 | 4 | 1/4 |
| Uzun Vadeli Düşünme | 1/3 | 1/9 | 1/6 | 1/4 | 1 | 1/7 |
| Müşamaha | 5 | 1/4 | 2 | 4 | 7 | 1 |

Matris normalize edilerek (Tablo 6), ardından önem değerlerinin tutarlı olup olmadığının tespiti için tutarlılık analizi yapılmıştır (Tablo 7).

Tablo 6. Kriterler İçin İkili Karşılaştırma Matrisi (Normalize Matris)

| | Güç Aralığı | Bireycilik | Erillik | Belirsizlikten Kaçınma | Uzun Vadeli Düşünme | Müşamaha | Öncelikler Vektörü |
|------------------------|-------------|------------|---------|------------------------|---------------------|----------|--------------------|
| Güç Aralığı | 0,049 | 0,068 | 0,029 | 0,032 | 0,100 | 0,033 | 0,052 |
| Bireycilik | 0,393 | 0,547 | 0,571 | 0,444 | 0,300 | 0,657 | 0,485 |
| Erillik | 0,197 | 0,109 | 0,114 | 0,190 | 0,200 | 0,082 | 0,149 |
| Belirsizlikten Kaçınma | 0,098 | 0,078 | 0,038 | 0,063 | 0,133 | 0,041 | 0,075 |
| Uzun Vadeli D | 0,016 | 0,061 | 0,019 | 0,016 | 0,033 | 0,023 | 0,028 |
| Müşamaha | 0,246 | 0,137 | 0,229 | 0,254 | 0,233 | 0,164 | 0,210 |

Tutarlılık analizi için öncelikler vektörü, öncelikler matrisine bölünmüş, ardından bölümlerin ortalaması alınarak λ max değeri elde edilmiştir. Kriter sayısını ve λ max değerini kullanarak hesaplanan CI değeri, kriter sayısına karşılık gelen rastgele indeks değeri 1,24'e bölünerek tutarlılık oranına ulaşılmıştır.

Tüm bu işlemler sonucu, kriter ağırlıkları için tutarlılık oranı 0,056 (%5,6) olarak hesaplanmış ve Tablo 7'de gösterilmiştir. Bu değer 0,1'den küçük bir değer olduğu için belirlenmiş kriter ağırlıkları tutarlıdır.

Tablo 7. Tutarlılık analizi

| Tüm Öncelikler Matrisi | λ |
|------------------------|-----------|
| 0,314 | 6,062 |
| 3,267 | 6,729 |
| 0,953 | 6,406 |
| 0,463 | 6,141 |
| 0,173 | 6,150 |
| 1,387 | 6,591 |

| λ max | CI | CR |
|---------------|-------|-------|
| 6,346 | 0,069 | 0,056 |

$$CI = \frac{\lambda \max - n}{n - 1} = \frac{6,346 - 6}{6 - 1} = 0,069 \quad CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,069}{1,24} = 0,056$$

Yukarıdaki hesaplamaların ardından liderlerin kültürel boyutlara dair karşılaştırmaları uzmanlarca yapılmış olup, alternatiflerin belirlenmiş göreceli ağırlıklarına göre altı boyut için karşılaştırma matrisleri oluşturulmuştur. Tablo 8’de Biden ve Trump’ın Uzman 1 (U1) özelinde kültürel boyutlar açısından karşılaştırılma değerleri örnek tablo olarak yer almaktadır. Bu tabloya göre Uzman 1, Biden’ın Trump’a göre güç aralığına mutlak derecede daha toleranslı ve aşırı derecede daha bireyci olduğunu düşünmektedir. Öte yandan erillik derecelerini eşit derecede puanlarken; Biden’ın Trump’a göre kuvvetle daha fazla belirsizlikten kaçındığını, mutlak derecede daha uzun vadeli düşündüğünü ve yine mutlak derecede daha müsamahalı olduğunu belirtmiştir.

Tablo 8. Liderlerin Kültürel Boyutlarına Dair Uzman 1 (U1) Tarafından Belirlenen İkili Karşılaştırmalar

| | Güç aralığı | Bireycilik | Erillik | Belirsizlikten kaçınma | Uzun vadeli düşünme | Müsamaha |
|---------------------|-------------|------------|---------|------------------------|---------------------|----------|
| Joe Biden | 7 | 9 | 1 | 5 | 7 | 7 |
| Donald Trump | 1/7 | 1/9 | 1 | 1/5 | 1/7 | 1/7 |

Liderlerin kültürel açıdan her uzman tarafından belirlenen karşılaştırma değerleri Tablo 9’da gösterilmiştir. Her uzmanın liderler için yaptığı karşılaştırmalar kriter bazında, dikey olarak sütunlarda görülebilir. 6 uzman değerlendirmesinin geometrik ortalaması alınarak belirlenen ortak görüş değerleri ise tablonun son sütununda gösterilmiştir.

Tablo 9. Liderlerin Kültürel Boyutlarına Dair Altı Uzman Tarafından Belirlenen İkili Karşılaştırmalar

| | | U1 | U2 | U3 | U4 | U5 | U6 | Geometrik Ortalama | Ortak Görüş |
|--------------------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------------|-------------|
| Güç aralığı | Joe Biden | 7 | 1/5 | 1/3 | 1/3 | 1/5 | 1/7 | 0,405 | 1/2 |
| | Donald Trump | 1/7 | 5 | 3 | 3 | 5 | 7 | 2,466 | 2 |
| Bireycilik | Joe Biden | 9 | 1/7 | 1/5 | 1/5 | 1 | 1/5 | 0,466 | 1/2 |
| | Donald Trump | 1/9 | 7 | 5 | 5 | 1 | 5 | 2,144 | 2 |
| Erillik | Joe Biden | 1 | 1/7 | 1/5 | 1/5 | 1/7 | 1/7 | 0,221 | 1/5 |

| | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|------------|
| | Donald Trump | 1 | 7 | 5 | 5 | 7 | 7 | 4,524 | 5 |
| Belirsizlikten Kaçınma | Joe Biden | 5 | 6 | 5 | 1/7 | 1/3 | 1/5 | 1,061 | 1 |
| | Donald Trump | 1/5 | 1/6 | 1/5 | 7 | 3 | 5 | 0,942 | 1 |
| Uzun Vadeli D. | Joe Biden | 7 | 1 | 5 | 1 | 1/3 | 7 | 2,083 | 2 |
| | Donald Trump | 1/7 | 1 | 1/5 | 1 | 3 | 1/7 | 0,480 | 1/2 |
| Müşamaha | Joe Biden | 7 | 5 | 5 | 1/9 | 1/5 | 7 | 1,734 | 2 |
| | Donald Trump | 1/7 | 1/5 | 1/5 | 9 | 5 | 1/7 | 0,577 | 1/2 |

Tablo 10’da gösterilen ortalama değerlere göre grubun ortak görüşü; Trump’ın Biden’a göre zayıf farkla güç aralığına daha fazla toleranslı ve bireyci, kuvvetle daha eril olduğu şeklindedir. Öte yandan Biden, Trump’a göre zayıf derecede daha uzun vadeli düşünmekte ve daha müşamahalı bir tavır sergilemektedir. Belirsizlikten kaçınma boyutunda bakıldığında ortak görüş, liderlerin belirsizlikten eşit derecede kaçındıkları yönündedir.

Tablo 10. Ortak Görüşler Doğrultusunda Oluşturulan İkili Karşılaştırma Matrisi

| | | Joe Biden | Donald Trump |
|-------------------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| Güç Aralığı | Joe Biden | 1 | 1/2 |
| | Donald Trump | 2 | 1 |
| Bireycilik | Joe Biden | 1 | 1/2 |
| | Donald Trump | 2 | 1 |
| Erillik | Joe Biden | 1 | 1/5 |
| | Donald Trump | 5 | 1 |
| Belirsizlikten Kaçınma | Joe Biden | 1 | 1 |
| | Donald Trump | 1 | 1 |
| Uzun Vadeli Düşünme | Joe Biden | 1 | 2 |
| | Donald Trump | 1/2 | 1 |
| Müşamaha | Joe Biden | 1 | 2 |
| | Donald Trump | 1/2 | 1 |

Ardından bu matrisin her değeri, sütunların toplam değerine bölünerek normalize matris elde edilmiştir (Tablo 11).

Tablo 11. Ortak Görüşler Doğrultusunda Oluşturulan İkili Karşılaştırmalar (Normalize Matris)

| | | Joe Biden | Donald Trump | Öncelikler Vektörü |
|-------------------------------|---------------------|------------------|---------------------|---------------------------|
| Güç Aralığı | Joe Biden | 0,333 | 0,333 | 0,333 |
| | Donald Trump | 0,667 | 0,667 | 0,667 |
| Bireycilik | Joe Biden | 0,333 | 0,333 | 0,333 |
| | Donald Trump | 0,667 | 0,667 | 0,667 |
| Erillik | Joe Biden | 0,167 | 0,167 | 0,167 |
| | Donald Trump | 0,833 | 0,833 | 0,833 |
| Belirsizlikten Kaçınma | Joe Biden | 0,500 | 0,500 | 0,500 |

| | | | | |
|----------------------------|---------------------|-------|-------|-------|
| | Donald Trump | 0,500 | 0,500 | 0,500 |
| Uzun Vadeli Düşünme | Joe Biden | 0,667 | 0,667 | 0,667 |
| | Donald Trump | 0,333 | 0,333 | 0,333 |
| Müsamaha | Joe Biden | 0,667 | 0,667 | 0,667 |
| | Donald Trump | 0,333 | 0,333 | 0,333 |

Rastgele indeks değeri tablosunda iki kritere karşılık gelen rastgele indeks değeri (RI) sıfır olduğu için iki alternatifli bir problemde tutarlılık oranı hesaplamak anlamsızdır. Bu yüzden alternatifler için tutarlılık analizi yapılmamıştır. Karar matrisinin oluşturulması olan son aşamada, boyutların öncelik değerleri, Tablo 6'da yer alan kriterler için ikili karşılaştırma matrisinin öncelikler vektörüyle çarpılarak alternatiflerin skorları bulunmuştur (Tablo 12).

Tablo 12. ABD Vatandaşı İçin Kültürel Açidan İçin En Uygun Lider - Sonuç Matrisi

| | Güç Aralığı | Bireycilik | Erillik | Belirsiz. Kaçınma | Uzun Vadeli Düşünme | Müsamaha | Skorlar | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|---------------------|--------------|--------------|----------|
| Joe Biden | 0,333 | 0,333 | 0,167 | 0,500 | 0,500 | 0,667 | 0,396 | 2 |
| Donald Trump | 0,667 | 0,667 | 0,833 | 0,500 | 0,500 | 0,333 | 0,604 | 1 |

Bulunan alternatif skorları Biden için 0,396 iken Trump için 0,604'tür ve Trump'ın skoru daha yüksek olduğundan (Tablo 12), AHP hesaplamaları Trump'ın ABD vatandaşı için kültürel açıdan için en uygun alternatif olduğu ortaya koymuştur.

TARTIŞMA VE SONUÇ

ABD ve Türkiye arasındaki ilişkiler Osmanlı Devleti'nden bu yana gelişme gösterse de, aslında Soğuk Savaş sonrasında stratejik ortaklığa evrilen bir sürecin parçasıdır. Ancak son yıllarda Trump ve Biden ekseninde ilerleyen ikili ilişkiler yumuşak bir seyir göstermemiştir. Trump Türkiye'ye yönelik ılımlı tavırlar sergilese de ABD bürokrasisinin engellemeleriyle karşılaşmış, onun dönemi rahip Brunson olayı, Türk Bakanları yönelik olumsuz tavırlar ve hava savunma sistemlerine yönelik krizle beraber pek olumlu seyretmemiştir. Biden'ın Türkiye'ye yönelik tavırları da dostane değildir. Bu döneme hava savunma sistemleri krizi, NATO'nun genişlemesi, terör, 1915 olaylarına yönelik ifadeler eklenmiştir. Yine de iki liderin geçmişteki politikaları değerlendirildiğinde, Trump'ın iki ülke arasındaki ilişkilerde Biden'a oranla ılımlı olduğu görülmektedir. Tüm bu politika ve krizler 2024 yılında gerçekleşecek olan ABD başkanlık seçimlerini Türkiye için önemli hale getirmektedir.

Biden ve Trump'ın Türkiye'ye yönelik karar ve yaklaşımlarını da içeren bu çalışma, ABD'ye uygun lideri kültürel bir perspektifle nicel yöntem kullanarak tahmin etmeye çalışırken, gelecekteki muhtemel başkanın Türkiye'ye yönelik nasıl bir tavır takınacağına ilişkin öngörü oluşturmaktadır. Uzmanların kodlamalarıyla ulaşılan sonuçlar Hofstede'nin kültürel boyutlarına göre, ABD seçmeninin Trump'a daha fazla benzediğini göstermiştir. Sonuçlara

göre Trump, hem güç aralığına Biden'dan daha toleranslı, hem de ondan daha bireyci ve erildir. Bu durum Trump'ın toplumdaki güç eşitsizliklerine daha yüksek kabul gösterdiğini, otoriteye ve hiyerarşiyi daha fazla tolere eden bir yapıda olduğunu göstermektedir. Daha bireyci ve eril olması ise özetle, 'biz' yerine 'ben' bilincine önem verdiğini, başarı odaklı, güçlü olanı destekleyen, ekonomik büyümeyi en önde tutan bir tavır sergilediğini ifade etmektedir. Biden'ın ise daha uzun vadeli düşünen ve müsamahalı olduğu görülmektedir. Bu değerler onun pragmatik bir bakış açısıyla yatırım ve tasarrufa daha fazla önem verdiğini; öte yandan kısıtlayıcı olmak yerine daha hoşgörülü bir tavırla yaşam kalitesine diğer konulardan daha fazla önem verdiğini göstermektedir. Belirsizlikten kaçınma konusunda ise iki liderin de üstünlüğü söz konusu değildir. Ortaya çıkan tablo kültürel açıdan değerlendirildiğinde, seçmenin kendisine benzeyene oy verme eğiliminin Trump'ı işaret ettiği söylenebilmektedir. Araştırmada ortaya çıkan yüzde 60'a yüzde 40'luk oran Trump'ın kültürel açıdan ABD'ye daha uygun bir lider olduğu sonucunu doğurmaktadır.

Seçim sonuçları, seçmenin oy verme güdüsünü belirleyen pek çok etmene bağlı olabilmektedir. Her bir etmenin de ayrı akademik çalışmaya konu olması olağandır. Çünkü ulusal ya da uluslararası gelişmeler, ülke içinde yaşanan toplumsal, siyasal ya da ekonomik etmenler, en azından kararsız oyların yönünü tesis etme ihtimaline sahiptir. O nedenle çalışmamızda yalnızca Hofstede'nin kültürel boyutları baz alınarak toplum ve lider uyumu saptanmış ve bu uyumun muhtemel oyları ne yönde besleyeceği öngörülmüştür. Çalışmanın sınırları kültürel boyutlarla çizilmiş, liderlerin yerel ve global çaptaki ekonomik, politik, sosyal vb. birçok konudaki tavrı bu çalışmada kapsam dışı tutulmuştur.

Seçmenin oyunu kimden yana kullanacağını ipuçları ABD toplumunun yapısında gizlidir. Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Teorisi kapsamında oluşturulan ve bu çalışmaya Trump ve Biden ekseninde uygulanan boyutların, seçimde ne şekilde karşılığının olduğu uzman değerlendirmeleriyle saptanmıştır. Sonuç olarak Biden için 0,396 Trump için 0,604 olarak bulunan değerler, oyların Trump yönünde besleneceğini göstermektedir. Siyasal arenada henüz üçüncü bir adayın ismi dillendirilmediği için yalnızca iki liderin incelendiği bu çalışma yaklaşan seçim dönemlerinde, bu konulara ilgi duyan araştırmacılara kaynak oluşturması açısından önemlidir. Araştırmacılar bu modeli kaynak alarak, Hofstede'nin diğer ülkeler için belirlediği puanlar ve adaylar için uzmanlarca belirlenen ağırlıklar doğrultusunda hesaplama yaparak adayların vatandaş için kültürel açıdan uygunluğunu sorgulayabilir, bu yolla ideal lideri belirleyebilirler.

KAYNAKÇA

AA (2018), <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/trump-egoist-bencil-bir-adam-ve-hicbir-sey-bilmiyor/1330961>, (22.12.2022).

AA (2022). <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bidendan-nato-konusunda-mutabakata-varan-turkiye-isvec-ve-finlandiyaya-tebrik/2625248>, (13.01.2023).

AA (2020). <https://www.aa.com.tr/tr/abd-baskanlik-secimleri-2020/abdnin-45-baskani-donald-trumpin-gorevdeki-4-yili-firtinali-gecti/2036041#> (21.12.2022).

AA (2020b). <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/trump-ve-biden-rekabetinde-ekonomi-politikalari-one-cikiyor/1956944> (23.01.2023)

Abdul-Hamid Y.T., Kochhar A.K. ve Khan M.K. (1999). "An Analytic Hierarchy Process Approach to the Choice of Manufacturing Plant Layout". *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*. 1999;213(4):397-406. doi:10.1243/0954405991516868

Abe, J. A. A. (2022). "Cognitive-Affective Styles of Biden and Trump Supporters: An Automated Text Analysis Study". *Social Psychological and Personality Science*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/19485506221082737>

Afshari, A.R., Milan, N. ve Akbari Z. (2017). "Selekcija Kadrova Upotrebom Grupne Fazi AHP i SAW Metode". *Journal of Engineering Management and Competitiveness (JEMC)*, 7(1), 3-10. <https://doi.org/10.5937/jemc1701003A>

Akman, G., Pamuk, K.C. ve Karabıçak, Ç. (2021). "Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Bulanık AHP & ORESTE Bütünleşik Yöntemi ile Tedarikçi Seçimi: Savunma Sanayisinde Bir Uygulama". *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 8 (2) , 788-807. DOI: 10.35193/bseufbd.954791

Ayçin, E. (2020). *Çok Kriterli Karar Verme: Bilgisayar Uygulamalı Çözümler*. 2.basım. Ankara: Nobel Yayınları

Battır, O. ve Yiğittepe, L. (2021), "Trump Sonrası Dönemde Türkiye- ABD İlişkileri: Güvenlik Politikaları Bağlamında Bir Değerlendirme", *Social Sciences Studies*, (80), 1391-1402. DOI : 10.26449/sss.3136

Battistoni E., Colladon A.F., Scarabotti L., Schiraldi M.M. (2013). "Analytic Hierarchy Process for New Product Development." *International Journal of Engineering Business Management*. 2013;5. doi:10.5772/56816

BBC (2016). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-37917540> (21.12.2022).

BBC (2021a). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55647529> (22.12.2022).

BBC (2021b). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-58709766> (09.01.2023).

BBC (2022a). <https://www.bbc.com/turkce/articles/cz9yv03k4ewo>, (09.01.2023).

BBC (2022b). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-61512685> (13.01.2023).

Boztosun, D., Arslan, E., Yıldırım, A., Karslıoğlu, B. ve Demirtaş Ö. (2022). "Kripto Para Teknolojileri: Kripto Para Seçimine Etki Eden Faktörlerin AHP Yöntemi İle Değerlendirilmesi". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 138 - 154. <https://doi.org/10.20491/isarder.2022.1371>

Britannica (2022). <https://www.britannica.com/event/Pledge-of-Allegiance-to-the-Flag-of-the-United-States-of-America> (15.12.2022).

