Avrupa'daki Anti-Türkizm'in Almanya'daki Türklerin Oy Verme Davranışları Üzerindeki Etkisi: 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Örneği

Behlül BEŞEN

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Bedir SALA

Aralık, 2020

Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

AVRUPA'DAKİ ANTİ-TÜRKİZM'İN ALMANYA'DAKİ TÜRKLERİN OY VERME DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: 2018 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ ÖRNEĞİ

Hazırlayan
Behlül BEŞEN

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Bedir SALA

AFYONKARAHİSAR 2020

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum "***Avrupa'daki Anti-Türkizm'in Almanya'daki Türklerin Oy Verme Davranışları Üzerindeki Etkisi: 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Örneği***" adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça'da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

../../2020

Behlül BEŞEN

ÖZET

AVRUPA'DAKİ ANTİ-TÜRKİZM'İN ALMANYA'DAKİ TÜRKLERİN OY VERME DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: 2018 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ ÖRNEĞİ

Behlül BEŞEN

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

Aralık, 2020

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Bedir SALA

Yabancı düşmanlığının içerisinde ele alabileceğimiz Türk Karşıtlığı, Türk Düşmanlığı, Türkofobi ve Anti-Türkizm kavramları Avrupa'da hızla artan bir olgu haline gelmiştir. Yabancı düşmanlığının farklı bir boyutu gibi görülen bu olgu ve olgular Avrupa'nın birliğine olduğu kadar Avrupa'da farklı sebepler ile bulunan yabancılar/göçmenler için de tehlike arz etmektedir. Avrupa toplumlarında yaşayan bireylerin 'ötekileştirme', 'düşman görme' gibi reflekslerini siyasi ve bütünleştirici politikalar ile azaltmak, yok etmek gibi amaçları edinmeyen Avrupa siyaseti aksine bu düşmanlığı ve ötekileştirmeyi her geçen gün destekler politikalar üretmeye devam etmektedir. Bu politikalar neticesinde kendilerini 'öteki' kategorisinde görmeye zorlanan göçmenler bulundukları ülkelerde entegrasyonu da sağlamakta güçlük çektikleri bilinmektedir. Bu noktada demokratik tepkilerin en önemli unsuru olan 'sandık' göçmenler için de bir tepki unsuru haline gelebilmektedir. Vatandaşı oldukları ülkelerdeki ve yaşadıkları ülkelerde olan politikaları zihinlerindeki sistematik ile değerlendiren seçmenler bir oy davranışı geliştirmektedirler. Bu çalışmada; Avrupa'da ve özellikle Almanya'da yaşayan Türk seçmenlerin artan Türk Düşmanlığı/Anti Türkizm/ Türkofobi gibi olgulara verdiği tepkileri nasıl değerlendirdikleri, demokratik hakları olan seçimler ile nasıl bir bağ kurdukları değerlendirilmiştir. Almanya'da yaşayan Türk seçmenlerin yaşadıkları maruz kaldıkları zenofobi olgusunun oy davranışlarına nasıl etki ettiğine dair çalışmalar azdır. Bu çalışma sayesinde literatüre bir referans kazandırılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda da Almanya'da yaşayıp Türkiye'deki seçimlerde oy kullanmaya yeterliliğine sahip seçmenlerin 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki oy davranışlarının ne yönde ve nasıl etkilendiği 40 kişiyle yapılan derinlemesine görüşme/mülakat neticesinde tespit edilmiştir. Avrupa'da artan Türk düşmanlığı ve Anti-Türkizm olgularının seçmenlerin oy eğilimlerinde ve seçime katılımlarında etkili olduğuna, seçmenlerin Türkiye'deki seçimlerde oy kullanırken 'lider' faktörüne önem verdiklerine, 'aile' faktörünün seçmenler üzerinde önemli bir yer tuttuğuna ve seçmenlerin kendilerini savunduğunu düşünen adaylara daha pozitif eğilimler sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yabancı düşmanlığı, Anti-Türkizm, İslamofobi, seçmen davranışı, Almanya

ABSTRACT

THE EFFECT OF ANTI-TURKISM IN EUROPE ON THE VOTING BEHAVIOR OF TURKS IN GERMANY: THE CASE OF THE PRESIDENTIAL ELECTION 2018