Collinson, S. (2021). *Joe Biden Infrastructure Plan Donald Trump*, <https://edition.cnn.com/2021/03/31/politics/joe-biden-infrastructure-plan-donald-trump/index.html> (07.04.2022).

Cox, P.L., Friedman, B. ve Tribunella, T.J. (2011). "Relationships among Cultural Dimensions, National Gross Domestic Product, and Environmental Sustainability". *The Journal of Applied Business and Economics*, 12, 46-56.

Das, A. ve Shabbir U. (2016). "Renewable Energy Source Selection Using Analytical Hierarchy Process and Quality Function Deployment: A Case Study," *2016 Second International Conference on Science Technology Engineering and Management (ICONSTEM)*, 2016, pp. 298-302, doi: 10.1109/ICONSTEM.2016.7560966.

Deepa K. (2021). Rightwing and Liberal Islamophobia: The Change of Imperial Guard from Trump to Biden, *South Asian Review*, 42:4, 408-412, DOI: 10.1080/02759527.2021.1899517

Demir, E. (2020). "ABD'nin Biden dönemi Çin Politikası: Asya'ya Dönüş 2.0?", *Cappadocia Journal of Area Studies*, 2, 232-248. DOI: <http://dx.doi.org/10.38154/cjas.49>

Doğan, Z. (2019). "Türkiye- ABD İlişkilerinin Temel Dinamikleri ve Stratejik İttifak Boyutu", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (2019) , 133-156.

Drezner, D. W. (2021). "The Trump-as-authoritarian Debate, Reconsidered", <https://www.washingtonpost.com/outlook/2021/03/16/trump-as-authoritarian-debate-reconsidered/> (05.04. 2022).

Elovitz, P. H. (2020). "A Psychobiographical and Psycho-Political Investigation of Biden and Trump in Troubled Times", *The Journal of Psychohistory*, 48(2):82-99.

Ergin, S. (2022). "2022'de Türk Dış Politikası (3) Türk-ABD ilişkileri irtifa kaybetmeye devam ediyor", <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/sedat-ergin/2022de-turk-dis-politikasi-3-turk-abd-iliskileri-irtifa-kaybetmeye-devam-ediyor-42195248> (12.01.2023).

Ermağan, İ. (2012). "Soğuk Savaş Sonrası Dönemde ABD Dış Politikası-Obama Dönemi ve Ak Parti", *Elektronik Siyaset Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 21-35.

Euronews, (2022). <https://tr.euronews.com/2022/08/09/biden-isvec-ve-finlandiyanin-nato-uyeligi-icin-onay-belgesini-imzaladi> (13.01.2023).

Euronews, (2018). <https://tr.euronews.com/2018/08/20/bm-insan-haklari-komiseri-trump-n-basina-tepkisi-otoriter-liderleri-cesaretlendiriyor>, (17.12.2022).

Gazeteduvar, (2020) "Otoriter yönetimlerden kaçınmak için işçi sınıfını geri kazanmalıyız" <https://www.gazeteduvar.com.tr/otoriter-yonetimlerden-kacinmak-icin-isci-sinifini-geri-kazanmalıyiz-haber-1505545>, (17.12.2022).

Gazeteduvar, (2019). "Belgeler Yayımlandı Trump Ukrayna'da Biden Soruşturması İstemiş", Erişim Adresi: <https://www.gazeteduvar.com.tr/dunya/2019/09/25/belgeler-yayimlandi-trump-ukraynada-biden-sorusturmasi-istemis> (13.04.2021).

Gorodnichenko, Y. ve Roland, G. (2011). "Individualism, innovation, and long-run growth". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(supplement_4), 21316–21319. <https://doi.org/10.1073/PNAS.1101933108>

Gökşen, Y. ve Çevik, E. (2016). "Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesinde AHP-VIKOR Entegrasyonu ile Bir KDS Önerisi". *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7 (2) , 219-235. DOI: 10.18354/esam.32181

Graham, A., Cullen, F.T., Butler, L.C., Burton, A.L., ve Burton, V.S. (2021). Who Wears the MAGA Hat? Racial Beliefs and Faith in Trump. *Socius*, 7. <https://doi.org/10.1177/2378023121992600>

Gümüş, N.T. (2022) <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/nilgun-tekfidan-gumus/abd-secimleri-biden-trump-oz-42164995>), (01.08.2023).

Gürbüz, M. V. (2002). "Bir İdeal, Bir Amerikan Başkanı ve Onun Başarısızlığı: Başkan Wilson ve Milletler Cemiyeti", *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 8(29) 87-99.

Habertürk (2021). <https://www.haberturk.com/joe-biden-kimdir-joe-biden-kac-yasinda-meslegi-ne-abd-baskani-joe-biden-in-biyografisi-2944598> (20.03.2021).

Herman, E.S. ve Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, BGST Yayınları.

Hofstede, G.H. (1998). *Masculinity and Femininity: The Taboo Dimension of National Cultures*. Cross-Cultural Psychology. USA: Sage Publications

Hofstede, G.H. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Cross-Cultural Research and Methodology Series, Volume 5. USA: Sage Publications

Hofstede, G.H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. USA: Sage Publications

Hofstede, Geert (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>

Hofstede, G. ve Bond, M.H. (1988). "The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth. *Organizational Dynamics*, *Organizational Dynamics: A Quarterly Review of Organizational Behavior for Professional Managers*". *New York, NY: Pergamon, Elsevier Science*. Vol. 16.1988, 4, p. 5-21.

Hofstede, G. (2022). "The 6-D Model of National Culture: The Dimensions Explained". <https://geerthofstede.com/culture-geert-hofstede-gert-jan-hofstede/6d-model-of-national-culture/> (10.12.2022)

Hofstede Insights (2022). <https://www.hofstede-insights.com/country/the-usa/> (11.12.2022)

Hruška, R., Průša, P., Babić, D. (2014). The Use of AHP Method for Selection of Supplier. *Transport*, 29(2), 195–203. <https://doi.org/10.3846/16484142.2014.930928>

Karaaslan, A. ve Aydın, S. (2020). “Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri ile Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (4) , 1351-1375 . DOI: 10.16951/atauniibd.749466

Kardaş, T. (2017). *Trump: İmkansız Zaferin Anatomisi*, <https://www.aljazeera.com.tr/gorus/trump-imbkansiz-zaferin-anatomisi> (21.12.2022).

Körner, R., Overbeck, J. R., Körner, E., Schütz, A. (2022). “How the Linguistic Styles of Donald Trump and Joe Biden Reflect Different Forms of Power”. *Journal of Language and Social Psychology*, 41(6), 631–658. <https://doi.org/10.1177/0261927X221085309>

Lindstaed, N. (2020). “Can Joe Biden Reverse The Authoritarian Direction That President Trump Took”, <https://www.thebigq.org/2020/12/02/can-joe-biden-reverse-the-authoritarian-direction-that-president-trump-took/> (05.04.2021).

McKenna, B., Brienza, J. P., Intezari, A. (2022). The Tribal Games: Tribal Foundations of Trump Supporters. *Critical Sociology*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/08969205221135037>

Milliyet (2020). <https://www.milliyet.com.tr/dunya/donald-trump-kimdir-kac-yasinda-esi-ve-cocuklari-iste-trumpin-hayati-biyografisi-6346054>, (21.12.2022).

Milliyet (2022). <https://www.milliyet.com.tr/dunya/abd-baskani-biden-2024te-aday-olmaniyetini-acikladi-6855105> (10.11.2022).

Minkov, M. (2007). *What Makes Us Different and Similar: A New Interpretation of the World Values Survey and Other Cross-Cultural Data*. Sofia, Bulgaria: Klasika Stil Publishing House

Mitta, D.A. (1993). “An Application of the Analytic Hierarchy Process: A Rank-Ordering of Computer Interfaces”. *Human Factors*, 35(1), 141–157. <https://doi.org/10.1177/001872089303500108>

NTV (2022). <https://www.ntv.com.tr/dunya/trump-2024-secimleri-icin-adayligini-acikladi,kaxjEe1h4k-TCOpjBeie3A> (09.01.2023).

NYTIMES (2021). <https://www.nytimes.com/live/2021/04/13/us/biden-news-today#afghanistan-troops-withdrawal> (08.04.2022).

Ogihara, Y. (2018). “Economic Shifts and Cultural Changes in Individualism: A Cross-Temporal Perspective”, in Ayse K. Üskül, and Shigehiro Oishi (eds), *Socio-Economic Environment and Human Psychology: Social, Ecological, and Cultural Perspectives* (New York online edn, Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190492908.003.0010>

Oktay, F. (2021). https://twitter.com/fuatoktay/status/1385995539137929217?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1385995539137929217%7Ctwgr%5E1333fc7846a2ab68155044d65923236fd45a7699%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww (01.09.2023).

Özel, S. ve Türkel, A. (2018). “AHP Yöntemi Kullanarak ERP Sistemlerinin Karşılaştırılması ve Uygun Sistemin Belirlenmesi”. *Marmara Fen Bilimleri Dergisi*, 30 (3) , 305-317. DOI: 10.7240/marufbd.433785

Piazza, J. ve Van D., N. (2022). “It’s About Hate: Approval of Donald Trump, Racism, Xenophobia and Support for Political Violence”. *American Politics Research*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/1532673X221131561>

Pirinççi, F. (2021). “Türkiye ABD İlişkilerinde Yeni Bir Dönem mi?”, <https://www.setav.org/turkiye-abd-iliskilerinde-yeni-bir-donem-mi/> (12.01.2023)

Saaty, T.L. and Kearns, K.P. (1985). *Analytic Planning: The Organization of Systems. International Series in Modern Applied Mathematics and Computer Science*, Vol 7 UK: Pergamon Press

Saaty, T.L., Vargas, Luis G. (1984). “Comparison of eigenvalue, logarithmic least squares and least squares methods in estimating ratios”, *Mathematical Modelling*, Volume 5, Issue 5, 1984, Pages 309-324, [https://doi.org/10.1016/0270-0255\(84\)90008-3](https://doi.org/10.1016/0270-0255(84)90008-3).

Saaty, T.L., Vargas, L.G. (2006). *Decision Making With The Analytic Network Process: Economic, Political, Social and Technological Applications with Benefits, Oppurtunities, Costs and Risks*. New York: Springer Science and Business Media

Saaty, T.L., Vargas, L.G. (2012). *Models, Methods, Concepts&Applications of the Analytic Hierarchy Process*. New York: Springer Science and Business Media

Sarı, B. (2012). “Amerikan Ulusal Çıkarları ve Afrika”, *Ankara Üniversitesi Afrika Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 95-119.

Savoy, J., Wehren, M. (2021) “Trump’s and Biden’s Styles During the 2020 US Presidential Election”, *Digital Scholarship in the Humanities*, Volume 37, Issue 1, April 2022, Pages 229–241, <https://doi.org/10.1093/llc/fqab046>

Smith, D. N., Hanley, E. (2018). “The Anger Games: Who Voted for Donald Trump in the 2016 Election, and Why?” *Critical Sociology*, 44(2), 195–212. <https://doi.org/10.1177/0896920517740615>

Sudagezer, E. (2020). *ABD’nin Yaptırım Tehditlerini Sürdüğü Türkiye için Trump mı Yoksa Biden mi daha olumlu Seçenek?*. <https://sputniknews.com.tr/20201022/abdnin-yaptirim-tehditlerini-surdugu-turkiye-icin-trump-mi-yoksa-biden-mi-daha-olumlu-secenek-1043075647.html> (13.02.2023)

Sümer, G. (2008). “Amerikan Dış Politikasının Kökenleri ve Amerikan Dış Politik Kültürü.” *Uluslararası İlişkiler*, 5(19), 119-144.

Terme, B. vd. (2022). “Entegre Bulanık AHP ve Bulanık VIKOR Yöntemleriyle Tesis Yeri Seçimi.” *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 37 (2) , 383-398. DOI: 10.21605/cukurovaumfd.1146098

The Conversation (2019). <https://theconversation.com/president-trumps-use-of-the-authoritarian-playbook-will-have-lasting-consequences-150895> (05.04.2021)

The World Bank (2022). data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.KD.ZG?locations=US (20.12.2022)

Thomas, B. J. (2019). "Optimal Blockchain-based Cryptocurrency Selection for Remittance Transaction: An MCDM Approach". November 2019, *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems* 11(11):15-24 DOI:10.5373/JARDCS/V11SP11/20192923

Timor, M. (2001). *Yöneylem Araştırması ve İşletmecilik Uygulamaları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları

TRT (2021). <https://www.trthaber.com/haber/dunya/bidendan-trump-yonetiminin-kararlarini-tersine-ceviren-17-kararname-549243.html> (08.04.2021)

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı (2023a). <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-amerika-birlesik-devletleri-siyasi-iliskileri.tr.mfa#:~:text=ABD%20ile%20%20C3%BClkemiz%20aras%C4%B1nda%20NATO,%20%20C3%BCIke%20aras%C4%B1ndaki%20temas%20trafi%C4%9Fi%20artm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r.> (09.01.2023).

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı (2023b). (<https://www.mfa.gov.tr/amerika-birlesik-devletleri-siyasi-gorunumu.tr.mfa>) (09.01.2023)

Trump, D. (2018).

https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1031150465759633408?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1031150465759633408%7Ctwgr%5E4b1cac6b539edd0b837ed3d88c8d163087c04b95%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Ftr (17.12.2022).

USEMBASSY (2022). <https://tr.usembassy.gov/tr/ara-secimler-nedir-neden-onemlidir/> (09.01.2023)

Ünal, N. ve Öz, Y. (2022). "Helikopter Ürün Konumlandırma ve AHP/TOPSIS Yöntemi". *Makina Tasarım ve İmalat Dergisi*. 2022; 20(2): 61-70. <https://doi.org/10.56193/matim.1137833>

Üstün, K. (2023) "Türk-Amerikan İlişkileri: 2022'nin Öğrettikleri" *Kriter*, 7 (75), <https://kriterdergi.com/dis-politika/turk-amerikan-iliskileri-2022nin-ogrettikleri> (12.01.2023).

Venizelos, G. (2022). "Donald Trump in Power: Discourse, Performativity, Identification". *Critical Sociology*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/08969205221118223>

Whitehouse (2022). [whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/donald-j-trump/](https://www.whitehouse.gov/about-the-white-house/presidents/donald-j-trump/) (21.12.2022)

Whitehouse (2021). [whitehouse.gov/administration/president-biden/](https://www.whitehouse.gov/administration/president-biden/) (21.12.2022)

Wu, W., Peng, Y., Ergu, D. (2012). "Improved AHP-Group Decision Making for Investment Strategy Selection". *Technological and Economic Development of Economy*, 18(2), 299-316. <https://doi.org/10.3846/20294913.2012.680520>

Yeşiltaş, M. ve A. Balcı. (2011). "AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası Sözlüğü: Kavramsal Bir Harita", *Bilgi*, 23, 9-34.

Yıldızoğlu, E. (2019). "Trump 2020 Seçim Kampanyasını Başlattı, Avantajları ve Dezavantajları Neler?", <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48729981> (13.04.2021).



EGE STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

EGE STRATEGIC
RESEARCH
JOURNAL



TOPLUM, KÜLTÜR, DİL ÜÇGENİNDE GÖÇÜN YANSIMALARI: ALMANYA ÖRNEĞİ¹

REFLECTIONS OF MIGRATION IN THE TRIANGLE OF SOCIETY, CULTURE AND
LANGUAGE:
THE CASE OF GERMANY

Hatice Deniz CANOĞLU*

Öz

Dil, tarih boyunca çeşitli nedenlerle değişime uğramakta ve göç gibi sınırlara direkt olarak etki eden kültürel değişkenlerin etkisiyle sürekli olarak yenilenmektedir. Göç ile birlikte ortaya çıkan çokdilli bağlam, toplum, kültür ve dil üçgeninde gerçekleşen değişim süreçleri için önemli bir zemin oluşturmaktadır. Bu çalışma, Almanya'da yaşayan Türk göçmen kuşakları örneğinde göç ortamında ortaya çıkan dilsel ve sosyokültürel etkileşimleri analiz eden toplumdilbilimsel bir araştırmadır. Bu çok yönlü hedefi teorik olarak temellendirmek için çalışma kapsamında göç olgusunun toplum, kültür ve dil üçgenindeki yansımalarını inceleyen farklı alanlara ait multidisipliner bir yaklaşım benimsenmiştir. Çalışmanın amacı Türk göçmen kuşakların gündelik konuşmalarında öne çıkan dilsel çeşitliliğin temel dinamiklerini niteliksel ve niceliksel olarak araştırmaktır. Bu doğrultuda, çalışmanın veri temeli, Berlin'de yürütölen bir saha araştırması sırasında toplanan ve Almanya'nın farklı bölgelerinden örneklemlerle çeşitlendirilen farklı kuşaklara ait Türk göçmenlerin günlük yaşamlarındaki konuşmalarından oluşan bir derleme dayanmaktadır. Çalışma kapsamında öncelikle dört kuşak Türk göçmenin dil materyalinde Almanca ve Türkçe arasındaki temas noktaları incelenmiş ve Türk göçmenlerin varyasyon mekanizmaları detaylı olarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Almanca ve Türkçenin farklı kuşaklar tarafından günlük kullanımı ve bu kuşaklara ait derlem verilerindeki istatistiksel dağılımı çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında yalnızca Almanya'da kentsel ve çok dilli bağlamlarda yaşayan Türk göçmen kuşaklarının dil kullanımı değil, aynı zamanda kuşaklara özgü iletişim davranışları da incelenerek, göç ortamında ortaya çıkan etkileşim noktaları toplum, kültür, dil üçgeninde yorumlanmaya ve Almanya'ya işçi göçünün göç ve çoğunluk toplumu üzerindeki dilsel ve sosyokültürel etkilerinin ortaya koyulmasına çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler

Göç, Çok Dillilik, Dil Teması, Almanya

Abstract

Language has been changing for various reasons throughout history and is constantly being renewed under the influence of cultural variables that directly affect borders, such as

Makale Gönderim Tarihi: 10.10.2023

Makale Kabul Tarihi: 12.10.2023

¹ Bu çalışma Almanya'da "Der deutsch-türkische Mehrsprachigkeitskontext. Etappen des Sprachwandels im Generationenverlauf türkischer Migranten" (Almanca-Türkçe Çokdillilik Bağlamı. Türk Göçmenlerin Kuşaklar Boyunca Dil Değişim Aşamaları) başlığıyla yayımlanan doktora tez çalışmamın bir bölümünden üretilmiş olup, bu çalışma kapsamında elde edilen üç kuşağa ait verilerin dördüncü kuşağa ait veriler de dahil edilerek genişletilmesine dayanmaktadır.

* Arş. Gör. Dr., Ege Üniversitesi, Edebiyat Faköltesi, Alman Dili ve Edebiyatı Bölümü, hatice.deniz.canoglu@ege.edu.tr; ORCID: 0000-0001-5079-6850

migration. The multilingual context emerges as an important ground for the processes of change in the triangle of society, culture and language. This study is a sociolinguistic research that analyses the linguistic and sociocultural interactions that occur in the migration environment in the case of Turkish immigrant generations living in Germany. In order to theoretically ground this multifaceted objective, the study adopts a multidisciplinary approach from different fields that examine the reflections of the phenomenon of migration in the triangle of society, culture and language. The aim of the study is to qualitatively and quantitatively investigate the basic dynamics of linguistic diversity in the everyday speech of Turkish immigrant generations. Accordingly, the data base of the study is based on a collection of everyday speech of Turkish migrants belonging to different generations collected during a field research in Berlin and diversified with samples from different regions of Germany. Within the scope of the study, firstly, the points of contact between German and Turkish in the language material of four generations of Turkish immigrants were examined and the variation mechanisms of Turkish immigrants were analyzed in detail. The daily use of German and Turkish by different generations and their statistical distribution in the corpus data of these generations constitute the focus of the study. In this context, within the scope of the study, not only the language use of the Turkish immigrant generations living in urban and multilingual contexts in Germany, but also the communication behaviours specific to the generations will be examined, the interaction points emerging in the migration environment will be interpreted in the triangle of society, culture and language, and the linguistic and sociocultural effects of labour migration to Germany on immigration and the majority society will be revealed.

Key Words

Migration, Multilingualism, Language Contact, Germany

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihinin başlangıcından beri devam eden bir olgu olan göç, hem akademik çalışmaların hem de toplumun önemli bir odak noktası olarak yüzyıllardır geniş kitlelere ulaşmış ve her defasında büyük ilgi uyandırmıştır. Göç, küresel bir olgudur ve Bade/Oltmar'ın aynı adı taşıyan kitaplarında da tanımladıkları gibi insanlık tarihine ait "normal bir durumdur" (2004, s.1)². İnsanoğlu binlerce yıldır yer değiştirmektedir ve dünyanın farklı bölgelerindeki göç hareketlerinin binlerce yıl daha toplumun bütününde değişikliklere yol açacağı söylenebilir. Sosyolog Petrus Han da bu bağlamda göç hareketlerinin çok eski zamanlara dayanan tarihini şu şekilde tarif etmektedir:

"Göç hareketleri tüm zamanlarda gözlemlenebilir. İnsanlığın kültürel tarihinin ayrılmaz bir parçasıdır. Biçimleri, insanların sosyo-kültürel ve maddi yaşam koşullarındaki değişimlerle birlikte zaman içerisinde sürekli olarak değişmiştir." (2010, s.5)

Han'ın tanımı, göç hareketlerinin toplumların yapısını ve böylece tarihini kalıcı olarak şekillendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Göç ortamında yabancı kültürle karşılaştığında, süregelen gündelik alışkanlıklar sorgulanır. Bu sorgulama beraberinde, toplumsal sınırların yeniden düzenlenmesine ve böylece yeni kültürel yorumlama sistemlerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu anlamda, göçmenlerin göç toplumuna entegrasyonu, iki kutup arasındaki sınırların ortadan kalktığı bir senkronizasyon süreci olarak yorumlanabilir. Bu süreç sonunda kültürlerarası diyalogun gerçekleşebilmesi için serbest bir alan ortaya çıkmaktadır. Ancak bu senkronizasyon tek taraflı olarak gerçekleşmez; senkronizasyonun tamamlanma sürecinde iki farklı kültürel değer sistemi arasında karşılıklı bir gidiş geliş söz konusudur. Göç kaynaklı uzun süreli temas durumlarında her iki taraf da birbirini etkiler. Başka bir deyişle; göçmenler ev

² Almanca eser ve kaynaklardan yapılan alıntılar yazar tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

sahibi topluma entegrasyon süreçlerinde sadece kendileri yeni topluma uyum sağlamazlar, yerli olan da bu süreçte değişir ve yenilenerek yoluna devam eder. Ünlü göç araştırmacısı Klaus Bade'ye göre, entegrasyonun özünü oluşturan göç bağlamındaki sınır geçişleri, yalnızca göçmenler ve yerel halk arasındaki karşılaşmaya, yani insanların sınırlar ötesi hareketine indirgenemez (2008, s.19). Bade'ye göre göç bağlamındaki kültürlerarası karşılaşmalar, bir yandan yerli halkın kendisine çizdiği görünmez sınırlar, diğer yandan ötekiyle arasındaki sınırlar ve son olarak da her iki kutbun kültürlerarası diyalog yeteneğiyle ortaya çıkan sınırlar ötesi alan tarafından karakterize edilmektedir (ibid.). Toplumun çeşitlenmesine yol açan ve bir arada yaşamayı şekillendiren asıl etken, burada da sözü edilen bu kültürel farklılık, yani göçün çoklu ve çeşitli karakteridir. Bu bağlamda, 'kültürlerarası', 'çok dilli', 'çok kültürlü' gibi terimler, küreselleşme çağında toplumdaki yapısal değişimi kavramanın anahtarı olarak gösterilebilir.

Alman tarihi de, yüzyıllar boyu kitlesel göç hareketleriyle güçlü bir şekilde şekillenmiştir. Bade/Oltmer'e göre Almanya, "sınırları yüzyıllar boyunca akıp giden bir mekândır" (2008, s.141). Yaklaşık 13,4 milyon yabancıyla Almanya bugün dünyanın en fazla yabancı nüfusuna sahip ülkelerinden biridir ve bu nedenle açıkça bir göç ülkesi olarak tanımlanabilir³. Günümüzün çok kültürlü Alman toplumu, Alman göç ve çok dillilik araştırmalarının çıkış noktasını oluşturmaktadır. Almanya'ya Türk göçü, bu kılavuz kavramın merkezinde yer almakta ve uzun süredir büyük ilgi görmektedir. Göç ve entegrasyon konusundaki akademik ve toplumsal tartışmaların en önemli ilham kaynağı olan Türkler, Almanya'da her zaman Avrupa genelinden daha fazla tartışılmaktadır (Karakışoğlu 2008: 1054). Sosyolojik, dilbilimsel, sosyal-psikolojik ve kültürel çalışmalarda ve siyasi söylemlerde Türk göçmenler ile onların entegrasyon süreçleri her zaman özel bir ilgi uyandırmıştır. Bu bağlamda, Almanya'da süregelen göçe ilişkin akademik tartışmaların, Türk-Alman etkileşiminin farklı dinamikleri tarafından yönlendirildiği söylenebilir. Almanya'da yaşayan Türk göçmen nüfusun entegrasyon süreci, dilleri ve sosyal yapıları, bugüne kadar göç bağlamında yeniden yorumlanan kültürel ve dilsel sınırları açıklamak için bir platform işlevi görmüş ve işçi göçünün ilk yıllarından itibaren akademik araştırmaların yönünü belirlemiştir.

Göç bağlamında farklı kültürlerin iç içe geçmesi, sınırların yeniden çizilmesi ve var olan toplumsal kategorilerin yeniden yorumlanması, kendini en açık şekilde 'dil' üzerinden göstermektedir. Göç ile birlikte ortaya çıkan dil çeşitliliğine olan ilgi son yıllarda tüm dünyada muazzam bir artış göstermiş, özellikle Almanya'da ilk işçi göçüyle birlikte başlayıp yarım asrı aşkın süredir devam eden göç ve entegrasyona dair tartışmalar yeniden alevlenerek, yoğun bir şekilde araştırılan bir konu haline gelmiştir. 'Günümüz'⁴ Almancasının göç ortamında gerçekleşen dilsel ve kültürel temas nedeniyle güçlü bir şekilde şekillendirildiğini gösteren araştırmalar, dil çeşitliliğinin göç sürecinin en dikkat çekici sonuçlarından biri olarak yorumlanabileceğini ortaya koymaktadırlar (Dirim/Auer 2004, Keim 2008, Cindark 2010, Wiese 2012, Canoğlu 2012, Bracker 2017, Schumann 2021). Ancak burada bahsedilen çeşitlilik sadece Alman dilinin sınırları içerisinde gerçekleşmemekte, Almancanın diğer dillerle teması sonucu ortaya çıkmakta ve genellikle göç hareketleriyle ilişkilendirilmektedir. Bilindiği gibi dil, göç sürecinde sadece Almanya'da değil, neredeyse tüm Avrupa ülkelerinde geçirgen hale gelmiştir (Plewnia 2011: 7). Bu bağlamda küreselleşmenin dil çeşitliliği üzerindeki kontrolsüz etkisi de dikkat çekicidir. Göç hareketlerinin yarattığı ve küreselleşme tarafından güçlü bir biçimde şekillendirilen dilsel hareketlilik, sadece Almanya'da değil Avrupa çapında yürütülen dilbilim araştırmaları için oldukça önemli bir odak noktası oluşturmaktadır. Dolayısıyla, bugüne kadar yapılan araştırmalarda Almanya örneğinde olduğu gibi Avrupa'nın da çok dilli

³<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Tabellen/auslaendische-bevoelkerung-staatsangehoerigkeit-jahre.html>

⁴ Günümüz Almancası terimi bu çalışma kapsamında, küreselleşmenin, göçün ve çok dilliliğin etkisiyle şekillenen Alman dilini ifade etmektedir.

olarak nitelendirilmesi tesadüf değildir. Bu nedenle Almanya’da yaşayan göçmenlerin çok dilli konuşma pratikleri Alman ve Avrupa kültür tarihinin en dinamik unsurlarından biri olarak kabul edilebilir (Keim 2012: 1).

Bu noktadan hareketle bu çalışma, Almanya’da yaşayan Türk göçmen kuşaklarının gündelik konuşmalarında yer alan dilsel çeşitliliğin temel dinamiklerini araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın veri temeli, Almanya’nın farklı bölgelerinde yaşayan dört kuşak Türk göçmenin günlük konuşma pratiklerinin toplumdilbilimsel ve etnografik bir araştırma çerçevesinde analizine dayanmaktadır. Bu nedenle çalışmanın odak noktasında sadece Almanya’da yaşayan Türk göçmen kuşaklarının dil kullanımı değil, aynı zamanda kuşaklara özgü iletişim davranışları da yer almaktadır. Bu amaçla çalışmanın veri toplama, analiz ve değerlendirme süreçlerinde, Almanca-Türkçe göç ortamında ortaya çıkan dilsel ve sosyokültürel etkileşim süreçlerini her yönden tanımlayabilmek için, sadece elde edilen konuşma materyallerine değil, aynı zamanda araştırmanın yürütüldüğü çevrenin etnografik özelliklerine ve incelenen grubun sosyokültürel yapısına da önemli bir yer verilmiştir. Böylece Almanya’da yaşayan dört kuşak Türk göçmenin nesiller boyu geçirdikleri değişim süreçlerinin, Almanca ve Türkçeyle olan ilişkileri bağlamında analiz edilmesi ve bunun göç ve çoğunluk toplumdaki dilsel ve sosyokültürel etkilerinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

2. GÖÇ, TOPLUM VE DİL ÜÇLEMESİ ÇERÇEVESİNDE YÜRÜTÜLEN ARAŞTIRMALARDA ALMANYA’YA TÜRK GÖÇÜ

İkinci Dünya Savaşı, Alman göç söyleminde bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Türk göç tarihi açısından da bu dönem çok önemli bir yeni başlangıca işaret etmektedir. Mayıs 1945’te savaşın sona ermesi, Alman nüfusu için yalnızca toplumsal değil, ekonomik anlamda da oldukça zor geçecek bir dönemin başlangıcı olmuştur. Savaş sonrası yıllarda Almanya’da büyük göç dalgaları yaşanmış ve yıkılan toplumu ekonomik olarak yeniden ayağa kaldırmak için Almanya çeşitli ülkelerle iş gücü anlaşmaları imzalamıştır: İtalya (1955), İspanya (1960), Yunanistan (1960), Türkiye (1961), Fas (1963), Güney Kore (1963), Portekiz (1964), Tunus (1965), Yugoslavya (1968) (Bade vb. 2008, 159). İşçi alımının başlaması Almanya’nın yeniden inşası için çok önemli bir adım olarak tanımlanabilir. Misafir işçi hareketinin başlamasıyla birlikte Almanya ‘dışarıya göç veren’ bir ülkeden ‘işgücü ithal eden’ bir ülkeye ve misafir işçilerin nesiller boyu kalıcı ikametleriyle birlikte son olarak bir ‘göç’ ülkesine dönüşmüştür (Bade 1983, 29; 1993, 4; Nuscheler 2004, 119; Hradil 2012, 45). Günümüz Almanya’sındaki kültürel ve dilsel çeşitlilik, bu açıdan savaş sonrası dönemin bir kalıntısı olarak yorumlanabilir. Almanya’da yaşayan göçmen kökenli yaklaşık 23,8 milyon kişi, 2022 verilerine göre toplam nüfusun %28,7’sini oluşturmaktadır; bunlar arasında Türkler %11,89 ile en büyük göçmen grubunu temsil etmektedirler⁵. Burada adı geçen Türklerin çoğu Almanya’da doğmuş, büyümüş ve birçoğu halihazırda Alman vatandaşı olmuşlardır.

Almanya’ya Türk göçü uzun ve göçmen Türkler için oldukça sancılı bir tarihe sahiptir. Türk göç tarihinin her aşaması - işe alım anlaşmasının imzalanması, ilk işçi grubunun ülkeye girişi, ailelerinin gelişi, ikinci kuşağın ilk çocuklarının doğumu ve evliliklerinden torunlarına kadar - belirli sosyo-kültürel deneyimler ile ilişkilidir. Bu bağlamda, her kuşağın söz konusu

⁵ Bkz. İstatistik Ofisi'nin (Destatis) 2022 yılı nüfus sayımı verileri ve İstatistik Ofisi'nin 20 Nisan 2023 tarih ve 158 sayılı basın açıklaması: (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Publikationen/Downloads-Migration/statistischer-bericht-migrationshintergrund-erst-2010220227005.html>)

(https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/04/PD23_158_125.html) (Son Erişim: 01.09.2023)
Bu çalışma bağlamında, 'göçmen kökenli' ifadesi, 1950'den bu yana Almanya'ya göç eden ve onların soyundan gelen nüfusun yanı sıra yabancı nüfusu da kapsamaktadır (ibid.)

aşamada kuşağa özgü bir davranış, duygu, dil ve düşünce kalıbına sahip olduğunu ve göç tarihinde iz bıraktığını belirtmek özellikle önemlidir.

Göçün ilk aşaması, iş gücü anlaşmasının imzalanması ve ardından ilk işçi grubunun Almanya'ya girişiyle başlar. Bu aşama 1973 yılında işçi alımının durdurulmasına kadar sürmüştür. İlk nesil göçmenler olarak adlandırılan misafir işçiler, göçün “sorunlu çocukları”⁶ olarak tanımlanmışlar, Almanya'ya gelişleri ve kaldıkları süre, Alman çoğunluk toplumu tarafından geçici bir aşama olarak algılanmıştır. Hatta 1973'teki işçi alımının durdurulmasına kadar Almanya'ya göç eden yabancı işçileri tanımlamak için kullanılan ‘misafir’ işçi terimi, grubun planlanmamış ikametine atıfta bulunmaktadır (Hunn 2005, 9). Bade'ye göre ‘misafir’ tanımlaması, “bunun kalıcı bir olgu haline gelmeyeceği fikrine işaret etmektedir; çünkü misafir sadece kalıcı olarak yerleşmeyen kişidir” (1993, 9). Bu yaklaşım, Türk göçmenlerin yabancı olarak ötekileştirilmelerinde Alman toplumu tarafından merkezi bir referans noktası olarak kullanılmıştır. Bade'nin misafir işçi tanımı bu bağlamda Georg Simmel'in yabancı kavramıyla yakından ilişkilendirilebilir. Simmel de yabancıyı ve onun göç sürecini benzer bir şekilde tanımlamaktadır ve bu bağlamda özünde yakınlık ve uzaklık karşıtlıklarının birleştiği yabancının ikircikliliğine atıfta bulunmaktadır (1992, 764). Misafir işçi olarak tanımlanan bu grup gerçekte Alman toplumuna aittir, ancak varlıklarına her zaman bir gün anavatanlarına dönecekleri beklentisi eşlik eder. Her ne kadar herkes onların kalıcı olduğunu bilse de, bu düşünce onlarca yıl devam etmiştir. Alman toplumu içinde bu ilk kuşak her zaman bir yabancı olarak yaşamıştır. Bu yabancı olarak etiketlenme durumu, entegrasyon tartışmalarıyla birlikte toplumda da ciddi bir şekilde somutlaşmış ve Türkler daha göçün ilk yıllarından itibaren entegrasyon tartışmalarının en önemli dayanak noktasını oluşturmuşlardır. Karin Hunn, *Nächstes Jahr kehren wir zurück (Gelecek Yıl Geri Döneceğiz)* adlı kitabında misafir işçi kuşağının toplumsal olarak ihmal edildiğini ve siyasi olarak son derece ihmalkâr davranıldığını ifade etmektedir:

“Siyasi sorumluların on yıllar süren reddi [...] yabancı işçi göçmenlerin Alman toplumunun bir parçası olarak değil, öncelikle siyasi ve eğitimsel eylem nesneleri olarak algılanmasına yol açtı. Toplumdaki marjinal konumları akademik çalışmalara da yansımıştır: Eski “misafir işçiler” ve onların çocukları çok sayıda sosyolojik ve pedagojik araştırmaya ve sorun incelemesine konu olmuşlardır; ancak Alman tarihine ait oldukları neredeyse hiç düşünülmemiştir.” (2005, 9).

Hann, bu kalışın geri dönüşü olmayan bir göç olarak kabul edilmesinin ve göçmen grupların Alman toplumunun bir parçası olarak algılanmasının siyasi ve bilimsel olarak her zaman göz ardı edildiğine işaret etmektedir (2005, 9). *Gelecek Yıl Geri Döneceğiz* kitabının başlığı bile ilk misafir işçilerin başlangıçtaki fikirlerine bir atıf olarak yorumlanabilir. İş gücü alımının durdurulması, bu açıdan kritik bir karar verme anı olarak algılanabilir: Göçmen işçiler bu noktada ya anavatanlarına geri dönecek ya da ailelerini yanlarına alacaklardı. Bu bağlamda aile birleşimi, göç tarihinde bir kırılma noktası olmuş, Almanya'nın şimdiki heterojen nüfus yapısının ve kuşaklar boyu devam eden Türk-Alman kültürel etkileşiminin temelini atmıştır (Karakışoğlu 2008, 1056). Misafir işçileri fiili göçmenlere dönüştüren aile birleşimi (Bade vb. 2008, 160), Türk göç tarihinin ikinci aşamasının başlangıcına işaret etmektedir. Okul çağında ebeveynleriyle birlikte göç eden ya da Almanya'da doğan misafir işçi kuşağının çocukları, ikinci kuşak olarak adlandırılmaktadırlar. Uzun zamandan beri Almanya'da ikamet eden bu göçmenler, siyasi ve kamusal tartışmalarda yeni bir konunun, yani uyum sorununun başlangıcını temsil etmektedir (Gestring/Janßen/Polat 2009, 9). Bu yıllardan itibaren Türk nüfusu, Alman göç tarihinin sosyopolitik tartışma konusu haline gelmiş ve neredeyse her zaman başarısızlıkla sonuçlanan entegrasyonun temsili bir sembolü olarak kullanılmıştır.

⁶ Bkz. C. Lauer / D. Siems / D. Ehrentrau: „Türken sind die Sorgenkinder der Integration“(Türkler entegrasyonun sorunlu çocuklarıdır), in: Die Welt, 17.04.2010.