Behlül BEŞEN

AFYON KOCATEPE UNIVERSITY

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

DEPARTMEN OF SOCIOLOGY

December, 2020

Advisor: Asst. Prof. Dr. Bedir SALA

The concepts of Turkophobia and Anti-Turkism, which we can consider within xenophobia, have become a rapidly increasing phenomenon in Europe. These phenomena, which are seen as a different dimension of xenophobia, pose a danger to the unity of Europe as well as to foreigners/immigrants who are in Europe for different reasons. Contrary to European politics, which does not adopt the aims of reducing or eliminating the reflexes of individuals living in European societies such as 'othering' and 'seeing as enemies' with political and integrative policies, it continues to produce policies that support this hostility and marginalization day by day. It is known that immigrants who are forced to see themselves in the "other" category as a result of these policies have difficulties in ensuring integration in their countries. At this point, the 'ballot box', which is the most important element of democratic reactions, can also become a reaction element for immigrants. Voters who systematically evaluate the policies in their countries of citizenship and the countries they live in, develop a voting behavior. In this study; It has been evaluated how Turkish voters living in Europe and especially Germany evaluate the reactions they give to phenomena such as Anti-Turkism / Turkophobia and how they establish a connection with the elections with democratic rights. There are few studies on how the xenophobia phenomenon experienced by Turkish voters living in Germany affects their voting behavior. Thanks to this study, it is aimed to provide a reference to the literature. In this context, the Turkish voters living in Germany who have the competence to vote in the elections in Turkey how to vote in the 2018 presidential elections that affected their behavior in-depth interviews with 40 people / were identified in interviews as a result. Growing hostility towards Turks in Europe and that of Anti-Turkism cases became effective in voter participation while voting in elections in Turkey, voters' gave importance to the 'leader' factor and the 'family' factor that held an important place on the voters. Voters displayed more positive tendencies to candidates who felt they were defending themselves.

Keywords: Xenophobia, Anti-Turkism, Islamophobia, voter behavior, Germany

ÖN SÖZ

Geçmişten bugüne kadar ötekileştirilen ve Avrupa'da yaşamaya çalışan Türkler; anavatanlarından, milli ve manevi değerlerinden vazgeçmeyerek yaşamaya devam etmişlerdir. Bununla beraber demokrasinin gereği olarak ülkelerindeki siyasetten uzak kalmamış söz haklarını her daim kullanmışlardır. Ancak, bu söz haklarını kullanırken özellikle oy davranışlarını hangi etkenlere göre sergiledikleri çalışmamızda tespit edilmeye çalışılmıştır.

2013 yılında Avrupa Parlamentosu davetlisi olarak Brüksel'de aldığım 'Liderlik Eğitimi' esnasında fiili olarak; Avrupa'dan Türklere bakış açısının nasıl olduğunu ilk kez yurt dışında tecrübe etme fırsatı yakaladım. O gün bir şekilde aklımın bir köşesine yerleştiğine inandığım ayrımcılıkla mücadele isteğim bugün bu tezi yazmama vesile oldu. Umuyorum ve inanıyorum ki; bu çalışmam, akademik anlamda alanımda çıkacağım merdivenlerin ilk basamağı sayılabilecek bir konumda olacaktır. Bugüne kadar sivil toplum örgütleri aracılığıyla; arkadaşlarımın da dahil olduğu birçok etkinlik ve faaliyette, ayrımcılık ile mücadele etmenin yanı sıra milli ve manevi değerlerimizi önceleyerek ülkemize tabiri caizse dikili bir fidan bırakmanın mücadelesi içerisinde bulunduk. Yaptığımız her işte milli ve manevi değerleri önceleyerek önce ülke, millet menfaatleri içerisinde bulunarak yaptığımız işlerin geri planında tecrübelerimiz ve yetişme kültürümüz yatmaktadır. Bu bağlamda bana bu milli ve manevi değerleri katan ilkokul, ortaokul ve lise öğretmenlerime teşekkür ederim. Çalışmamda bana her türlü desteği veren başta danışmanım Dr.Öğr.Üyesi Bedir SALA'ya teşekkürü borç bilirim. Ve tabi ki; 10 yıla yakındır; maddi manevi desteğini hiç esirgemeyen, bana güvenen, kapısını bana hiç kapatmayan ve bana omuz veren Prof.Dr.Yusuf KARACA ve Prof.Dr.Tuğrul KANDEMİR'e; lisans hayatımda her daim yol göstericilerimden olan ve yorulduğum yerde çalışma azmimi güçlendiren Dr.Öğr.Üyesi Kerim ÇINAR ve Dr.Öğr.Üyesi Zelkif POLAT'a; yazım kurallarının inceliğini en güzel inceliklerle öğreten Prof.Dr.Ethem Kadri PEKTAŞ'a; yüksek lisans yaptığım esnada bana öğrettikleriyle ufkumu açan alanımı sevdiren başta rektörüm ve bölüm başkanım Prof.Dr.Mehmet KARAKAŞ'a ve Prof.Dr.Hüseyin KOÇAK, Doç.Dr.Ahmet Ayhan KOYUNCU, Dr.Öğr.Üyesi Osman METİN, Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ERKOL'a ve Dr.Öğr.Üyesi Ejder ULUTAŞ'a; bireyin en önemli unsurlarından olan 'iletişim'in inceliklerini gösteren ve hayatımın her alanında bana fayda sağlayacak protokol ve nezaket kurallarının detaylarını öğreten Dr.Öğr.Üyesi Sena COŞKUN'a; eğitim hayatımda yol gösterici olan hocam Prof.Dr.Hakkı YAZICI'ya teşekkür etmeyi borç ve görev bilirim. Sizleri tanımak benim için onurdur. Çalışmam esnasında bana destek olan, güzel bir çalışma ortaya koyacağım inancıyla beni motive eden arkadaşlarım Hüseyin BOZKURT, Ayhan TURGUTALP, Volkan ERGİN, Süleyman GÖZEĞER, Hasan BİRGÜL, Orhan ESER, Adil Turgut YAVUZ, Nurseda YUSUL ve Süleyman GÜCEK ile Serkan AYTEKİN'e; sivil toplumda beraber çalışma fırsatı yakaladığım ve hala çalıştığımız Elvin Kübra KARAKAYA ve Arzum İNALLEZ'e, benzer konular üzerine tez yazdığımız ve literatür taraması başta olmak üzere bir çok konuda bana katkı sağlayan Ömer Namık YILMAZ'a ve İngiltere'de yüksek lisans eğitimini tamamlayan ve bu eğitiminin de katkısıyla tezimin her aşamasında destek olan Sema ÇİL'e en içten dileklerimle teşekkür ediyorum. Son olarak bana 'ne zaman bitiyor' sorularıyla hızlanmamı sağlayıp ettikleri dualar ile de güç veren annem, babam ve ablama; kardeşim Mustafa Bahadır BEŞEN'e, abime ve ismi yüreğimde tüm dostlarıma teşekkür ediyorum.