Göçün üçüncü aşaması, ikinci neslin çocuklarının doğumuyla başlar ve dördüncü neslin ilk çocuklarının doğumuna kadar sürer. İkinci neslin işçi kuşağına ait ebeveynleriyle ilişkilerinde olduğu gibi, üçüncü neslin düşünce ve yaşam yapıları da kendi ebeveynlerinden farklıdır. Almanya’da yaşayan Türklerin nesiller boyunca sadece yaşam biçimleri değil, sosyal statüleri ve entegrasyon potansiyelleri de değişmiştir. Yeni uygulamaya konulan entegrasyon politikası ile Almanya’daki Türk göçünün sosyopolitik durumu iyileşmiştir. Yeni Yabancılar Yasası’nın 1991 yılında yürürlüğe girmesi, Türk göçmenlerin vatandaşlığa kabulünde artışa yol açmış ve 2000 yılından bu yana Almanya’da doğan göçmen çocuklarına çifte vatandaşlık hakkı tanınmıştır (Karakaşoğlu 2008, 1059). Ancak bu olumlu gelişmelerin yanı sıra, Türk göçmenlere yönelik, çoğunlukla dilleri ve dinleriyle ilgili eleştiriler de hiçbir zaman son bulmamıştır. Son yıllarda Türk kökenli göçmenler, çoğunlukla müslümanlık tartışmalarının konusu olmuştur. Bu tartışmalar 11 Eylül terör saldırıları ile başlamış, İslam karşıtı Pegida grubunun protestoları ile kitlesel olarak yükselmiş ve son yıllardaki savaş beraberinde gelen göç dalgaları ve mülteci akımı ile zirveye ulaşmıştır. Dramatik geçmişin aksine, bu kez politikacılar da dahil olmak üzere pek çok Alman, Türk ve İslam karşıtı tartışmalara karşı seslerini yükseltmiş ve günümüz Almanya’sının renkli çeşitliliğini savunmuştur⁷. Geçtiğimiz 63 yılda olduğu gibi, Türk göçmen nüfusunun Alman toplumuna dilsel, kültürel ve sosyal entegrasyonu Almanya’da hararetle tartışılan bir konu olmaya devam etmektedir.

Görüldüğü üzere, Türk göç tarihi boyunca her kuşak yeni bir aşamanın başlangıcına işaret etmektedir. Türk göçmen nüfusu, farklı aşamalarda farklı sorunlar ve sosyal çalkantılarla karşı karşıya kalmışlardır. Göçmen Türkler bir yandan toplum içerisinde ‘yabancı’ olarak konumlandırılmalarıyla başa çıkmaya çalışırken, diğer yandan her yeni nesil dilsel ve kültürel olarak yeni bir kendini temsil modeli ortaya koyarak Türk-Alman göç tarihini etkilemiştir. Bu bağlamda Almanya’ya Türk göçünün sadece tarihsel bir dönüm noktasını temsil etmekle kalmadığı, aynı zamanda göçmenlere özgü yeni bir dünyanın kapılarını da açtığı söylenebilir.

Farklı kültürlerin uzun süreli bir arada yaşaması, Alman toplumunu birçok yönden yapılandırmakta ve özellikle Almanya’nın büyük kentlerinin banliyölerinde göçmenlere özgü yeni sosyal bağlamların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Türk göçmen nüfusunun Almanya’nın belirli kentsel yerleşim alanlarında yoğun bir şekilde kümelenmesi, Almanca-Türkçe çokdillli bağlamın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çünkü sosyal ilişkiler ancak dil aracılığıyla veya dil içerisinde kurulurlar (Schenk/Bergs 2004, 441). Türk göçmenlerin dilleri ve yaşadıkları sosyal çevre de bu noktada bir ayna görevi görmektedir: Sosyal çevrelerdeki değişim dillerinde de değişime yol açmaktadır. Bu noktada, Almanca-Türkçe çok dillilik bağlamının paradoksal bir göç gerçekliğini temsil ettiği açıkça ortaya çıkmaktadır: Bu bağlam, bir yandan yeni dilsel ve kültürel mekanizmaların ortaya çıkmasına zemin hazırlamakta, ancak aynı zamanda da bu dilsel ve kültürel mekanizmalar tarafından inşaa edilmektedir. Türk göçmenlerin bu bağlamının sınırları içinde ve sınırları ötesindeki hareketleri hem dilsel ve hem de kültürel pratiklerinin analizi için önemli bir çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Bu ön değerlendirmeler temelinde, bu çalışma Türk göçmen kuşakların dilsel değişim pratiklerinin kuşaklar düzeyinde ne ölçüde kategorize edildiğini ve göç bağlamında ortaya çıkan hangi mekanizmalarının Alman dilinde değişim süreçlerine yol açtığını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmada, etnografik ve toplumdilbilimsel yöntemler temelinde Almanya’daki Türk göçmenlerin konuşmaları analiz edilerek, her bir göçmen kuşağına ait dilsel bir kuşak profili çıkarılmaya çalışılacaktır. Çünkü sadece dilbilim, sosyoloji, konuşma

⁷ Angela Merkel’in Pegida’ya karşı açıklamaları: „Merkel gegen Pegida und Islam-Hasser. Glückwunsch! Endlich Klartext“, ein Kommentar von Roland Nelles, Spiegel-Online, 12.01.2015 (<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/angela-merkel-islam-gehoert-zu-deutschland-derkommentar-a-1012635.html>); „Kanzlerin Merkel: Der Islam gehört zu Deutschland“, Spiegel-Online, 12.01.2015 (<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/angela-merkel-islam-gehoert-zu-deutschland-a-1012578.html>) (Son Erişim 02.09.2023)

analizi ve etnografiyi birleştiren çok yöntemli bir araştırma konsepti, incelenen göçmen gruba ve bu grubun çok dilli pratiklerinin yanı sıra kültürel değerlerine derinlemesine bir bakış açısı sağlayabilir (Keim 2007, 70; 2008, 16; ayrıca bkz. Kallmeyer 1994, 21). Bu bağlamda, her bir göçmen kuşağın dil pratikleri günlük yaşamdan somut konuşma örnekleri ile incelenerek, toplum, kültür, dil ve sosyal gerçeklik arasındaki ilişki analiz edilmeye çalışılacaktır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın veri temelini, Almanya'nın göçmen nüfusunun yoğun olduğu farklı bölgelerinde yürütülen bir saha araştırması kapsamında toplanan farklı Türk göçmen kuşaklarına ait konuşma kayıtlarını içeren bir derlem⁸ oluşturmaktadır. Bu bağlamda Berlin'in en yüksek göçmen nüfusuna sahip olan Kreuzberg, Neukölln, Wedding ve Spandau gibi farklı banliyöler ana araştırma sahası olarak seçilmiş, bunun yanı sıra Türk göçmenlerin yoğun olarak yaşadığı Hamburg, Düsseldorf, Hannover, Münih, Stuttgart, Kiel, Nürnberg ve çevrelerinde ek kayıtlar gerçekleştirilmiştir. Saha araştırması sırasında toplanan kayıtlar, saha araştırmacısının etnografik gözlem ve notları ile desteklenerek GAT2 (Konuşma Çözümlemesi Çevriyazı Sistemi) transkripsiyon kurallarına göre yazıya dökülmüş ve toplumdilbilimsel bağlamda analiz edilmiştir (Selting 1998, s. 91–122; Selting 2009, s. 353–402). Ailenin göç biyografisi ve farklı kuşaklar arasındaki ilişkiler araştırma için önemli faktörler olduğundan, örneklem grubu seçiminde deneklerin belirli bir sosyal ağa ya da aileye bağlı olmalarına dikkat edilmiştir. Denekler arasındaki aidiyete bağlı samimiyet, kayıtların doğal iletişim ortamında yapılmasına katkıda bulunmuştur. Konuşmalar, dilin doğal kullanımını etkilememek için çoğunlukla saha araştırmacısının varlığı olmadan kaydedilmiştir. Örneklem grubuna, saha araştırmasına katılmayı kabul ettikten sonra bir ses kayıt cihazı verilmiş, ses kayıtları çoğu zaman denekler tarafından günlük doğal iletişim pratikleri esnasında yapılmış ve veriler anonim olarak analize dahil edilmiştir. Birinci kuşak göçmenlerin ses kayıtları çoğunlukla kendi göç geçmişleri ve Almanya'daki yaşamları hakkında bilgi verdikleri öyküsel görüşmeler şeklinde yapılmıştır. Bu kuşakla yürütülen saha araştırmasında doğal iletişimi teşvik etmek için kayıtlar deneklerin çocukları ya da torunları tarafından gerçekleştirilmiştir. Kaydedilen tüm doğal görüşme verileri, katılımcı gözlem sırasında elde edilen içgörülerle ve etnografik saha araştırmasının notlarıyla desteklenmiştir. Bu bağlamda saha protokolleri, saha gözlemleri ve işitsel kanıtlar da araştırma materyali olarak derleme entegre edilmiştir. Veri analiz ve değerlendirme süreçlerinde kuşakların gündelik konuşmaları, etnografik olarak incelenmiş, konuşma analizi açısından işlenmiş ve toplumdilbilimsel olarak değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

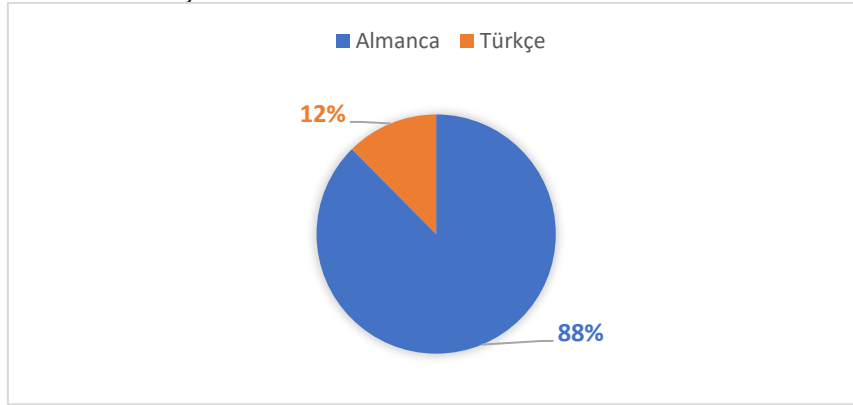
Bu çalışmada yukarıda da belirtildiği gibi Almanya'nın farklı bölgelerinde yaşayan göçmen Türklerden oluşan bir derlem kullanılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan derlem yaklaşık 35 saatlik transkribe edilmiş ses kaydından oluşmaktadır. İlk misafir işçi kuşağının dil profillerinin analizi için 65 yaş üstü bir örneklem grubu kullanılmış olup, ikinci kuşağın temsilcileri olarak 40-60 yaş arası göçmenler seçilmiştir. Üçüncü kuşağı temsilen 17-39 yaş arasındaki ve dördüncü kuşağı temsilen ise 3-17 yaş arasındaki katılımcılar çalışmaya dahil edilmiştir. Örneklem grubunun seçiminde en önemli faktörler, aile göç biyografisi ve yaştır.

⁸ Bu çalışmada "Die Dynamik der Sprachvariation in der Generationenfolge türkischer Migranten in Deutschland. Eine empirische Untersuchung zu den Dimensionen des Sprachwandels im deutsch-türkischen Mehrsprachigkeitskontext" (Almanya'da yaşayan Türk göçmen kuşaklarının dil değişiklerinin dinamiği. Almanca-Türkçe Çokdillilik bağlamında dilin değişim boyutlarının deneysel olarak incelenmesi) başlıklı doktora tez çalışmam kapsamında Almanya'da yürütülen saha araştırmasında elde edilen veriler kullanılmış, buna ek olarak dördüncü kuşağa ait veriler de çalışmaya eklenerek analiz edilmiş, ilgili çalışmanın kapsamı genişletilmiştir.

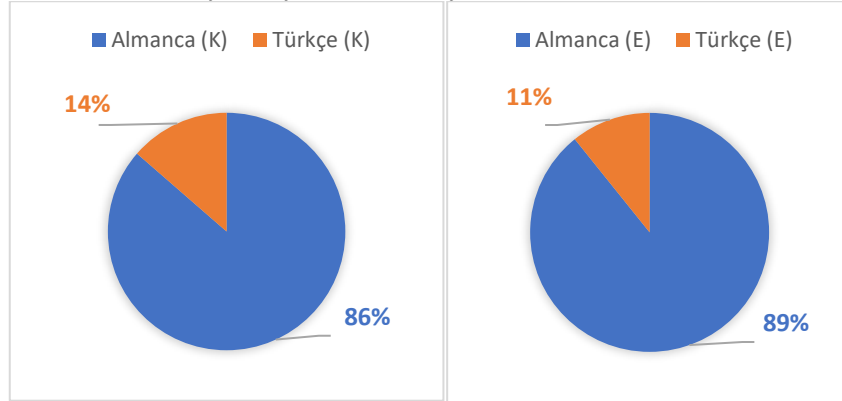
Analiz kapsamında, göçmen kuşakların dil kullanımını istatistiksel olarak incelemeye ve böylece kuşağa özgü dil kullanımına dair bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır. Dört farklı göçmen kuşağın dil materyalindeki Almanca ve Türkçe oranlarına ilişkin istatistiksel veriler, Türk göçmenlerin günlük dil kullanımına ve Almanca ve Türkçe kelime dağarcıklarının kuşağa özgü kullanım potansiyellerine ilişkin net bir genel bakış sunmaktadır. Bu bağlamda, ilk olarak Almanca ve Türkçe sözcüklerin günlük hayattaki pratik kullanımına odaklanılmış ve göçmen kuşakların konuşmalarında Almanca ve Türkçeyi kullanım oranları gruplar halinde incelenmiştir.

4.1 İlk Kuşak Göçmenlere Dair Bulgular:

Birinci kuşak göçmenlerin derlem kapsamındaki Türkçe ve Almanca kullanım oranları aşağıdaki grafiklerde sunulmuştur:



Grafik 1: İlk Kuşak Göçmenlerin Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları



Grafik 2: İlk kuşak Göçmenlerin Cinsiyetlere Göre Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları

İlk kuşağa ait ses kayıtlarından elde edilen verilerde, Almanca kullanım oranının oldukça yüksek olduğu açıkça görülmektedir (%88). Bu noktada, birinci kuşağa ait verilerin çoğunlukla kendi göç geçmişleri ve Almanya'daki yaşamları hakkında bilgi verdikleri öyküsel anlatılar ve görüşmeler şeklinde yapıldığını vurgulamak oldukça önemlidir, çünkü bu kuşak günlük hayatta genellikle zorunlu durumlarda Almanca konuşmaktadır. Yukarıda sunulan veriler misafir işçi kuşağının Almanca konuşurken sadece Almancaya odaklandığını, Türkçe sözcükleri doğrudan kullanmadığını göstermektedir. Bu kuşağın temsilcilerinin Almancayı bir 'hayatta kalma stratejisi' olarak kullanmakta oldukları sonucuna varılabilir. Almancayı ilerleyen yaşlarda yabancı dil olarak öğrendiklerinden, sadece mecbur kaldıklarında Almanca konuşmaktadırlar. İş gücü anlaşması ile Almanya'ya gelen bu kuşak, Almanca ile ilk kez iş ortamında karşılaştığından, Almanca onlar için iş ortamındaki görevlerini yerine getirmek ve Almanya'daki günlük yaşamlarında iletişim kurabilmek için bir 'hayatta kalma stratejisi' görevi üstlenmiştir. Şimdilerde emeklilik yaşlarında olan bu grup, emeklilikle birlikte Almanlarla etkileşim halinde oldukları sosyal ağlarıyla düzenli temaslarını bırakmış ve

çoğunluğu Türklerle çevrili bir sosyal çevrede yaşamaya başlamışlardır. Yaşa bağlı faktörler ve Almanlarla sınırlı temas nedeniyle, misafir işçi kuşağının temsilcilerinde Almanca ve Türkçe kullanımı arasındaki uçurum son derece geniştir. İki dil arasındaki bu asimetri, aslında bu kuşağın çok dillige dair becerilerinin bir yansıması olarak da görülebilir. Farklı dillerin spontan olarak bir arada kullanımı her iki dilde de gelişmiş dil becerilerine sahip olmayı gerektirdiğinden, misafir işçi kuşağı günlük iletişimde sonraki kuşakların aksine iki dil arasında akıcı bir şekilde geçiş yapamamaktadırlar. Bu bağlamda, bu kuşağın Alman diliyle ‘sistematik’ bir ilişkiye sahip olduğu ve dili yalnızca ‘iletişim’ amacıyla kullandığı sonucuna varılabilir.

Aşağıda örnek olarak sunulan derlem kanıtlarında da görüleceği üzere, misafir işçiler sadece görüşme kaydı hakkında bir şey söylemek istediklerinde veya konuşmayı Almanca olarak sürdürmediklerinde Türkçe ifadeler kullanmaktadırlar. Bu bağlamda bu kuşağın ‘Almanca konuşmayı’ tamamlamaları gereken bir görev olarak gördükleri sonucuna varılabilir. Türkçe kullanımı çoğu zaman aşağıda verilen örnekte de görüldüğü gibi genellikle ses kaydının düzgün olup olmadığını kontrol etmek için kullanılmıştır (Katılımcı RA: Z. 378-380):

378 RA: **anladın dimi oldu mu iyi** (.) bu alte leute ilk
[eski insanlar]
379 gidenlerin (2.0) çok daha bir roman gibidir benim
380 hayatım da

Bu örnekten de görülebileceği gibi, katılımcı RA Türkçeyi daha çok ses kaydını kontrol eden bir mekanizma olarak kullanmaktadır. ‘Almanca konuşma’ görevini tamamladıktan sonra, her şeyin yolunda olup olmadığını kontrol etmek için Türkçe “anladın dimi oldu mu iyi” (s. 378) ifadesini kullanmaktadır. Benzer bir strateji, ses kayıtlarının başında da görülebilir. Katılımcılar kayda başlarken genellikle Türkçe konuşmaktadırlar (Katılımcı HA, Katılımcı RA: s. 2-3):

2 HA: **hadi konuşuyoz** (2.0) kannst du mal bitte sagen
[lütfe söyler misin (konuşur musun)]
3 RA: ja: ich sag
[tamam söylerim(konuşurum)]

Buradaki “hadi konuşuyoz” (s. 2) şeklinde yapılan Türkçe giriş, katılımcı tarafından Türkçenin stratejik kullanımına işaret etmektedir. HA konuşmanın açılışını, çok iyi bildiği ve kendine güvendiği dilde yapmıştır. Türkçe olarak yapılan girişin ardından, katılımcı HA bilinçli bir şekilde Almanca konuşmaya başlamakta ve bunu yaparken de ‘Almanca konuşma’ yükümlülüğünü yerine getirmektedir. Aşağıdaki konuşma örneğinde, katılımcı HA’nın yine aynı stratejiyi kullandığı gözlemlenebilir (Katılımcı HA (1.Kuşak: 1K), Katılımcı TL (2.Kuşak: 2K): s. 1-3):

1 HA: **sor bişey sene söylesin sor**
2 TL: ah mach nix mach mal kaffee
[hiçbir şey yapma kahve yap]
3 HA: ja mach ich
[tamam yapıyorum]

Bu konuşma örneği, birinci kuşaklarla yapılan ses kayıtlarında en sık karşılaşılan durumlardan biridir. Katılımcı konuşmaya Türkçe olarak “sor bişey sene söylesin sor” (s. 1) diyerek başlar. Almanca olarak söylemek istediği ilk kelimeleri bulana kadar, konuşmada ortaya çıkan boşluğu Türkçe olarak doldurur. Burada kullanılan yöntem, göçmen neslin Almanya’daki günlük yaşamlarında karşılaştıkları iletişim zorluklarıyla başa çıkmaya yönelik pragmatik stratejilerinin açık bir göstergesidir. Şimdiye kadar sunulan örneklerde de görüldüğü gibi, birinci nesil yalnızca belirli iletişimsel ihtiyaçlarını karşılamak için Almanca ve Türkçe

arasında köprü kurmakatadırlar. Bu bağlamda, başka bir konuşmadan alınan aşağıdaki alıntı, katılımcı ME'nin Almancayı görev bilinciyle konuştuğunun açıkça görüldüğü önemli bir örnektir (Katılımcı ME: s. 57-64):

- 57 CD: waren die deutschen nett zu ihnen (.)
[Almanlar size karşı kibarmıydı]
- 58 [hat man sie] akzeptiert
[sizi kabul ettiler mi]
- 59 ME: [natürlisch]
[tabii]
- 60 natürlisch deutsche leute alle ist se:hr se:hr nett
[tabii almanlar hepsi çok çok kibar]
- 61 (.) **ah dur onu almanca söylecektim**
- 62 CD: **söyledin ya almanca**
- 63 ME: **ha**
- 64 ((Gelächter))
[Gülüşmeler]

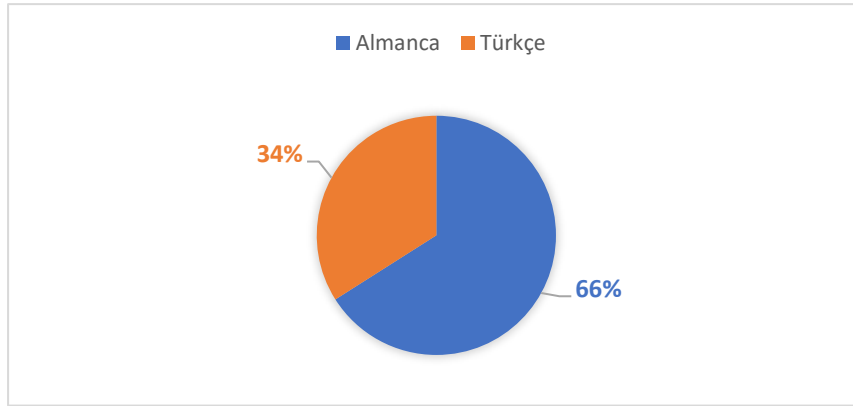
Bu örnekte, katılımcının Almanca iletişim sırasında beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan sorunları özdeşimsel olarak ele aldığı açıkça görülmektedir. Almanca ve Türkçe arasındaki değişimin istem dışı gerçekleştiği bu konuşma, katılımcıların belleğinde her iki dilin varlığına işaret eden çarpıcı bir örnek sunmaktadır. Katılımcı ME aslında kendisine yöneltilen soruya Almanca cevap vermiştir (s. 59-60). Ancak kısa bir duraklamadan sonra, yanlışlıkla Türkçe konuştuğunu düşünüp, “ah dur onu almanca söylecektim” (s. 61) diyerek hemen Türkçeye geçiş yapmaktadır. Burada katılımcının, ses kaydını Almanca dil becerilerini harekete geçirmesi gereken bir ödev olarak algıladığı açıkça görülmektedir. Sonuç olarak, hafızasında kodlanmış olan ‘Almanca konuşma’ kuralına sıkı sıkıya bağlı kalmaya çalışmakta ve ardından iletişim için gerekli olan dil koduna, yani Almancaya geçiş yapmaktadır.

Yukarıda bahsedilen konuşma örneklerinden de görüldüğü üzere, ilk kuşağa ait katılımcılar konuşmalarını sistematik bir şekilde, güvendikleri dil olan Türkçe ile çerçevelemişlerdir. Almanca ve Türkçenin dönüşümlü olarak çokdilli kullanımı, katılımcılar tarafından yalnızca gerekli olduğunda, örneğin duygusal veya zorlayıcı iletişim durumlarının üstesinden gelmek için kullanılmaktadır. Bu bağlamda, iletişim esnasında kullanılan baskın dil ile bireylerin bu dille ilişkisi arasında doğrudan bir bağlantı olduğu sonucuna varılabilir. Bu noktadan hareketle misafir işçi kuşağının Alman diliyle iletişim odaklı bir ilişki içinde olduğu söylenebilir. Bu kuşağa ait katılımcılarda Almanca, yalnızca Alman kökenli kişilerle karşılaşma durumlarında ilgili bağlamda baskın hale gelmektedir. Bununla birlikte, sonraki kuşaklarda gözlemlenen çokdilli konuşma pratikleri, ilk kuşak Türk göçmenlerde neredeyse hiç görülmemektedir. Bu kuşak, Alman dilini duruma ve kişiye bağlı bir şekilde ve zorunlu olarak kullanmaktadır. Bu bağlamda, Almanca konuşurken birden ortaya çıkan Türkçe kullanımı, birinci kuşak göçmenler için kendilerini güvensiz hissettiklerinde başvurdukları pragmatik bir strateji olarak sınıflandırılabilir.

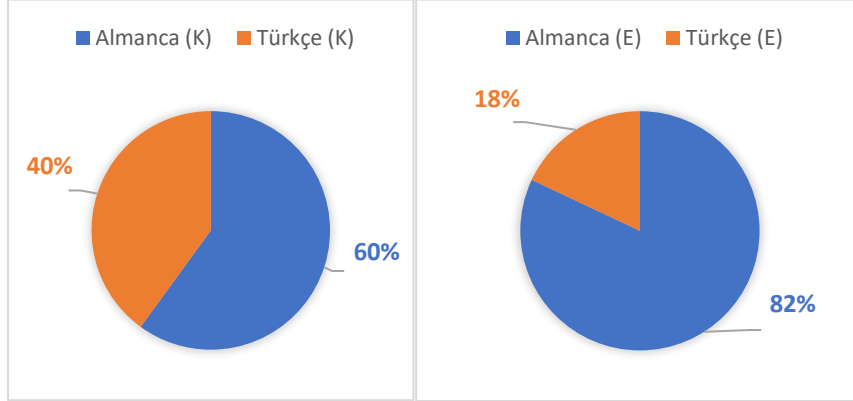
Görüldüğü üzere, misafir işçi kuşağının dil becerileri öncelikle sosyal çevreleri ile olan ilişkileri açısından sınıflandırılabilir. Bu kuşağa ait katılımcılar Almanca-Türkçe çokdilli bağlamına ait farklı sosyal ağlara ne kadar aktif olarak katılırlarsa, Almanca kullanımları da o kadar fazla olumlu yönde etkilenir. Sonuç olarak bu neslin dil kullanım mekanizmalarını tanımlayan en önemli üç parametre, katılımcıların Alman kökenli kişilerle olan temas sıklığı, Almancayı günlük yaşamda kullanma alanları ve Almancayla temas halinde oldukları ortamlar olarak sıralanabilir.

4.2 İkinci Kuşak Göçmenlere Dair Bulgular

İkinci kuşak göçmenlerin derlem kapsamındaki Türkçe ve Almanca kullanım oranları aşağıdaki grafiklerde sunulmuştur:



Grafik 3: İkinci Kuşak Göçmenlerin Genel Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları



Grafik 4: İkinci Kuşak Göçmenlerin Cinsiyetlere Göre Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları

Almanca ve Türkçenin ikinci neslin dil materyalinde kullanım oranlarına ilişkin sunulan yukarıdaki grafikler, araştırmaya katılan örneklem grubunun günlük dil kullanım alışkanlıklarını gözler önüne sermektedir. İkinci kuşak göçmenlerin günlük konuşma pratiklerinin en belirgin özelliği, grafiklerden de net bir şekilde anlaşılacağı üzere, her iki dilin ortalama bir şekilde dağılımıdır. Almancanın ortalama oranı %66, Türkçenin ise %34'tür. %66'ya %34'lük oran, ikinci nesilde - ebeveynlerinin aksine - iki dilin kullanımı arasında büyük bir uçurum olmadığını göstermektedir. Katılımcıların yarısından fazlası (16 katılımcı, %64) günlük konuşmalarında ortalama %50'nin üzerinde Almancayı kullanmaktadırlar. Bu veri, ikinci kuşağa ait katılımcıların Almancayı yetkin bir şekilde kullanabildiklerini açıkça ortaya koymaktadır. Burada elde edilen veriler birinci neslin sonuçlarıyla karşılaştırıldığında, ikinci neslin dil pratiklerinin ebeveynlerine kıyasla büyük ölçüde farklılaştığı görülebilir. Misafir işçi kuşağında saptanan iki dil sistemi arasındaki belirgin kullanım farkının aksine, ikinci göçmen kuşak çok dilli bir konuşma mekanizmasına sahiptir. Bu durumun temel nedeni, ikinci kuşak göçmenlerin çoğunluğunun henüz çocuk yaşta Almanya'ya göç etmiş ve eğitimlerini Almanya'da tamamlamış olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu neslin temsilcileri Almanya'da doğmamış olsalar da, hayatlarının büyük bir bölümünü Almanya'da geçirmişler ve dolayısıyla Alman toplumuna sıkı sıkıya bağlıdırlar. Bu nedenle Almancayı sadece iletişimsel amaçlarla kullanan misafir işçi kuşağının aksine, ikinci kuşak göçmenler için "konuşabilmek" (Weber 2010, 22) gibi temel bir dilsel yeterlilikten söz edilemez. Küçüklüklerinden beri Alman toplumunun bir parçası olan bu nesil, Almanlar ve Almanca ile düzenli olarak temas halindedirler. Öyle ki küçük yaştan itibaren, ebeveynlerini resmi kurumlarla olan yüzyüze veya yazılı iletişimde dilsel olarak temsil etmek zorunda kalmış ve çevirmenlik rolünü üstlenmişlerdir. Bu bulgular, kuşaklara olan aidiyetin Almanca dil becerileri üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu sonucunu da ortaya koymaktadır.

Grafiklerde sunulan sonuçlara göre, sadece kuşaklar arasında değil, ikinci kuşağın kendi katılımcıları arasında da Almanca dil becerileri açısından belirgin farklılıklar olduğu

açıkça görülmektedir. Eğitim seviyesi, sosyal ağlar ve ailenin göç geçmişi gibi faktörler, bu kuşağın temsilcilerinin dil kullanımları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Özellikle kadın ve erkek katılımcılar arasında Almanca yeterlilikleri açısından büyük bir farklılık gözlemlenebilir. Erkek katılımcılar arasındaki Almanca kullanım oranı kadınlara göre daha yüksektir (%82 Almanca, %18 Türkçe). Buna karşılık, kadın katılımcılar Almanca ve Türkçeyi neredeyse eşit oranda kullanmaktadırlar (%60 Almanca ve %40 Türkçe). Erkekler ve kadınlar arasındaki bu fark, ilgili grubun sosyokültürel çevrelerine ilişkin doğrudan ipuçları vermektedir. Erkeklerin günlük konuşmalarında daha çok Almancayı tercih ettikleri ve sadece belirli iletişim durumlarında iki dil arasında gidip geldikleri gözlemlenmiştir. Buna karşılık, kadın katılımcılar arasında Almanca ve Türkçe kullanım oranları birbirine çok yakındır, bu da kadınların günlük iletişim pratiklerinde iki dil arasında sıklıkla geçiş yapmalarından kaynaklanmaktadır. Bu farklılıklar, toplumsal cinsiyet normlarıyla ilişkilendirilebilir: Bilindiği gibi erkekler ve kadınlar farklı sosyal dünyalara aittir ve bu nedenle farklı dil tutumlarına sahiptir. Dilsel etkileşimde kadınlar “bağ kurmaya ve bir topluluğa ait olmaya” çalışırken (Tannen 1991, 79); buna karşılık erkekler dillerini “bağımsızlıklarını korumanın ve hiyerarşik bir sosyal düzende statü pazarlığı yapmanın bir aracı” olarak kullanırlar (a.g.e.). Bu durum ikinci kuşak göçmen kadınlar için de geçerlidir. Kişilerarası ilişkiler, kadın katılımcıların dil seçiminde büyük öneme sahiptir. Buna karşın, erkek katılımcılar iletişim esnasında doğrudan bilgiye dayalı temas kurmakta ve ilgili dil kodunu bu kişisel yakınlıktan bağımsız olarak seçmektedirler. Erkeklerin dil seçiminde, öncelikle ilgili konuşma ortamını dikkate alırlar ve kullandıkları dil yardımıyla kendilerini toplum içerisinde konumlandırmaya çalışırlar: Bu bağlamda Almanca dil becerilerini, günlük hayattaki sosyal statülerini pekiştiren stratejik bir prestij sembolü olarak kullanmaktadırlar. Buna karşılık, kadınlar iletişim esnasında partnerleriyle duygusal bir bağ kurmaktadırlar. Dolayısıyla, kadın katılımcıların konuşma kayıtlarında farklı ifade biçimleri ayırt edilebilmektedir. Diğer Türk kadınlarla olan grup içi iletişimlerinde, genellikle iki dili dönüşümlü olarak kullanarak standart dilden sapmaktadırlar. Buna karşılık, çocuklarıyla ve Almancanın hakim olduğu ortamlarda iletişim dili olarak Almancayı tercih etmektedirler. Buna ek olarak, kadınların dilleri aracılığıyla güvene dayalı ilişkiler kurdukları görülmektedir. Türkçe onlar için gerçek duygularını ve kimliklerini ifade edebilecekleri bir sığınak olarak yorumlanabilir. Bu gruptaki kadınların dil davranışları tamamen ilişki odaklıdır ve bu durum kendini dilsel olarak dört farklı şekilde göstermektedir: İş yerinde (sadece Almanca), çocuklarıyla (ağırlıklı olarak Almancanın yanı sıra zaman zaman Almanca-Türkçe), Türk kadın grubu içerisinde (sürekli ve sistematik bir şekilde Almanca-Türkçe karışık), aile içinde (ağırlıklı olarak Türkçenin yanı sıra zaman zaman Almanca-Türkçe karışık). Bu bağlamda, diller arasındaki geçiş ve Almanca-Türkçe karışık konuşma, katılımcıların sosyal konumlarını ve çevre ile olan bağlantılarını gözler önüne seren ‘ilişki göstergeleri’ olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla, kadın katılımcıların konuşmalarının Almanca ve Türkçenin etkileşim içinde karışık bir şekilde kullanılmasıyla karakterize edildiği söylenebilir. Almanca ve Türkçenin dilsel birlikteliğinin, ikinci kuşağın kadın katılımcılarına kendilerini evlerinde hissettikleri bir konuşma ortamı sunduğu sonucuna varılabilir. Kadınlar, çoğunluk odaklı bir tutum sergileme eğiliminde olan erkekler katılımcılara kıyasla sosyal ve dilsel olarak daha girişkenlerdir: Erkek katılımcıların, Türkçe odaklı bağlamlarda ya sadece Türkçe konuşmakta ya da her iki dili karışık olarak kullanmakta iken, Almanca odaklı bağlamlarda, çoğunluk topluma uygun bir şekilde standart kurallara sıkı sıkıya bağlı kaldıkları gözlemlenmiştir. Bu durum katılımcı RI’nın aşağıda sunulan konuşma dizisinde de görülebilir (Katılımcı RI (2K), Katılımcı JE (3K): s. 162-179):

162 RI: na ja (2.0)
[iyi]

163 JE: du kennst sie gar nicht die mit dem wir [gestritten]
[kavga ettiklerimizi sen hiç tanıımıyorsun]

- 164 RI: [die kinder]
[çocukları]
- 165 von dem (.) die eltern von dem kenne isch
[onların (.) ailelerini tanıyorum]
- 166 JE: ja die eltern kennst du aber vielleischt nicht mal von
[evet ailelerini tanıyorsun ama belki bizim
- 167 denen die wir meinen
kastetiklerimizi değil]
- 168 RI: vielleischt nischt
[belki de tanımıyorumdur]
- 169 JE: weißt du wie gıcık die sind? so laf atıyolar so (.)
[ne kadar gıcık olduklarını biliyor musun? böyle laf atıyorlar böyle?
- 170 voll hässlich [ist eklisch]
[tam çirkin [iğrenç]
- 171 RI: **[allah allah] niye sen garışık gonusuyon**
- 172 **sen garışık gurusuk gonusuyon ((JE lacht)) ya almanca**
[((JE gülüyor))]
- 173 **gonuş ya türkçe kızım a:h**
- 174 JE: ja okay (.) hah weißt du was sie alles gemacht haben
[tamam oldu (.) ha ne yaptılar biliyor musun]
- 175 hey ist ja voll lustig ((lacht)) die kommen nach oben
[ay acayip komikti ((gülüyor)) yukarı geldiler]
- 176 (.) bizim (.) zu unserem site (.) ja bizim parka
[sitemize] [evet]
- 177 geliyorlar dann ähm ja das trauen sie sich auch noch
[sonra ehm evet hala bunu yapmaya cesaretleri var]
- 178 (.) kannst du dir das vorstellen? (.) auf jeden fall
[(.) düşünabiliyor musun? (.) her türlü]
- 179 äh die gucken unsere jungs schon rischtisch komisch an
[ah bizim oğlanlara çok acayip bir şekilde bakıyorlar]

Bu örnekte farklı kuşaklara ait iki farklı dil kullanımı açıkça görülmektedir: Kurallara uygun bir şekilde konuşmaya çalışan ikinci kuşak bir baba ve onun Almanca ve Türkçeyi spontan bir şekilde karışık olarak kullanan üçüncü kuşak kızı. Baba RI kızı JE ile Almanca konuşurken, kızını ‘dilsel karmaşası’ nedeniyle uyarmakta ve konuşmanın tamamında Almancadan sapmamasına rağmen, bu uyarı için Türkçeye geçmektedir: “allah allah niye sen garışık gonusuyon sen garışık gurusuk gonusuyon ya almanca gonuş ya türkçe kızım a:h” (s. 171-173). Bu alıntı, tüm konuşma kaydı içinde babanın Türkçeye saptığı iki noktadan birisidir. Görüldüğü üzere baba konuşma sırasında Almancanın geleneksel yapısına sıkı sıkıya bağlı kalmaya ve iki dili olabildiğince birbirinden ayrı olarak kullanmaya çalışmaktadır. Ancak kızının dilsel kuralları sürekli olarak ihlal etmesi nedeniyle, bir baba olarak ilgili iletişim durumu için gerekli olan dil koduna, yani Türkçeye geri dönmek zorunda kalmaktadır. Burada açıkça ifade edilen şey, uyarı ifadesinin stratejik bir şekilde Türkçe ile çerçevelenmesidir. RI, duygularını ifade etmek için baba kimliğine başvurduktan sonra, yani Türkçeyi sadece ‘tırnak içinde’ kullandıktan sonra konuşmaya Almanca devam etmektedir. Buradaki örnek, babanın dili toplumsal düzenin sembolik bir temsili olarak gördüğünü göstermektedir: Almanca, bir yandan babanın göç bağlamındaki yerini sağlamlaştırırken, Türkçe ise kızıyla olan aile ilişkisini temsil etmektedir. Bu konuşma örneği, ikinci kuşak göçmenlerin dil seçimleri yoluyla sosyal konumlarını pekiştirmeye ve böylece kendilerini yabancı etiketiyle yaftalanmaktan kurtarmaya çalıştıklarının açık bir göstergesidir. Burada dikkat edilmesin gereken en önemli nokta bu kuşağa ait göçmenlerin özellikle çocuklarıyla olan iletişimlerinde, dilsel normlara uygun bir şekilde davranmaya çalışmalarıdır. Muhtemelen bu durum, göç sonrası dönemde misafir işçi çocukları olarak sık sık yaşamak zorunda kaldıkları negatif deneyimleri maskeleyen çabasının bir sonucu olarak görülebilir. Bir yandan bu negatif deneyimleri çocuklarının da yaşamasının önüne geçmek, diğer yandan ise kendilerinden sonra

gelen nesille aralarındaki sosyal uçurumu kapatmak için, çocuklarıyla konuşurken standart Almanca'nın kurallarına bağlı kalmaktadırlar.