Kubbede hoş bir seda bırakmak ve ülkemize sunduğumuz katkılar ile güzel hatırlanmak dileğiyle…

Behlül BEŞEN

Afyonkarahisar, Aralık, 2020

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ ..... **ii**
ÖZET ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
ÖN SÖZ ..... **v**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **viii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **ix**
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ ..... **x**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
ÇALIŞMAMIZIN TEORİK ARKA PLANI

1. YABANCI DÜŞMANLIĞI VE TEORİK YAKLAŞIMLAR **4**
1.1. AVRUPA'DA YABANCI DÜŞMANLIĞININ GÜNÜMÜZDEKİ TARTIŞMALARI . 9
1.2. AVRUPA'DA İSLAMOFOBİ'NİN ORTAYA ÇIKIŞI VE YÜKSELİŞİ 14
1.3.AVRUPA'DA'Kİ ANTİ TÜRKİZM'İN GELİŞME SÜRECİ 23
2.SEÇMEN DAVRANIŞI VE AVRUPADAKİ TÜRK SEÇMENLERİN DURUMU **31**
2.1. SEÇMEN DAVRANIŞI 33
2.1.1. Sosyolojik Yaklaşım **36**
2.1.2. Sosyo- Psikolojik Yaklaşım **37**
2.1.3. Rasyonel Tercih (Ekonomik Oy Verme) Modeli **38**
2.2. SEÇMEN DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER 41
2.2.1. Yapısal Faktörler **44**
2.2.2. Araçsal Faktörler **47**
3.AVRUPA'DAKİ TÜRK SEÇMENLER VE YURT DIŞI OY KULLANIM UYGULAMALARI **49**
3.1. AVRUPA'DAKİ TÜRK SEÇMENLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER 53
3.2. TÜRK SEÇMENLERİN AVRUPA SEÇİMLERİNDEKİ OY DAVRANIŞLARI 60
3.2.1. Almanya'daki Türk Kökenli Seçmenlerin Almanya Federal Meclisi [Bundestag] Seçimlerindeki Oy Davranışları **62**
3.3. CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİNDE ALMANYA'DAKİ TÜRK SEÇMENLERİN DAVRANIŞI ANALİZİ 65

İKİNCİ BÖLÜM
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1. ARAŞTIRMA HAKKINDA BİLGİLER 73
1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI 73
1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 74
1.3. ARAŞTIRMANIN TÜRÜ VE KISITLILIKLARI 74
1.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM 75
1.5. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN TOPLANMASI 76
1.7. ARAŞTIRMAYA KATILAN KATILIMCILARIN NİTELİKLERİ 77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ VE YORUMLANMASI

1.ANALİZ VE BULGULARA DAİR KISA BİLGİLENDİRME 81
1.1. SİYASETE OLAN İLGİNİN DÜZEYLERİ VE KATILIM DURUMU 81
1.2. SİYASİ TERCİHLERİN ORTAYA ÇIKMASINDA AİLE VE ÇEVRE FAKTÖRÜNÜN ETKİSİ 85
1.3.PROPAGANDALARIN SEÇMEN DAVRANIŞLARINA ETKİSİ 88
1.4.KÜLTÜREL DEĞERLERİN SEÇMEN DAVRANIŞLARINA ETKİSİ 91
1.5.OY VERİLEN ADAYIN/PARTİNİN TERCİHİNDE İDEOLOJİ VE LİDER FAKTÖRÜNÜN ETKİSİ 94
1.6.KATILIMCILARIN 24 HAZİRAN 2018 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİNDEKİ TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN UNSURLAR 97
1.7.KATILIMCILARIN ALMANYA SEÇİMLERİNDEKİ PARTİ TERCİHLERİ 99
1.8.ALMANYA'DAKİ TÜRK KARŞITLIĞININ VARLIĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ 100
1.9.ALMANYA'DAKİ TÜRK KARŞITLIĞININ POLİTİK TERCİHLERE ETKİSİ 103
2.ÇALIŞMA ALANINDAKİ GÖZLEM VE TECRÜBELER 104

SONUÇ VE ÖNERİLER 106
KAYNAKÇA 111
EKLER 120
ÖZGEÇMİŞ 123

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. 2014 ve 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Karşılaştırması 69
Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı..... 77
Tablo 3.Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımları 78
Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri..... 78
Tablo 5.Katılımcıların Meslek Grubu Durumları..... 79
Tablo 6. Kadın Katılımcıların Nitelikleri 79
Tablo 7.Erkek Katılımcıların Nitelikleri 80

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.Son 10 Yılda Almanya'da Aşırı Sağcılar Tarafından İşlenen Nefret Suçları 13

Şekil 2. İslamofobi'nin Ortaya Çıkardığı Unsurlar 18

Şekil 3. Avrupa'da Bazı Ülkelere Göre İslamofobi Vakaları (2018) 23

Şekil 4. Türkiye'den Almanya'ya Göç, 1963-2009 31

Şekil 5. Newman ve Sheth (1985)'in Seçmen Tercih Davranış Modeli 40

Şekil 6. Seçmeni Etkileyen Faktörler 44

Şekil 7.Siyasal Katılmada Yaş Grafiği 46

Şekil 8. 24 Haziran 2018 Yurt Dışında Kullanılan Oylar 52

Şekil 9. Onikinci Cumhurbaşkanı Seçimi Yurt Dışı Sonuçları 57

Şekil 10. 10 Ağustos 2014 CB Seçimleri Yurt İçi Sonuçları 58

Şekil 11.24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Yurt Dışı Temsilcilikler ve Gümrük Kapısı Oyları 59

Şekil 12. Almanya/Fransa'daki Türk Kökenli Seçmenlerin Bulundukları Ülkedeki Siyasetle İlgilenme Düzeyleri 61

Şekil 13. Almanya/Fransa'da Kendinizi Hangi Partilere Daha Yakın Hissediyorsunuz? 61

Şekil 14. Seçimlerde Hangi Partiye Oy Verdiniz? 63

Şekil 15.Almanya'daki Seçimlerde Tercih Konusunda Türkiye - Almanya İlişkilerinden Etkilenme Durumu 63

Şekil 16. 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonuçları- Almanya 67

Şekil 17.24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonuçları - Almanya 68

Şekil 18.Türkiye'de en çok güvendiğiniz kurum hangisidir? 71

Şekil 19. Türkiye'de Hangi Partiye Daha Yakın Hissediyorsunuz? 72

Şekil 20. Almanya/Fransa'da Türkiyeli Olarak Karşılaştığınız En Büyük Sorun Nedir? 103

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

%: Yüzde

&: Ve

AA : Anadolu Ajansı

AB : Avrupa Birliği

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

AK PARTİ: Adalet ve Kalkınma Partisi

AP: Adalet Partisi

AP: Avrupa Parlamentosu

BBC: Britanya Yayın Kuruluşu

CB: Cumhurbaşkanlığı

CDU: Hıristiyan Demokrat Birliği *(Christlich Demokratische Union Deutschlands)*

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

CSU: Hıristiyan Sosyal Birliği *(Christlich-Soziale Union in Bayern)*

DP: Demokrat Partisi

DPA: Alman Haber Ajansı

DIE LINKE: Alman Sol Parti

EUMC: Avrupa'da Irkçılık ve Yabancı Düşmanlığı İzleme Merkezi

FETÖ: Fetullahçı Terör Örgütü

GSYH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

HDP: Halkların Demokratik Partisi

IDEA: Uluslararası Demokrasi ve Seçim Desteği Enstitüsü

IHF: Uluslararası Helsinki İnsan Hakları Federasyonu

IMF: Uluslararası Para Fonu

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

MSP: Milli Selamet Partisi

NATO: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü

NGO: Hükümet Dışı Kuruluşlar

PEGİDA: Batının İslamlaşmasına Karşı Vatansever Avrupalılar

PKK: Kürdistan İşçi Partisi *Terör Örgütü*

PODEM: Kamusal Politika ve Demokrasi Çalışmaları Derneği

PVV: Özgürlük Partisi

PYD: Demokratik Birlik Partisi/Terör Örgütü

SETA: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı

SGK: Sosyal Güvenlik Kurumu

SP: Saadet Partisi

SPD: Almanya Sosyal Demokrat Partisi *(Sozialdemokratische Partei Deutschlands)*

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TC: Türkiye Cumhuriyeti

TCK: Türk Ceza Kanunu

TİKA: Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı

TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TV: Televizyon

UETD: Avrupalı Türk Demokratlar Birliği

YL: Yüksek Lisans

YSK: Yüksek Seçim Kurulu

YTB: Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı

GİRİŞ

Yabancı düşmanlığı temelinde yatan 'ötekileştirme' ve kendinden başkasını, kendine benzemeyeni 'yabancı' görme olgusu Avrupa'nın derin tarihinde yüzyıllardır bulunan bir unsurdur. Yabancı düşmanlığının bir alt unsuru olarak görebileceğimiz Türk düşmanlığı, Türk karşıtlığı, Türkofobi ya da Anti-Türkizm olgusu da Avrupa zihinlerinde yıllardır bulunan bir kavramdır.