İkinci kuşak göçmenlerin çoğunluğu sosyal çevrelerinde diğer Türklerle yoğun bir etkileşim halindedir ve dilleri aracılığıyla çokdilli kimliklerinin altını bilinçli olarak çizmektedirler. Ancak katılımcı TL çoğunluk toplum tarafından ötekileştirme ihtimaline karşı farklı bir savunma mekanizması geliştirerek ve bunu aşağıdaki sözlerinde açıkça ifade etmektedir (Katılımcı TL, s. 327-381):

327 TL: ganz wichtig (.) also isch komme eher bisschen
 328 weniger klar mit dem/mit den anderen türken(2.0)ähm
 329 die sich eher in ihren eigen kreis (.) gesammelt
 330 haben und also gar (2.0) bin da ein bisschen
 331 außenzustehender glaubisch (.) entweder zu spitz
 332 (2.0) ode:r (.) einfach ein bisschen anders (2.0)
 [çok önemli (.) diğer Türklerle pek anlaşıyorum (2.0) ehm
 böyle kendi çevrelerinde toplananlarla ve bu açıdan biraz
 dışlanmış biri oluyorum sanırım (.) ya çok sivri (2.0)
 ya da sadece biraz farklı (2.0)]

[...]

348 TL: hm in den städten sind die türken mehr dicht äh
 349 untereinander und äh(.) also haben ihre kultur dann
 350 auch nicht verloren und geben das alles die leben das
 351 weiter(.)wir wohnen auf dem dorf und haben nischt so
 352 viel türkische nachbarn (.) fast gar keine=
 [hm şehirlerde Türklere birbiriyle daha içiçe ve ah (.)
 bu yüzden de kültürlerini kaybetmediler ve her şeyi
 bırakmadılar hayatlarını sürdürmeye çalışıyorlar (.)
 biz köyde yaşıyoruz ve çok fazla türk komşumuz yok (.)
 neredeyse hiç yok=]

[...]

363 TL: aber irgendwann mal wird es zu viel bei deutschen
 364 kennst du die grenze (.) und bei (.) ja bei eigener
 365 kultur (.) es ist(2.0) deswegen hab isch auch nischt
 366 soviel weil isch hier aufgewachsen bin nischt soviel
 367 freunde(.)also türkische freunde weil die haben eine
 368 zwischenkultur entwickelt die sind entweder deutsch
 369 oder türkisch was ganz komisch ist(2.0)und irgendwie
 370 komm isch da nischt rein also will isch auch nischt
 371 (.) ehrlich gesagt und isch dringe immer noch dass
 372 isch kein/nischt dazwischen bin
 373 ((Gelächter))

[ama bir noktada çok fazla oluyor almanlarda sınırı
 biliyorsun (.) ve (.) evet kendi kültüründe (.) bu (2.0)
 bu yüzden çok fazla arkadaşım yok çünkü burada büyüdüğüm
 için çok fazla Türk arkadaşım yok (.) yani Türk arkadaşlarım
 çünkü onlar bir ara kültür geliştirdiler ne Alman ne de
 Türklere bu da oldukça tuhaf (2.0) ve bir şekilde bunun içine
 giremiyorum bu yüzden istemiyorum (.) dürüst olmak gerekirse
 hala ikisi arasında bir insan olmadığım konusunda
 ısrar ediyorum ben arada değilim/değilim]

374 TL: und isch versuche nischt zu meckern wenn isch/wenn
 375 isch hier irgendwas(.) ja: schief und krumm sehe(.)
 376 versuche isch es aber man vergleicht mit der zeit
 377 []das ist nischt schön aber man vergleicht
 378 FF: [ja natürlich]
 379 TL: mit der zeit (.) da es ist so (.) hier es ist so (.)
 380 beide seiten haben auch ihre äh schattenseiten aber
 381 (2.0) ja:

[ve şikayet etmemeye çalışıyorum (.) burada evet: çarpık ve eğri
 bir şey gördüğümde (.) deniyorum ama zamanla karşılaştırıyorsunuz
 hoş değil ama karşılaştırıyorsunuz]
 [zamanla (.) orda bu böyle (.) burada böyle (.)
 her iki tarafın da karanlık tarafları var ama (2.0) evet:]

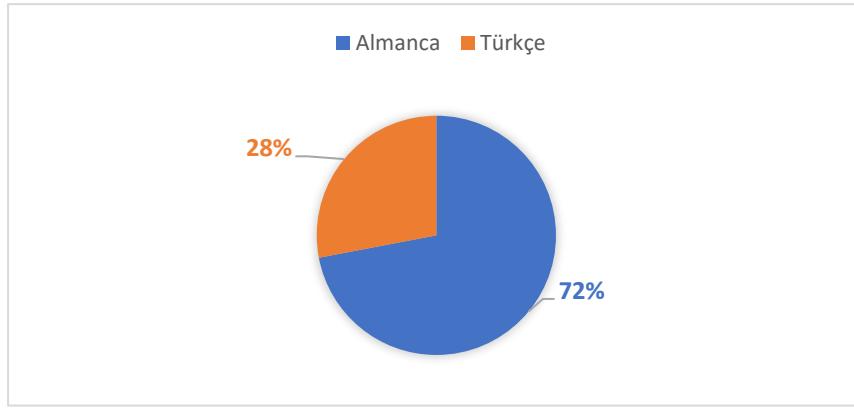
Bu ifadeler, ikinci kuşak içinde bu şekilde düşünen az sayıdaki göçmeni temsil etmektedirler. Bu noktada, TL, kendi aidiyet sorununu ve göç bağlamında Türklerle olan uzak ilişkisini açıkça ifade edilmektedir. TL, kendisini Türklerin sıkı sıkıya kapalı sosyal ağlarından kasıtlı olarak uzak tutmaktadır: “yani Türk arkadaşlarım çünkü onlar bir ara kültür geliştirdiler ne Alman ne de Türkler bu da oldukça tuhaf” (s. 367-369); “dürüst olmak gerekirse hala ikisi arasında bir insan olmadığım konusunda ısrar ediyorum ben arada değilim/değilim” (s. 371-372) ifadeleri, toplumsal olarak kabul edilme arayışının en önemli kanıtı olarak gösterilebilir. Toplumsal olarak kabul görmenin tek yolunun kendisini Türk ağlarından uzaklaştırmak olduğunu düşünmekte ve bu nedenle, günlük hayatta çoğunlukla Almanca konuşarak, yalnızca deyimsele ifadeler bağlamında Türkçeye geçiş yapmaktadır.

Yukarıda sunulan analiz verilerinden hareketle, ikinci kuşak göçmenlere ait iki belirgin savunma mekanizmasının olduğu söylenebilir. Katılımcı TL'nin ifadeleri ve katılımcı RI'nın konuşma davranışları, ikinci kuşak göçmenlerin dillerini göç bağlamında ortaya çıkan toplumsal normalara dair bir kontrol mekanizması olarak kullandıklarını net bir şekilde kanıtlamaktadır. Göçün psikolojik sonuçlarından ve misafir işçi ebeveynlerinin travmatik deneyimlerinden etkilenen bu kuşak, çoğunluk toplumu tarafından kabul görmek için çabalamaktadır. Bu nedenle, bir yandan kendi göç travmalarından çocuklarını korumak ve diğer yandan çocuklarıyla aralarındaki sosyal uçurumu kapatmak istedikleri için, çocuklarıyla çoğunlukla Almanca konuşmaya özen göstermektedirler. Bu noktadan hareketle ikinci kuşağın kimliksele olarak iki farklı dilsel boyutu olduğu ortaya çıkmaktadır: 1) Bir yandan yabancı etiketiyle yaftalanan göçmen Türkler olarak kendilerini bilinçli bir şekilde Alman çoğunluk toplumundan ayırmakta ve karışık konuşmalarıyla dilsel olarak Almanca-Türkçe çok dilli bağlama ait olduklarının altını çizmektedirler. 2) Diğer yandan ise çocuklarıyla iletişimlerinde Alman toplumuna uyum sağladıklarını ve Alman çoğunluğun birer üyesi olduklarını göstermeye ve böylece bir sonraki kuşakla aralarındaki farkı kapatmaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda ikinci kuşak göçmen Türklerin günlük iletişimlerinde ilgili dil kodu aracılığı ile ya Alman çoğunluk toplumuna ya da göçmen toplumuna ve Almanca-Türkçe çok dilli bağlama – ‘ait olmaya’ çalıştıkları sonucuna varılabilir.

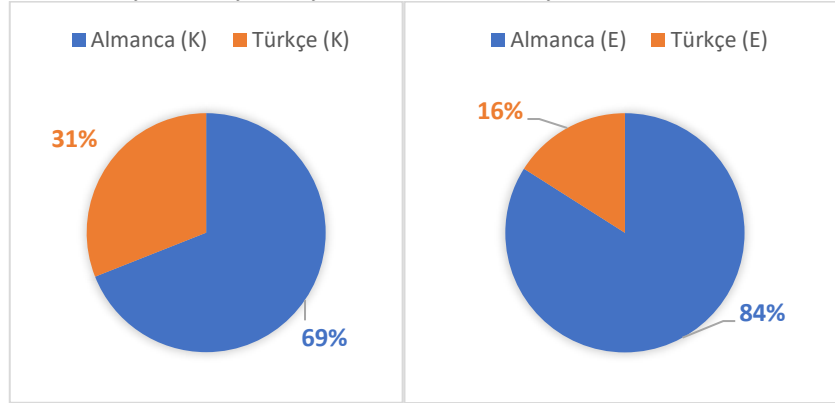
Yukarıdaki örneklerden de görülebileceği gibi, Almanca-Türkçe çok dilli bağlamdaki kişiler arası sosyal ilişkiler ve aileye özgü kolektif göç biyografisi ikinci neslin dil kullanım mekanizmaları için önemli parametreler olarak adlandırılabilir. Almanca ve Türkçenin karışık kullanımını bu bağlamda ikinci kuşağın dilsel yetersizliğine dair bir işaret olarak değil, aksine bu kuşağın çokdilli yetkinliği olarak algılanmalıdır. Misafir işçi ebeveynlerinin aksine, ikinci kuşak Almancayı bir hayatta kalma stratejisi olarak değil, dış dünyadan ayrışma stratejisi olarak kullanmaktadır. Kanak kuşağı olarak adlandırılan bu kuşağın toplumsal alandaki varlığı uzun yıllar çoğunluk tarafından kabul görmemiştir. Ebeveynlerinin göç biyografisi, bu kuşağın kendi göç biyografisini doğrudan etkilemiş ve bu nedenle farklı bağlamlarda güçlü bir şekilde stereotipleştirilerek toplumdan dışlanmışlardır. Bu nedenle bu kuşağın kimliği toplumsal güvensizliklerle şekillenmiştir. Bu durum, bu kuşağın üyelerinin kendi sosyal dünyalarında grup içi bir ağ oluşturmalarına ve ‘biz’ duygusuyla hareket eden etnik bir alt kültür geliştirmelerine yol açmaktadır. Kuşak kimliklerini sembolize etmek için de bu göçmen ağı içinde Almanca-Türkçe karışık bir dil kullanmaktadırlar.

4.3 Üçüncü Kuşak Göçmenlere Dair Bulgular

Üçüncü kuşak göçmenlerin derlem kapsamındaki Türkçe ve Almanca kullanım oranları aşağıdaki grafiklerde sunulmuştur:



Grafik 5: Üçüncü Kuşak Göçmenlerin Genel Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları



Grafik 6: Üçüncü Kuşak Göçmenlerin Cinsiyetlere Göre Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları

İstatistiksel veri analizinin sonuçlarına genel olarak bakıldığında, üçüncü nesil göçmenler arasında Almanca'nın daha fazla kullanıldığı görülmektedir (%72 Almanca, %28 Türkçe). Verilerin %72'sini Almanca, %28'ini ise Türkçe oluşturmaktadır. Deneklerin neredeyse üçte ikisinin (38 kişi, %68) Almanca'yı kuşak ortalaması olan %72'nin üzerinde kullandığı istatistiği bu noktada özellikle önem bir veri olarak yorumlanabilir. Bu durum, üçüncü nesil katılımcılarının Almancaya yüksek düzeyde hakim olduklarına ve dolayısıyla Almancada çeşitli dilsel ifade araçlarını kullanabildiklerini açıkça göstermektedir. Bu rakamlar aynı zamanda araştırmaya katılan üçüncü kuşak temsilcilerinin günlük dil kullanımları hakkında da fikir vermekte ve nesiller boyunca dilde yaşanan değişimi gözler önüne sermektedir: Ebeveynlerinin ve dedelerinin nesilleriyle karşılaştırıldığında, üçüncü nesilde Almanca kullanımı gözle görülür şekilde artmıştır ve bu da bu neslin Almanca dil becerilerinin açık bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Bir önceki kuşağa kıyasla üçüncü kuşağın Almanca kullanımında yaklaşık %6'luk bir artış söz konusudur.

Bu bulgular ışığında, göçmen kuşaklar Almanca ile ne kadar yakın ilişki içerisinde olurlarsa, günlük konuşmalarında Almanca'nın o oranda arttığı sonucuna varılabilir. Almanca kullanımının artması ile birlikte dilin dinamik kullanım potansiyelinin ve kelime dağarcığının çeşitliliğinin de arttığı gözlenmiştir. Üçüncü neslin katılımcıları doğuştan iki dilli olarak büyüdükleri için çok dillilik konusunda oldukça yetkin bir kuşak olarak tanımlanabilirler. Tıpkı anne babaları gibi Türkçeyi ev ortamında öğrenmiş, ancak anne babalarından farkı olarak standart Almanca ile henüz erken çocukluk döneminde teması geçmişlerdir. Böylece Almanca-Türkçe çokdilli bağlam içerisinde günlük yaşamlarını ağırlıklı olarak 'Almanca' olarak sürdürmektedirler. Tüm bu veriler kuşaklara ait dilsel farklılıkları gözler önüne sermektedir. Çok dillilik hem ikinci hem de üçüncü kuşak göçmenler için günlük hayatın bir parçasıdır, ancak kuşaklar arasında çok dillilik sosyo-kültürel olarak farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu eğilimin kuşakların dilsel-bilişsel yetenekleri ve iletişimsel ihtiyaçları ile doğru orantılı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda üçüncü kuşağın çok dilliliği aktif ve dinamik kullanımı

konusunda şunu da belirtmek gerekir: Bu kuşağın Türk-Alman göç bağlamı içerisinde farklı kültür ve etnik kökenlere ait gruplarla olan yoğun dil teması, dilsel ve sosyokültürel iletişim alanlarının genişlemesine yol açmaktadır.

Etnografik saha araştırması sonucunda üçüncü kuşak göçmenlerin ebeveynler olarak, çocuklarının doğuştan Türkçe öğrenmeleri ve çok dilli bireyler olarak yetişmelerini sağlamak için özel çaba sarf ettikleri gözlemlenmiştir. Ancak Türkçe dil edinimine büyük önem vermelerine rağmen, ev ortamında çoğunlukla Almanca-Türkçe karışık konuştukları görülmektedir. Etnografik saha araştırması notlarına göre de üçüncü kuşak katılımcıların hane içinde ağırlıklı olarak ‘Almanca-Türkçe’ konuştukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla, üçüncü kuşak göçmenler için mekâna ve içerisinde bulunulan sosyal bağlama bağlı bir dil kullanımı söz konusudur. Türkçe aile içinde kullanılan dil olarak tanımlanırken, dış dünya ile iletişimde ‘farklı’ bir dil kullanımı gözlemlenmiştir. Üçüncü kuşağa ait elde edilen verilerdeki en dikkat çekici noktalardan birisi de, özellikle arkadaş ortamlarında Almanca-Türkçe karışık konuşmaların dışında kalan durumlarda Almancanın kullanım oranının artmasıdır. İkinci kuşak göçmenlerde bunun tam tersi bir durum gözlemlenmiştir: Almanca-Türkçe konuşulan durumların dışında ikinci kuşak göçmenler Türkçeyi daha yoğun olarak kullanmaktadırlar. Bunun nedeni şu şekilde açıklanabilir: Üçüncü kuşak doğuştan itibaren Almanca-Türkçe bağlamda yetiştiği için, buna bağlı olarak ‘melez’ bir kimliğe sahiptir ve farklı etnik köken ve kültürlerle sürekli sosyal ve dilsel temasa maruz kalmıştır. Bu nedenle ikinci kuşağın ‘kültürel ve dilsel çeşitliliğe duyarlı’ bir dil bilincine sahip olduğu söylenebilir. Bunun aksine ikinci kuşak daha çok Türk kimliğine bağlı kalmıştır.

İkinci nesil ile üçüncü nesil arasında gözlemlenen bir benzerlik ise dilin her iki kuşağın katılımcıları arasında da cinsiyete özgü farklı kullanımınıdır. Türkçe ve Almancanın dağılımı erkek ve kadın katılımcılar arasında her iki nesilde de farklılık göstermektedir. Almanca ve Türkçe kullanım oranları üçüncü neslin kadın ve erkek katılımcıları arasında %15’lik bir fark göstermektedir: Almanca oranı erkeklerde %84, kadınlarda ise %69’dur. Etnografik gözlemler de erkek katılımcılarının günlük iletişimde Almancayı daha çok tercih ettiklerini doğrulamaktadır. Buna karşılık, kadın katılımcılar arasında Almanca-Türkçenin dinamik bir şekilde karışık olarak kullanımı söz konusudur. Kadın katılımcılar günlük hayatlarında iletişim esnasında karşısındakiyle duygusal bağ kurarken, erkek katılımcılar doğrudan bilgi aktarımı amaçlı bir temas kurmaktadırlar. Üçüncü kuşak kadın katılımcılar tıpkı bir önceki kuşakta olduğu gibi, iki dili dönüşümlü ve karışık olarak kullanmakta, özellikle duygularını ifade noktasında Türkçe sözcükleri daha sık tercih etmektedirler. Buna karşılık, erkek katılımcılar dilsel temaslarında, toplumsal güç normlarına odaklanmakta ve kendilerini dil aracılığıyla toplumsal olarak konumlandırmaya çalışmaktadırlar.