Çalışmamıza konu olan bu kavramları yani; *Türk Düşmanlığı', 'Türk Karşıtlığı', 'Türkofobi', 'Anti – Türkizm'* kavramlarını kullandığımızda anlamamız gereken; Türklere ve Türklerin tarihine, kültürüne; Türkiye'ye ve Osmanlı'ya olan düşmanlık, nefret, korkudur (Kaya, 2018: 133). 1071 yılında Türklerin Malazgirt Zaferi ile başlayan, 1453 İstanbul'un Fethi'yle devam eden ve nihayet 1683'deki Viyana Kuşatması ile zirveye tırmanan Anti – Türkizm olgusu Avrupa'da tarihten günümüze kadar etkisini devam ettirmektedir. Avrupa'nın Türk olarak tanımladığı ve Türk olarak gördüğü toplulukları düşman olarak görmesi tarihte Hristiyanlığın içerisindeki mezhep savaşlarının son bulmasına ve Türk düşmanlığının birleştirici bir rol izlemesine dahi neden olmuştur. Bu süreç dönemin siyasal en yetkili organı kilisenin aracılığıyla olmuştur. Kilise halka Türkleri 'şeytan', 'Tanrı'nın cezası' gibi tanımlamalar kullanarak anlatmıştır.

Avrupa'da yabancı düşmanlığı ile akabinde paralel artış gösteren Türkofobi'nin son yıllarda yükselişe geçmesinde göçlerin de etkisi olmuştur. Göçlerin genellikle Müslüman coğrafyalardan Avrupa'ya doğru ilerlemesi de başta yabancı düşmanlığı olmak üzere; İslamofobi'nin de artmasında etkili olmuştur. Buradan da anlaşılacağı üzere aslında yabancı düşmanlığının Avrupa'daki artışının altında birbiriyle bağlantılı birçok unsur bulunmaktadır. Dünyada artan güvensizlik ortamları göçleri hızlandırmaktadır. Avrupa'ya göç eden toplulukların Güney Asya ve Kuzey Afrika'dan sonra Türkiye'den göçen Müslüman gruplardan oluşması da bu korkunun tetikleyici unsurları arasındadır (Strabac & Listhaug, 2008: 278). Özellikle son 15 yılda göçlerin de etkisiyle yabancı düşmanlığı uluslararası bir sorun olarak görülür hale gelmiştir. Ancak, devletler göç politikalarını yabancı düşmanlığı üzerine inşa ederek sorunun daha da artmasına sebebiyet verme eğiliminde bulunmaktadırlar (Özer, 2015: 10-15).

Çalışmamızın tamamlamasına giden süreçlerin bir diğeri de 'seçmen ve eğilimleri' olmuştur. Demokratik toplum düzeninin vazgeçilmez unsurlarından olan seçim ve seçmenler araştırmamızda ele alınan bir diğer başlıktır. Demokrasinin

tecelligahı olan sandık seçmen eğilimleri ile şekillenmekte ve sonuçlanmaktadır. Demokrasinin birde fazla unsurun bir araya gelmesiyle oluşturulduğunu düşünürsek bu unsurların en önemlisi şüphesiz seçmen ve seçim olacaktır.

Seçmenlerin davranış sergilerken hangi durumlarda neye göre ve nasıl tepki gösterip oy eğilimi gösterdiği siyaset bilimciler başta olmak üzere sosyologlar ve tabi ki siyasi partiler için önem arz etmektedir. Siyasi partiler ve adaylar seçim stratejilerini, seçim kampanyalarını ve propagandalarını bu tespitler üzerine yönetmekte ve kararlar almaktadır. Bununla beraber dünyada değişen koşullar, küreselleşme, toplumun değişen talepleri de seçmen davranışları üzerine araştırma yapmayı zorunlu kılmıştır. Dolayısıyla seçmenlerin davranışlarının demokratik toplum düzeninde siyasete etkili olması, yöneticileri değiştirebilir olması da seçmen davranışları üzerine araştırma yapma da önemli etkenlerden biri olmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti, 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki tespite göre; nüfusa oranla ve yüzde 9 ile en fazla göçmeni yurt dışında bulunan ülke konumundadır (Şen, 2014). Bu da ülkemizde yapılan seçimlerde yurt dışında yaşayan vatandaşlarımızın ne denli önemli bir yere sahip olduğunu göstermiştir.

Seçmenlerin seçimlerdeki oy davranışlarını etkileyen unsurlar üzerine araştırmalar yapılmış olsa da özellikle Türkiye'deki seçimlerde yurt dışında yaşayan yurttaşlarımızın oy davranışlarının ne yönde etkilendiğine yönelik çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu sınırlılık, yurt dışında yaşayan Türk vatandaşı ve Türkiye'deki seçimlerde oy kullanma hakkına sahip kişilerin, bulundukları ülkede oy kullanma uygulamasının henüz daha yeni sayılabilecek bir dönemde, 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleriyle mümkün olmasından da kaynaklıdır.

Bu bağlamda araştırmamızı Avrupa'da Türk karşıtı tutumların Türkiye'de bir il olsa 15 milletvekili çıkarabilecek seçmene sahip Almanya özelinde ele aldık. Öncelikle Avrupa'da Türkofobi'yi yurt dışında Almanya'da yaşayan vatandaşların gözünden ortaya koyduktan sonra yine Almanya özelinde seçmenlerin de oy davranışlarında bu etkiyi değerlendirdik.

3 bölümden oluşan tezimizin birinci bölümünde *'Yabancı Düşmanlığı ve Türk Düşmanlığı'*nın kavramsal kökenini ile '*Seçmen Davranışı ve Avrupa'daki Türk Seçmenlerin Durumu'* nu ele alıp günümüz tartışmalarını değerlendirdik. İkinci bölümde; *'Araştırmanın Metodolojisi'* üçüncü bölümde ise; '*Araştırma Verilerinin Analizi Ve*

Yorumlanması' başlığı altında araştırmamızın verilerini ortaya koyup değerlendirdik. Sonuç ve önerilerimizi de araştırmamızın sonunda ele alıp açıkladık. Bu sayede yabancı düşmanlığı ve Türk düşmanlığının kavramsal ve tarihsel kökenine inerek daha okuyucularımızın zihninde kavramların daha somutlaşmasını sağlamaya çalıştık. Yurt dışında ve Almanya'da yaşayan seçmenlerin davranışlarını da araştırarak demokrasinin somut çıktısı oy eğilimlerinin hangi etmenlerden etkilendiğini ortaya koymaya çalıştık.

Son olarak; Almanya'da yaşayan ve Türkiye'deki seçimlerde oy kullanma yeterliliğine sahip 40 vatandaş ile görüşüp araştırmamızın daha açıklayıcı ve belirgin çıktılarına ulaşmayı hedefledik. Üçüncü bölümde ele aldığımız araştırma verileri ve bulgulardan sonra da sonuç ve öneriler ile araştırmamızı noktaladık.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇALIŞMAMIZIN TEORİK ARKA PLANI

Çalışmanın en önemli temaları ve başlıkları şüphesiz *'yabancı düşmanlığı'* kavramı ve bu kavram ile harmanlayıp anlatacağımız *'Avrupa'da Türk düşmanlığı'* kavramlarıdır.

Kavramsal çerçevenin altında oluşturacağımız alt başlıklar ve günümüzdeki tartışmalar çalışmamızın anlaşılması noktasında katkı sağlayacaktır. Yabancı düşmanlığı kavramının günümüzde Türk düşmanlığı ve İslamofobi ile olan yakın ilgisi, çalışmamızda kavramların birlikte ele alınarak birbirleriyle ortak bağlarda buluşturulmasına olanak sağlamıştır. Bahsi geçen kavramların anlamlandırılıp ortak noktada buluşturulması sayesinde de çalışmanın kayda değer çıktılar oluşturması sağlamaya çalışacaktır. Ayrıca, çalışmada Avrupa'da yabancı düşmanlığının ele alınışı -*çalışmanın ana konusu Almanya olduğundan*- kavramlarımızın içerikleri Almanya ağırlıklı olacaktır.

Son olarak, birinci bölümün ana başlığı altında alt başlıkları ilave ederek bölüm sonunda yabancı düşmanlığı, Türk düşmanlığı ve bu kavramların Avrupa'da nasıl vücut bulduğunun tam olarak anlaşılmasının sağlanması beklenmektedir.

1. YABANCI DÜŞMANLIĞI VE TEORİK YAKLAŞIMLAR

Yabancı düşmanlığı günümüzde en çok konuşulması gereken en acil çözüm bulunup üzerinde durulması gereken bir kavramdır (Güngör, 2018: 11). Yabancı düşmanlığı kavramını irdelerken bir ayrım yapmamız şarttır. Şöyle ki, yabancı düşmanlığının odağında olan kişiye karşı mesafeli olmak, onu tanımadan önce belli ölçüde kaygılı olmak olağandır (Yakushko, 2009: 45). Ancak, yabancı düşmanlığı duygusunun kaygı ve mesafeli olmanın bir aşama sonrasına, yani onu hiç tanımadan nefrete, kine ve düşmanlığa dönüşmesi olağan bir durum değildir. Yabancı ile hiçbir iletişime geçmeden ön yargılar neticesinde ona karşı kalıplaşmış duygular beslemek yabancı düşmanlığının en belirgin durumu olarak görülebilir (Bernasconi, 2015: 7). Bu durum yabancıya karşı baştan nefretin kabulüdür.

Yabancı düşmanlığı kavramının literatür açısından anlamına baktığımızda iki farklı kelimenin bir araya gelişi ile oluştuğunu görmekteyiz. Yunanca'da yabancı anlamına gelen 'xenos' ve korku anlamına gelen 'phobos' dan türetilmiştir (Yılmaz,

2008: 27). Dilimize "yabancı düşmanlığı" olarak giren bu kavram ingilizce'de "xenophobia" şeklinde yerini almaktadır. Diğer yandan dilimize "zenofobi" olarak da çevrilmektedir.