Aşağıdaki konuşmalar, üçüncü neslin dilsel ve kültürel benlik algılarına dair önemli örnekler sunmaktadır. Konuşmalarda üçüncü kuşak göçmenlerin Türkçeyle ve Türk kültürüyle olan ilişkileri açık bir şekilde görülmektedir (Katılımcılar JE (3K), YA (4K): s. 99-103; Katılımcılar SE, ER, HA (3K): s. 420-433, s. 94-103):

- 99 JE: magst du mehr deutschland oder mehr türkei?
[Almanya’yı mı yoksa Türkiye’yi mi daha çok seviyorsun]
- 100 YA: ähm bisschen mehr türkei [] du?
[ehm Türkiye’yi biraz daha fazla ya sen?]
- 101 JE: [ja ne] isch auch (.)
[dimi ben de]
- 102 **weißt du warum weil es die heimat ist(.) die heimat ist**
[neden biliyor musun memleket olduğu için (.) memleket
- 103 **immer schöner**
[her zaman daha güzeldir]
- 420 ER: valla würd isch machen
[valla ben yapardım]

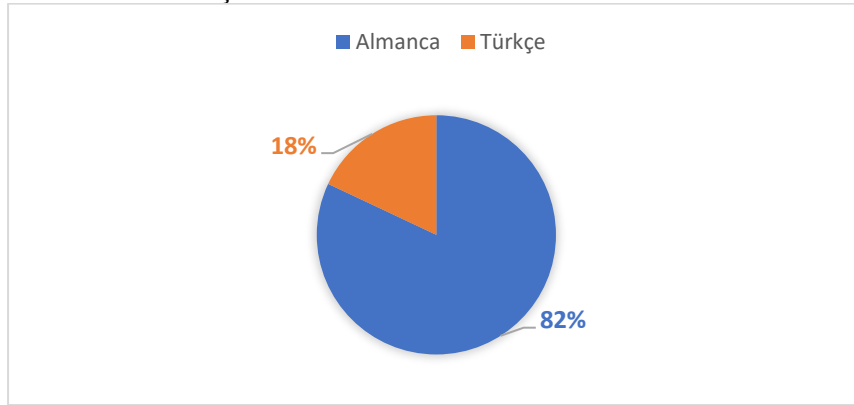
- 421 HA: und was ist wenn du in der türkei bist wie willst du
422 da weiterkommen?
[Türkiye'ye varınca ne yapacaksın, nasıl yola devam ediceksin?]
- 423 ER: ja es gibt doch dort auch türkische navi
[evet orda Türkçe navigasyon da var]
- 424 HA: **du kannst nischt mal türkisch**
[sen Türkçe bilmiyorsun ki]
- 425 **((Gelächter))**
[((Gülüşmeler))]
- 426 ER: junge hör mir zu wenn isch da reinkomme da frage isch
427 den polizisten wie komme isch hier nach Trabzon
[oğlum beni dinle oraya varınca polislere Trabzona nasıl gidieceğimi sorarım]
- 428 SE: ja er würd dir dann sagen burdan oğlum
[evet o da sana dıcek ki]
- 429 HA: ja er erklärt dir den weg und du kannst dir dann
430 alles merken
[evet sana yolu tarif edicek ve hepsini aklında tutman gerek]
- 431 SE: **er weiß nischt mal wenn jemand zu ihm sagt du musst**
432 **nach links nach rechts (.) er sagt schatz hast du was**
433 **kapiert isch hab nix kapiert**
[biri ona soldan sağa gitmen gerekiyor diye söylediğinde bile anlamıyor (.) diyor ki aşkım bir şey anladın mı diyor ben bir şey anlamadım]
- 94 ER: nein spaß (.) şaka yaptım ya:
[hayır şaka]
- 95 SE: ya: öyle: bilmiyom (.) çok beni aufregen [yaptı]
[heyecan]
- 96 ER: [sen]
- 97 **türkçen hiç iyi değil SE (2.0)**
- 98 SE: **senin iyi değil**
- 99 ER: **nein dein deutsch ist/dein türkisch ist escht nisch**
100 **gut**
[hayır Almanca/Türkçen gerçekten iyi değil]
- 101 SE: **warum denn?**
[neden ki?]
- 102 ER: **ja weil du scheiße redest**
[evet çünkü bok gibi konuşuyorsun]
- 103 SE: **isch rede nisch scheiße**
[bok gibi konuşmuyorum]

Yukarıdaki transkripsiyon örneklerinde, üçüncü neslin iki önemli özelliği ayırt edilebilmektedir. Öncelikle JE (3K) ve YA (4K) arasındaki konuşmaya bakıldığında, katılımcı JE'nin “neden biliyor musun çünkü orası memleket (.) memleket her zaman daha güzeldir” (s. 102-103) sözleri ile memleketi Türkiye'ye olan duygusal bağlılığını ifade ettiği görülmektedir. Ancak son iki konuşma örneğinde üçüncü kuşak katılımcıların Türkçe ve Almanca dil becerileri arasında geniş bir asimetri olduğu ve katılımcıların Türkçedeki yetersizlikleri açıkça gözlemlenebilir. İkinci ve üçüncü neslin memleket algıları karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, her iki kuşak arasında yüksek oranda bir korelasyon bağı olduğu açıkça görülebilir. İkinci neslin Türkiye'ye olan duygusal bağı üçüncü kuşakta da devam etmektedir. Buna karşılık, üçüncü kuşağın Türkçe dil yeterliliklerinde ikinci kuşağa oranla bir düşüş gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan üçüncü kuşak katılımcıların tümü farklı seviyelerde Türkçe konuşabilseler de, katılımcıların Türkçe dil becerileri sınırlı düzeyde kalırken, bu durum Almancada farklıdır. Türkçe dilbilgisi üçüncü kuşakta zayıflarken, Almanca dilbilgisi aynı oranda artmıştır. Bu noktada her iki neslin dil becerileri arasında bir ayna ilişkisi olduğu söylenebilir: İkinci neslin ‘eksik’ olarak nitelendirilebilecek Almancası, üçüncü neslin Türkçe becerilerine benzemektedir. Bu nedenle üçüncü neslin, ebeveynlerinin aksine, Almanca-Türkçe

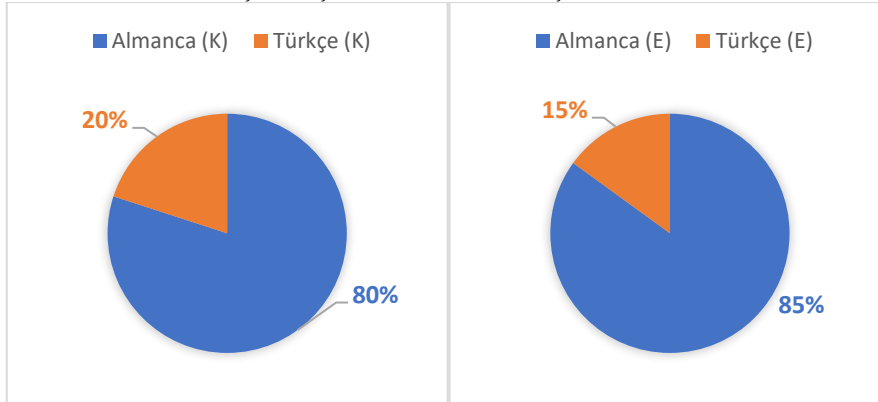
karışık dil görüngülerini daha az kullanması şaşırtıcı değildir. Buna karşın, üçüncü nesil Almancanın dil yapılarını yenilikçi ve üretken bir şekilde kullanmakta olduğu gözlemlenmiştir. Bu durumun, sözcük dağarcığı ile kuşaklara özgü kültürel bellek arasındaki karşılıklı ilişkiden kaynaklandığı söylenebilir. Üçüncü kuşak katılımcılar Almanca ile yoğun ilişki içerisinde içinde büyüdükleri için, Almancanın etkileşimsel-dilbilgisel yapılarıyla daha aktif ve dinamik bir şekilde oynayabilmektedirler, bu da toplum içerisinde gözle görünür yeni dilsel yapıların ortaya çıkmasına ve dolayısıyla göç söyleminin sosyal-sembolik odağında pozitif yönde bir kaymaya yol açtığı söylenebilir.

4.4 Dördüncü Kuşak Göçmenlere Dair Bulgular

Dördüncü kuşak göçmenlerin derlem kapsamındaki Türkçe ve Almanca kullanım oranları aşağıdaki grafiklerde sunulmuştur:



Grafik 7: Dördüncü Kuşak Göçmenlerin Genel Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları



Grafik 8: Dördüncü Kuşak Göçmenlerin Cinsiyetlere Göre Türkçe ve Almanca Kullanım Oranları

Almanca ve Türkçenin dördüncü neslin dil materyalinde kullanım oranlarına ilişkin sunulan yukarıdaki grafikler, araştırmaya katılan örneklem grubunun günlük konuşma pratiklerinde Almancanın daha ağırlıklı olarak tercih edildiğini göstermiştir. Almancanın ortalama oranı %82, Türkçenin ise %18'tir. Deneklerin neredeyse dörtte üçünden fazlası (38 kişi, %78) Almancayı kuşak ortalaması olan %82'nin üzerinde kullandığı istatistiği bu noktada özellikle önem bir veri olarak yorumlanabilir. Bu durum, dördüncü nesil katılımcılarının Almancaya yüksek düzeyde hakim olduklarını ve dolayısıyla Almancada çeşitli dilsel ifade araçlarını kullanabildiklerini açıkça göstermektedir. Bu rakamlar aynı zamanda dört nesil boyunca dilde yaşanan değişim ve gelişimi de gözler önüne sermektedir: Önceki üç nesille karşılaştırıldığında, dördüncü nesilde Almanca kullanımı gözle görülür şekilde artmıştır ve bu da bu neslin Almanca dil becerilerinin açık bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Bir önceki kuşağa kıyasla dördüncü kuşağın Almanca kullanımında yaklaşık %10'luk bir artış söz konusudur. Bu fark dördüncü neslin dil pratiklerinin diğerlerine kıyasla büyük ölçüde farklılaştığına net bir şekilde dikkat

çekmektedir. Çok dilli bir konuşma mekânına sahip olan bu kuşak Alman toplumu ve Almancayla yakın ilişki içerisinde. Bu bağlamda Almanca'nın dördüncü kuşak katılımcılar arasında sadece dilsel düzeyde değil manevi olarak da önem kazandığı söylenebilir. Bu durumun temel nedeni, dördüncü kuşağın Almanya'da doğup büyümekle kalmayıp, ebeveynleri tarafından da Alman kültür ve diline ait bir kültürel ve dilsel bellekle iç içe yetiştirilmeleridir. Bu kuşağın Alman dili ve kültürü ile olan yoğun dil teması, Türkçe kullanımının azalmasına neden olmuştur. Etnografik saha araştırmasında bu bağlamda gözlemlenen en önemli eğilimlerden biri, dördüncü kuşağın içerisinde çok büyük bir kitlenin neredeyse hiç Türkçe bilmemesidir. Üçüncü kuşak ebeveynleri tarafından sadece Almanca konuşularak yetiştirilen bu grup, Türkçeyle ilk kez Almanca-Türkçe çok dilli bağlamda ya da yaz tatillerinde karşılaşmıştır.

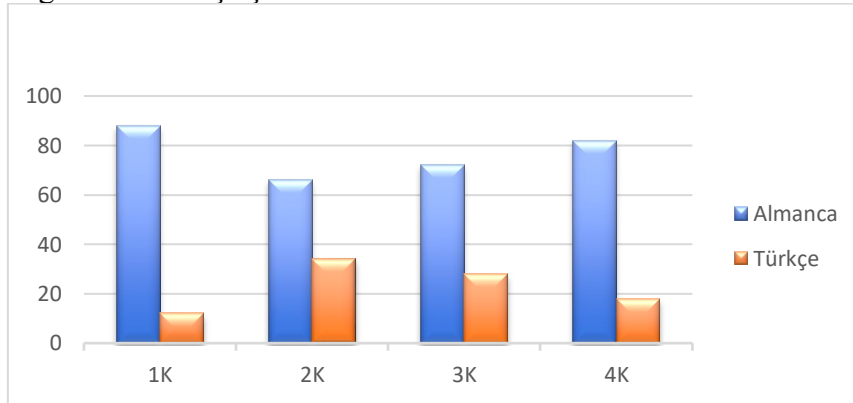
Aşağıda sunulan konuşma örnekleri, dördüncü neslin Almanca ve Türkçeyle olan ilişkilerinin sosyokültürel nedenlerine dair önemli ipuçları içermektedir (Katılımcı EL (4K) s. 26-47; Katılımcı MM (3K): s. 43-47):

- 26 UB: [hm_hm] magst du türkei?
[Türkiye'yi seviyor musun?]
- 27 EL: **ja ich mag türkei**
[evet seviyorum]
- 28 UB: was machst du in der türkei?
[Türkiye'deyken ne yapıyorsun?]
- 29 EL: ja wir gehen ins dorf w/bin mit meine o:ma ja (.) opa
[köye gidiyoruz ananem ve dedemin yanına]
- 30 (.) cousinen couisens (.) was noch (2.0) ja:
[(.) kuzenler kuzenler (.) başka ne (2.0) evet:]
- 31 UB: okay (2.0) warst du in istanbul?
[tamam (2.0) hiç İstanbul'a gittin mi?]
- 32 EL: ja ich war in istanbul aber nicht so oft (.) war nicht
33 überall
[evet İstanbul'a gittim ana çok değil (.) her yerini görmedim]
- 34 UB: hm_hm was hast du gemacht in istanbul?
[İstanbul'da ne yaptın?]
- 35 EL: ja: bei cousine couisens was sollen wir machen
36 langweilisch
[evet: kuzenlerleydim ne yapıcaktık ki sıkıcı]
- 37 UB: langweilisch
[sıkıcı]
- 38 EL: türkei halt **deutschland ist besser**
[Türkiye şey Almanya daha iyi]
- 39 UB: echt
[gerçekten mi]
- 40 EL: ja ((lacht)) (.) ähm
[evet ((gülüyor)) (.) ehm]
- 41 UB: was/was/was besser ist in/in/in der deutschland
[al/almanyada ne/ne/ne daha iyi?]
- 42 EL: **was ist besser in deutschland (.) isch hab meine**
43 **freunde hier das reischt**
[Almanya'da ne daha iyi (.) burada arkadaşlarım var bu yeterli]
- 43 MM: also bin ich (2.0) **in deutschland bin ich ausländer in**
44 **türkei bin ich almanca** (.) ((UB lacht)) also mir kommt
45 das beide gleich (.) also überall bin gleich (.) also
46 **ich weiß net wo ist mein land (2.0) kann ich mir auch**
47 **nicht unterscheiden [] wo besser wo schlecht ist**
[Yani ben (2.0) Almanya'da bir yabancıyım
türkiye'de almanca'yım (.) ((UB gülüyor)) bana öyle geliyor
bana ikisi de aynı geliyor (.) bu yüzden her yerde aynıyım (.)
bu yüzden ülkemizin nerede olduğunu bilmiyorum (2.0)
nerenin iyi nerenin kötü olduğunu ayırt edemiyorum]

Yukarıda sunulan örnekler dördüncü kuşağın iki farklı dil ve kültürle olan ilişkilerini açıkça göstermekte, katılımcıların dilsel ve kültürel benlik algılarına dair önemli örnekler sunmaktadır. İlk konuşma örneğinde katılımcı EL Türkiye’yi daha çok yaz tatilini geçirdiği bir yer olarak tanımlamaktadır. Almanya ise doğduğu, büyüdüğü, kendisinin ve arkadaşlarının yaşadığı ülkedir. Katılımcının Almanya ile duygusal bağının artması kuşaklar bazında bir dönüşüm sürecine de işaret etmektedir. Önceki nesillerde kendini Almanya’ya ait hissetmeme duygusu dördüncü kuşakla birlikte yerini Almanya’nın yavaş yavaş memleket⁹ olarak benimsenmesine bırakmıştır. Bu durum ikinci örnekte MM’nin sözleriyle daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Üçüncü kuşağın bir temsilcisi olan MM çocuklarıyla neden Almanca konuştuğunu, kendi olumsuz göç deneyimlerinden yola çıkarak aslında Alman-Türk göç bağlamında çok sık duyulan bir ifadeyle cevap vermiştir: “Almanya’da bir yabancıyım Türkiye’de almancıyım”, “bana ikisi de aynı geliyor (.) bu yüzden her yerde aynıyım (.) bu yüzden ülkemin nerede olduğunu bilmiyorum” (s. 43-47). Ethnografik saha araştırması esnasında da MM ve üçüncü kuşak birçok ebeveyn çocuklarını bu her iki tarafa da ait olamama duygusundan korumak için evde de çoğu zaman Almanca konuştuklarını pek çok kez dile getirmişlerdir. Bu bağlamda dördüncü kuşağın dil kullanımı, benliğinin Almanya ve Almanca ile iç içe geçmesinin bir yansıması olarak tanımlanabilir. Tüm bu bulgular kuşaklara olan aidiyetin dil becerileri üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu sonucunu da ortaya koymakta ve üçüncü kuşaktan itibaren başlayan göçün dengeleyici karakterinin, dördüncü kuşakta zirveye ulaştığını ve dilsel, kültürel ve etnik çeşitliliklerin senkronizasyonun olumlu yönde devam ettiğini göstermektedir.

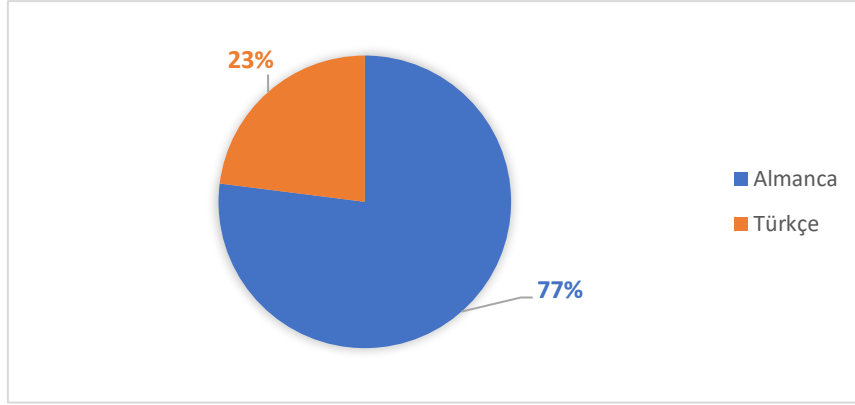
5. TARTIŞMA

Dört kuşağa ait verileri karşılaştırılmalı olarak incelenmesine ilişkin aşağıda sunulan veriler Türk göçmenlerin günlük dil kullanımına ve konuşmalarında Almanca ve Türkçeyi ne oranda kullandıklarına dair genel bir bakış açısı sunmaktadır:

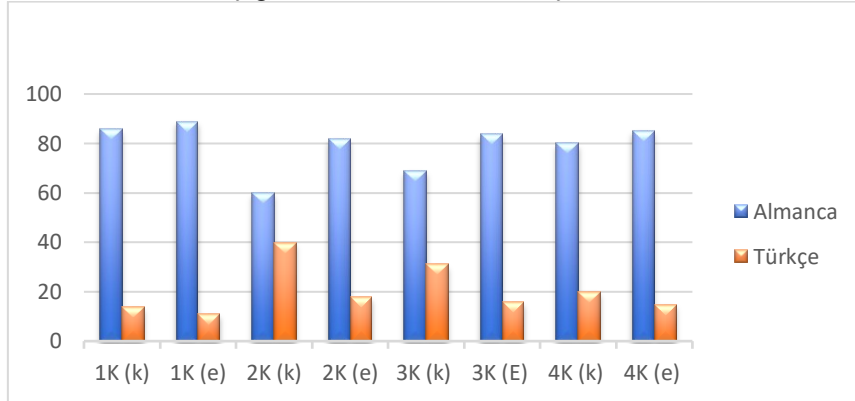


Grafik 9: Kuşaklar Bazında Genel Almanca ve Türkçe Kullanım Oranları

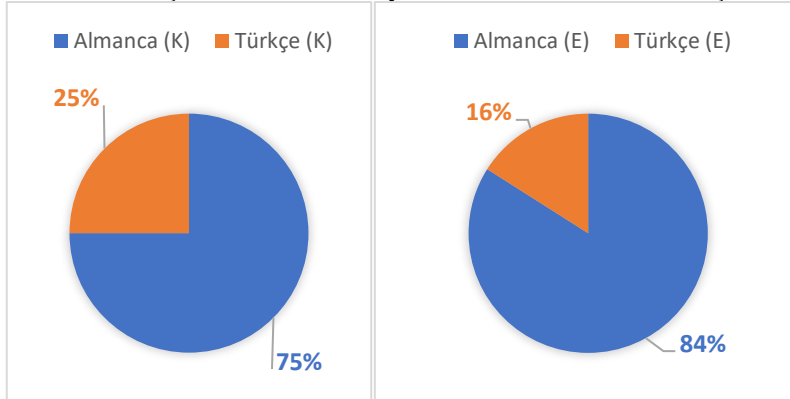
⁹ Türk göçmenlerin kuşaklar boyunca değişim gösteren memleket algısı edebiyat dünyasında da geniş yer bulmuştur. Bu bağlamda Dinçer Güçyeter’in Leipzig Kitap Fuarı’nda yılın kitabı ödülünü kazanan “Unser Deutschlandmärchen” (Almanya Masalımız) (2022) adlı otobiyografik romanı ve Özcan Mutlu’nun editörlüğünü yaptığı Almanca (2021) ve Türkçe (2022) olarak yayımlanan “Almanya Nasıl Vatan Oldu? Türkiye - Almanya İşgücü Anlaşması’nın 60. Yılı” başlıklı kitabı edebiyat dünyasında olduğu kadar medyada da geniş yankı uyandırmıştır. Diner Güçyeter, kendi ailesinin göç hikayesinden yola çıkarak özellikle göçün ilk yıllarından itibaren yaşanan ikilemleri anlattığı romanında memleket ve aidiyet konularına odaklanırken; Özcan Mutlu, Almanya’yi artık kendi memleketi olarak gören 27 Türk’ün hayat hikayesini ele almaktadır.