Yunanca 'yabancı' ve 'korku' kelimelerinden türetilen kavram, korkunun zamanla düşmanlığı beraberinde getirmesinden ötürü 'yabancı düşmanlığı' olarak tanımlanabilmektedir. Bu kavramı iki farklı boyutta anlamlandırıp yorumlayabiliriz. İlki, yabancı kişinin o ulusun ayrılmaz parçası olarak değil; farklı, öteki, yabancı olarak görülmesidir. Bundan dolayı da bu kişiye duyulan antipatidir. İkinci olarak ise; yabancının, ötekinin toplumun saflığını bozacağı korkusudur. Çünkü toplumu saf tutmak onu dışarıdan, yabancıdan korumakla mümkündür. Görüldüğü üzere her iki şekilde de düşmanlık, düşmanlığa konu olan kişiden dolayı değil, düşman olan kişiden ötürüdür. Er ve Ataman'ın Canatan'dan aktardığına göre; buradaki asıl sorun, farklı olanı düşman ve tehdit olarak algılayan kişinin kendisidir. Yani bu fobi düşmanlık duyan kişiye özgü bir durumdur. Çünkü fobi, yabancı ve farklı olan şeye herkesin aynı derecede tepki vermemesi durumudur. Örneğin, yabancı – öteki bizzat tehdit ve korku kaynağı olsaydı her kesim ve her kişi 'farklı – öteki' olarak algılanan kişiye karşı aynı tepkiyi verirdi. Dolayısıyla, durum bu şekilde olmadığı için 'yabancı düşmanlığı' fobisine sahip kişiler tedavi edilmesi gereken patolojik kişiler olarak görülebilirler (Canatan, 2007: 26-29).

Buradan hareketle korku ve fobi gibi kavramları yabancı düşmanlığı ile bir araya getirebiliyoruz. Şöyle ki; sosyal korkuları ve fobileri olan kişiler yalnız kalmaktan ya da kendiyle aynı düşüncede olan kişilerle beraber olmaktan korkmazlar. Ancak tersi durumlarda 'fobi' yani korku oluşabilir. Örneğin; "Deutschland den Deutschen" (Almanya, Almanlarındır) sloganı bu duruma gösterilecek en iyi örneklerden biridir. Kendileriyle sırf aynı olmadığı için onlardan korkan kişilerin ve bu fobiye kapılan kişilerin hastalıklı, tedavi edilmesi gereken kişiler olduğu düşünülebilir.

Bununla beraber ayrıca; yabancı düşmanlığının kökeninden geldiğini söyleyebileceğimiz 'ötekileştirmenin' farklı yönleri bulunmaktadır. Bunlar:

Diğer yandan, **'Temas Hipotezi'**ne göre; bir yerde iletişim yoksa orada ön yargılar vardır. İletişim olduğu yerlerde ise ön yargının gerilediği bilinmektedir. (Yavuzcan, 2007: 325-326). Yabancı kişiler ile ön yargılarından ötürü; diyalog kurmaktan kaçınan ve iletişim kurmayan kişiler bu ön yargı ve korkularından ötürü 'yabancı düşmanı' bir birey haline gelebilmektedirler. Bireyler 'yabancı' olarak nitelediği

kişiler ile iletişimlerini sınırladıklarından ötürü ön yargılar devam edip 'yabancı düşmanlığı'na evirilme ihtimali doğmaktadır.

Yabancı düşmanlığını yukarıda her ne kadar fobi, hastalık gibi tanımlamış olsak da bu tanımı bu şekilde sınırlamak yeterli olmayacaktır. Avrupa'dan artan göçler ile birlikte yabancı düşmanlığının artmasında ***'Rekabet Teorisi'*** de etkilidir. Bu teoriye göre kıt kaynakların yabancılar ile paylaşılıp ekonomik rekabet ortamının artması düşmanca tutumlara sebebiyet verebilmektedir. Özellikle toplumda ekonomik ve sosyal anlamda güçsüz olanlar; imkânlar ve olanaklardan yararlanma konusunda zorlandıkça yabancılara karşı düşmanca tutumları artarak devam edecektir. Bu bireyler kendilerini refah düzeyi açısından tehdit altında hissedeceklerdir (Bobo ve Hutcins, akt. Öztepe, Yıldırım, ve Duru, 2018: 193-194). Refah düzeyleri tehdit altında hisseden bireyler de bunun sebebini etraflarında bulunan yabancılar olarak göreceklerdir.

Yabancı düşmanlığı ***'Sosyal Kimlik Teorisi'***ne göre de tanımlanabilecek bir kavramdır. Sosyal kimlik, bireyin ait olduğu sosyal grup ile arasında oluşan benlik duygusu bağıdır. Yabancı düşmanlığı ise; bireyin kendi kimliği ile arasındaki inanç ilişkisine dayalıdır. Başka bir ifade ile birey, bulunduğu sosyal ortam ve ilişki içerisinde olduğu gruba ayrıcalık ve hoşgörü sağlarken, ait olmadığı gruba ise hoşgörüsüz olması ve karşı durması olarak açıklanmaktadır (Tajfel, akt. Öztepe ve ark., 2018: 194).