Grafik 10: Dört Kuşağın Genel Almanca ve Türkçe Kullanım Oranları



Grafik 11: Kuşaklar Bazında Cinsiyetlere Göre Almanca ve Türkçe Kullanım Oranları



Grafik 12: Dört Kuşağın Cinsiyetlere Göre Almanca ve Türkçe Kullanım Oranları

İstatistiksel veri analizinin sonuçlarına genel olarak bakıldığında, Türk göçmen kuşakların günlük hayatta yüksek oranda Almanca konuştukları açıkça görülmektedir (1K %88; 2K %66; 3K %72; 4K %82). Dört neslin dil materyalindeki ortalama Almanca kullanım oranı %77 iken, Türkçe kullanımı %23'tir. Bu noktada özellikle birinci kuşak katılımcıların Almanca sözcükleri kuşaklar arası genel ortalama olan %77'in üzerinde kullandıkları istatistiği dikkat çekmektedir. Almanca ve Türkçe dil kullanımı arasındaki bu asimetri, daha önce de belirtildiği gibi birinci kuşak göçmenlerle yapılan ses kayıtlarının ağırlıklı olarak anlatı görüşmeleri şeklinde gerçekleştirilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Günlük yaşamlarında sadece zorunlu durumlarda Almanca konuşan bu kuşak için, anlatı görüşmesi bir ödev olarak algılanmış ve katılımcılar iletişimsel belleklerinde kodlanmış olan 'Almanca konuşma' kuralına sıkı sıkıya bağlı kalmaya çalışmışlardır. Bu durum, istatistiksel verilerde ölçülen Almanca ve Türkçe dil kullanımı arasında büyük bir fark oluşmasına yol açmıştır. Bu durum - etnografik gözlem sonuçlarının da ortaya koyduğu gibi - birinci kuşak göçmenlerin daha çok Türkçe konuştukları gündelik hayatlarının bir yansıması olarak yorumlanabilir. İstatistiksel analiz sonuçları, birinci

kuşak göçmenlerin Almanca iletişim amaçlı bir ilişki içinde olduklarını göstermiş ve bu durum da baskın dil ile bireylerin bu dille olan ilişkisi arasında doğrudan bir bağlantı olduğunu ortaya koymuştur: Bir dilde ne kadar çok sosyalleşirlerse, o dilde o kadar ifade edici olunur. Bu saptama sonucunda, ikinci neslin günlük konuşmalarında Almanca ve Türkçenin ortalama bir Şekilde dağılım göstermesi Şaşırtıcı değildir. Almancanın oranı ikinci kuşakta %66 iken, Türkçe %34'tür. Bu istatistiksel veriler birinci neslin sonuçları ile karşılaştırıldığında, ikinci neslin günlük yaşamda anne babalarının aksine Almancayı oldukça yetkin bir Şekilde kullandığı görülebilir. Birinci kuşağın Almanca ve Türkçe kullanımındaki uçurumun aksine, ikinci kuşakta her iki dilin de dinamik bir Şekilde bir arada kullanımını söz konusudur. Her ne kadar ikinci neslin Almancayla doğuştan gelen bir ilişkisi olmasa da, kk yaşta Almanya'ya göç etmiş ve o zamandan beri çok dilli bağlamda sosyalleşmişlerdir, hatta çoğu zaman bu ailelerini farklı bağlamalarda dilsel olarak temsil etmek zorunda kalmışlardır. Bu nedenle, ikinci kuşak göçmenlerin konuşmaları dinamik ve çok dilli olarak tanımlanabilir. nc neslin istatistiksel veri sonuçlarına bakıldığında, Almancanın günlük yaşamdaki ağırlığı açıkça görülmektedir (%72 Almanca, %28 Türkçe). Aynı Şekilde dördüncü nesilde de Almanca kullanım düzeyi son derece yüksektir, hatta ebeveynlerine oranla %10'luk bir artış gözlemlenmiştir. Bu istatistikler, nc ve dördüncü neslin Almancayla doğuştan gelen yakın bir ilişkisi olduğunu açıkça göstermektedir. Bu doğuştan gelen yetenek ve çok dilli bağlamın farklı ağlarında çok etnikli ve çok kültürlü sosyalleşmeleri nedeniyle, nc ve dördüncü kuşak göçmenler Almanca ifade biçimlerini farklılaştırarak kullanabilmektedirler.

Kuşaklar arasındaki cinsiyetlere göre konuşma dağılımını incelendiğinde Almanca ve Türkçe kelime kullanımını açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında kuşaklar özelinde olduğu gibi genel ortalamada da belirgin farklılıklar olduğu açıkça görülmektedir. Erkekler arasında Almanca konuşma oranı kadınlara göre gözle görülür bir Şekilde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (1K e89% k86%; 2K e82% k%60; 3K e84% k69%; 4K e85% k80%). Almanca ve Türkçe dillerinin genel kullanım oranları bakımından kadın ve erkek katılımcılar arasında %9'luk bir fark bulunmaktadır: Almanca kullanım oranı erkeklerde %84, kadınlarda ise %75'dir. Erkekler ve kadınlar arasındaki bu cinsiyete özgü farklılık, g bağlamında ortaya çıkan sosyal kategorilere dair doğrudan ipuçları vermektedir. Grldğu üzere, erkek katılımcılar kuşaklar özelinde olduğu gibi genel ortalamada da diller arasında daha az geçiş yapmakta ve iletişimsel pratiklerinde Almanca ifade biçimini kullanmaktadır; bu durum etnografik saha araştırmasının katılımcı gözlem notlarında belirtilmiş ve doğrulanmıştır. Buna karşın, kadın katılımcılar günlük iletişimde Almanca ve Türkçeyi karışık kullanmaktadırlar. Bu bağlamda erkek katılımcıların günlük yaşamda sosyal statülerini pekiştirmek için dillerini sosyal bir prestij göstergesi olarak kullanmakta oldukları, ancak kadın katılımcıların kişilerarası sosyal ilişkilere ve duygusal bağa daha fazla önem verdiği sonucuna varılabilir.

Tüm bu analiz sonuçlarına dayanarak kuşağa ve cinsiyete özgü dil kullanım eğilimlerinin, bir yandan bireylerin Almanca-Türkçe okdilli bağlamdaki sosyal konumlarının, diğer yandan ise sosyal çevreyle olan ilişkilerinin bir temsili olduğu söylenebilir. Almanca kullanımını kuşaklar boyunca sadece sözcüksel düzeyde artmamış, aynı zamanda dil kullanım dinamikleri de her yeni kuşakta farklılaşmıştır. Birinci kuşak için doğuştan gelen ve düşünme-kavrama kaynağı olarak kullanılan dil Türkçe iken, dördüncü nesile gelene kadar bu durum değişmiş ve doğuştan gelen ve kavrama-ifade yeteğini Şekillendiren dil olarak zamanla Almanca daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır. Katılımcıların, Alman-Türk okdilli bağlamının heterojen dünyasına ne kadar aktif bir Şekilde katılırlarsa, Almancada o kadar fazla yetkin oldukları tespit edilmiştir. Bu bağlamda farklı göçmen kuşakların Almanca-Türkçe karışık dil pratiklerinin günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olduğu sonucuna varılabilir. Bu durum, giriş kısmında belirtilen iki toplum, kültür ve dil arasındaki senkronizasyon sürecinin tamamlanmasıyla birlikte, kuşaklar bazında Almanca kullanımının da farklılaştığının ve pozitif yönde bir değişim ve gelişim gösterdiğinin açık bir göstergesidir.

6. SONUÇ

İş gücü anlaşmasıyla başlayan göç hareketi, Türk-Alman göç tarihi boyunca çeşitli dilsel, kültürel ve toplumsal aşamalardan geçmiş, bu aşamalar kendini en belirgin şekilde kuşaklar bağlamında göstermiştir. İlk kuşakla birlikte yabancı bir misafir olarak başlayan göç süreci, dördüncü kuşak ile birlikte Almanca-Türkçe çokdilli bağlamda paradigmatik bir değişim gerçekleşmiş, Türk göçmen dili 'eksiklik' odaklı negatif bir kavramdan Almancayı 'zenginleştirici' olarak tanımlanan pozitif bir kavrama evrilmeye başlamıştır. Burada dilsel ve sosyo-kültürel açıdan bir değişim söz konusudur, yani sadece göçmen kuşakların dil tutumlarında değil, aynı zamanda Türk göçmenlere yönelik algıda da bir değişim söz konusudur. Bu veriler özetinde Almanya'da yaşayan göçmen kuşaklar boyunca çokdillilik algısını da yeniden yorumlayan temel bir dilsel ve kültürel farklılık yansımasının devreye sokulduğu söylenebilir. Bu perspektiften bakıldığında, Alman-Türk çokdilli bağlamdaki çeşitli toplumsal mekanizmalar, dil aracılığıyla yeni bir kültür anlayışının önünü açmaktadır.

Veri analizi ve değerlendirmesi sonucunda elde edilen sonuçlar, her bir göçmen kuşağın hem Alman toplumuna hem de Almancaya olan önemli etkisini ortaya koymuştur. Çalışmada, Türk göçmenlerin Almanca konuşurken kullandıkları dil değişikliklerinin kuşaklar arasında yüksek oranda farklılaştığı tespit edilmiştir. Türk göçmen kuşaklarının dilsel çeşitlilik mekanizmaları dinamik bir karaktere sahiptir ve kuşaklar boyunca sürekli olarak değişim ve gelişim göstermiştir. Çocuklar, gençler, yetişkinler ve yaşlılar hepsi aynı dili konuşsalar da, bu kuşaklar arasında belirgin farklılıklar dikkati çekmektedir. Alman-Türk ortak yaşamının getirdiği dilsel ve kültürel çeşitlilik ile başa çıkabilmek için, Türk göçmenler kuşaklar boyunca yeni stratejiler geliştirmiştir. Her bir kuşak dönemin dinamiklerini temsil eden kendi kuşağına özgü bir dile sahiptir ve Türk göçmen kuşakları örneğinde gösterilen bu dilsel değişim süreçlerinin Almancayı olumsuz yönde etkilemediği, aksine Alman dilini zenginleştirdikleri ve Alman toplumunda süre gelen klasik göçmen kavramının pozitif yönde değişime yol açtığını ortaya koymuştur. Sadece göçmenlerin kendileri değil, onların Alman-Türk çokdilli bağlamının sınırları içindeki ve ötesindeki hareketleri de Alman dili ve toplumunda önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bu bağlamda, Alman-Türk çokdillilik ortamının zengin bir dilsel rezervuar içerdiği ve bu nedenle hem Türk göçmen kuşaklarının kimlik oluşumunda ve hem de kültürlerarası bir diyalog köprüsü olarak önemli bir işleve sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

7. KAYNAKÇA

Bade, Klaus J. (2008). „Die Enzyklopädie: Idee – Konzept – Realisierung“. In: Bade, Klaus J./Emmer, Pieter C./Lucassen, Leo/Oltmer, Jochen (Hrsg.). Enzyklopädie Migration in Europa: Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. 2. unveränderte Auflage, Paderborn: Ferdinand Schöningh. S. 19–27.

Bade, Klaus J. (1983). Vom Auswanderungsland zum Einwanderungsland? Deutschland 1880–1980. Mit einem Geleitwort des Präsidenten der Bundesanstalt für Arbeit J. Stingl (Beiträge zur Zeitgeschichte, Bd. 12), Berlin: Colloquium Verlag.

Bade, Klaus J. (1993). „Migration in Geschichte und Gegenwart: Deutsche Erfahrungen und Perspektiven“. In: Koch-Arzberger, Claudia u. a. (Hrsg.). Einwanderungsland Hessen? Daten, Fakten, Analysen. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 1–16.

Bade, Klaus J./Oltmer, Jochen (2004). Normalfall Migration. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Bade, Klaus/Oltmer, Jochen (2008). „Deutschland“ In: Bade, Klaus J./Emmer, Pieter C./Lucassen, Leo/Oltmer, Jochen (Hrsg.). Enzyklopädie Migration in Europa: Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. 2. unveränderte Auflage, Paderborn. Ferdinand Schöning. S. 141–170.

Bracker, Philipp (2017). Die Entstehung ethnischer Identität bei „Menschen mit türkischem Migrationshintergrund“. Waxmann. Band 44.

Canoğlu, Hatice Deniz (2012). Kanak Sprak versus Kiezdeutsch: Sprachverfall oder sprachlicher Spezialfall? Eine ethnolinguistische Untersuchung. Berlin: Frank & Timme.

Canoğlu, Hatice Deniz (2023). Der deutsch-türkische Mehrsprachigkeitskontext. Etappen des Sprachwandels im Generationenverlauf türkischer Migranten. Berlin: Frank & Timme.

Cindark, Ibrahim (2010). Migration, Sprache und Rassismus. Der kommunikative Sozialstil der Mannheimer „Unmündigen“ als Fallstudie für die „emanzipatorischen Migranten“. Tübingen: Narr.

Dirim, Inci/Auer, Peter (2004). Türkisch sprechen nicht nur die Türken. Über die Unschärfebeziehungen zwischen Sprache und Ethnie in Deutschland. [Linguistik – Impulse & Tendenzen 4]. Berlin: de Gruyter.

Gestring, Norbert/ Janßen, Andrea / Polat, Ayça (2009). Prozesse der Integration und Ausgrenzung. Türkische Migranten der zweiten Generation. 2. Auflage, Berlin: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Gücyeter, Dinçer (2022): Unser Deutschlandmärchen. Berlin: Mikrotex.

Han, Petrus (2010). Soziologie der Migration. Erklärungsmodelle, Fakten, Politische Konsequenzen, Perspektiven. 4. unveränderte Auflage, Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft.

Hradil, Stefan (2012). „Bevölkerung. Die Angst vor der demographischen Zukunft“. In: Hradil, Stefan (Hrsg.). (Dossier) Deutsche Verhältnisse. Eine Sozialkunde Bonn. Bundeszentrale für politische Bildung, S. 41–64

Hunn, Karin (2005). „Nächstes Jahr kehren wir zurück ...“: Die Geschichte der türkischen „Gastarbeiter“ in der Bundesrepublik. Göttingen: Wallstein Verlag

Kallmeyer, Werner (1994). „Das Projekt ‚Kommunikation in der Stadt‘“. In: Kallmeyer, Werner (Hrsg.). Kommunikation in der Stadt. Teil I: Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim. (= Schriften des Instituts für deutsche Sprache 4). Berlin/New York: de Gruyter. 1–38.

Karakaşoğlu, Yasemin (2008). „Türkische Arbeitswanderer in West-, Mittel- und Nordeuropa seit der Mitte der 1950er Jahre“. In: Bade, Klaus J./Emmer, Pieter C./ Lucassen, Leo/Oltmer, Jochen (Hrsg.). Enzyklopädie Migration in Europa: Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. 2. unveränderte Auflage, Paderborn: Ferdinand Schöning. S. 1054–1060.

Keim, Inken (2007). „Internationale Soziolinguistik und kommunikative, soziale Stilistik“. In: Sociolinguistica 20 (2007), Heft 1. 70–91.

Keim, Inken (2008). Die ‚türkischen Powergirls‘. Lebenswelt und kommunikativer Stil einer Migrantinnengruppe in Mannheim. Tübingen: Narr.

Keim, Inken (2012). Mehrsprachige Lebenswelten. Sprechen und schreiben der türkischstämmigen Kinder und Jugendlichen. Tübingen: Narr.

Mutlu, Özcan (2022). Almanya Nasıl Vatan Oldu? Türkiye - Almanya İşgücü Anlaşması'nın 60. Yılı. Doğan Kitap.

Mutlu Özcan (2021). Wie Deutschland zur Heimat wurde: 60 Jahre Deutsch-Türkisches Anwerbeabkommen. Essen: Correctiv.

Nuscheler, Franz (2004): Internationale Migration. Flucht und Asyl. Zweite Auflage, Grundwissen Politik, Band 14, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Plewnia, Albrecht (2011). „Migranten und ihre Sprachen“. In: Eichinger, Ludwig M./ Plewnia, Albrecht/Steinle, Melanie (Hrsg.). Sprache und Integration. Über Mehrsprachigkeit und Migration. (Studien zur deutschen Sprache 57) Tübingen: Narr, S. 7–11.

Schenk, Michael/Bergs, Alexander (2004). „Netzwerk“ In: Ammon, Ulrich (Hrsg.). Soziolinguistik. Band 1, Berlin/New York: De Gruyter. S. 438–443.

Schumann, Kathleen (2021). Der Fokusmarker ‚so‘. Empirische Perspektiven auf Gebrauch und Verarbeitung eines Ausnahmeelements. Berlin: De Gruyter.

Selting, Margret u. a. (1998). „Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem (GAT)“ In: Linguistische Berichte, 173, S. 91–122.

Selting, Margret u. a. (2009). „Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT2)“. In: Gesprächsforschung, Ausgabe 10, S. 353–402.

Simmel, Georg (1903). „Die Großstädte und das Geistesleben“. In: Petermann, Theodor (Hrsg.). Die Großstadt. Vorträge und Aufsätze zur Städteausstellung. Jahrbuch der Gehe-Stiftung zu Dresden, Bd. 9, Dresden: Zahn & Jaensch. 185–206.

Simmel, Georg (1992). „Exkurs über den Fremden.“ In: Simmel, Georg. Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, Gesamtausgabe, herausgegeben von Otthein Rammstedt, Bd. 11, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 764–771

Tannen, Deborah (1991). Du kannst mich einfach nicht verstehen. Warum Männer und Frauen aneinander vorbeireden. Aus dem Amerikanischen von Maren Klostermann. Hamburg. Kabel.

Weber, Tilo (2010). Lexikon und Grammatik in Interaktion: Lexikalische Kategorisierungsprozesse im Deutschen. Berlin/New York: De Gruyter.

Wiese, Heike (2012). Kiezdeutsch. Ein neuer Dialekt entsteht. München: C. H.Beck.