Yabancı düşmanlığı, sahip olduklarını başka kişilerle paylaşmak istemeyen, eşitsizlik davranışları sergileyen ve/veya bu dünya görüşünü benimseyen insanların oluşturduğu topluluklar olarak da tanımlanabilir. Yabancı düşmanı olan kişiler toplumu biz ve onlar şeklinde gruplara bölerek "onları" ilkel ve tembel olmakla suçlar, "biz" kısmını yani kendilerini ise çalışkan ve uygar olarak tanımlamaktadır. Yabancı düşmanlarına göre toplumda ters ve olumsuz giden her şey 'onlar'dan dolayı olmaktadır. Yabancılar ülkeden ayrıldığında ülkede ve toplumda her şey düzelip yoluna girecektir (Mora, 2009: 10-11).

Dünyada ya da mikro düzeyde düşünürsek Avrupa'da; 'yabancı düşmanlığı'nın başlangıcı farklı zamanlardan başlatılarak anlatılmaktadır. Daha popülist bir söylem olan 'yeni dünya düzeni ve küreselleşme' gibi kavramlar buna örnektir. Yani kimi yazarlar yabancı düşmanlığının 'yeni dünya düzeni'nden ötürü olduğunu savunurken, kimi yazarlar ise 'küreselleşme' olgusuyla yabancı düşmanlığının başladığını savunmaktadır. Bununla beraber bu kavramların doğumu da yazarlar açısından farklılık arz etmektedir.

Örneğin, her çalışma "yeni dünya düzeni" kavramını kullanırken kavramın var oluşunu, yani doğumunu farklı bir olaydan esinlenerek ortaya koyar. Uluslararası göç ve yabancı düşmanlığı konularında çalışmaları olan Özer (2015); yabancı düşmanlığı kavramını 'yeni dünya düzeni'nden sonra başladığını belirtmektedir. Özer (2015), bu 'yeni' düzeni ise Berlin Duvarı'nın yıkılışı ile beraber Sovyet Bloğu'nun dağılmasıyla bağ kurarak başlatmıştır. Sonuç olarak 'yabancı düşmanlığı' kavramının 'yeni dünya düzeni'nden sonra başladığını; bu yeni dünya düzeninin ise Berlin Duvarı'nın yıkılması sonrasına tekabül ettiğini iddia etmektedir (Özer, 2015: 7).

Oluşan bu yeni düzen ile beraber ortaya çıkan özgürlük düşünceleri beraberinde özgürlüklere karşı oluşabilecek riskleri da getirmiş; devletler de bu kaygılarını merkezi yönetimin ağırlığını hissettirerek gidermeye çalışmıştır. Bununla beraber oluşan güvensiz ortamlar da uluslararası göçlerin artmasına neden olmuştur. Dolayısıyla uluslararası göçlerin artışı yabancı düşmanlığına da kapı aralamıştır. Özellikle son 15 yılda yabancı düşmanlığı uluslararası bir sorun haline gelmiştir. Ancak, devletler göç politikalarını yabancı düşmanlığı üzerine inşa ederek sorunun daha da artmasına sebebiyet vermektedirler (Özer, 2015: 10-15).

Siyaset sosyolojisi açısından baktığımızda ise "ulus –devlet" fikri ile birlikte var olan 'tek ulus' yaratma fikri yabancı düşmanlığının beslendiği ana kaynaklardan biridir (Heckmann, akt. Yavuzcan, 2007: 326). Ayrıca, Avrupa'da olabilecek siyasi dönüşümlerin ulus- devlet egemenliğine tehdit olarak görülmesi, yaşanan ekonomik sıkıntılar ve terör olaylarından doğan olumsuzlukların aşırı sağ partiler tarafından suiistimal edilerek kullanılması da yabancı düşmanlığının artışında etkili olmaktadır (Yılmaz, 2008: 5).

Yabancı düşmanlığı, vatandaş olmayanlara, farklı kökenden olanlara yapılan bir ayrımcılıktır. Bu düşmanlıktan en çok etkilenen mülteciler, göçmenlerdir. Kültürel, dinsel, sosyal statü ve benzeri durumları farklı olan tüm yabancılar bundan etkilenmekte ve düşmanca tutumlar ile karşı karşıya kalmaktadır. Aslında bu sadece bir tutum olarak düşünülmemelidir. Göçmenler başta olmak üzere tüm yabancılara karşı ayrımcılık temelli yapılan uygulamalar, şiddet eylemleri gibi durumlar yabancı düşmanlığının en üst seviyede yansıması olarak görülebilmektedir. Toplumsal davranış ve tutumlar ile birlikte yabancıya karşı algılar bu düşmanlığın daha hassas bir konu olmasına sebebiyet vermiştir (Crush ve Ramachandran, 2009: 6-7).

Yabancı düşmanlığını birçok farklı şekilde kavramsallaştıran yazar vardır. Örneğin, Aliboni (2006), bu düşmanlığın çeşitlilik ya da farklılığın karşısında olma durumu olarak açıklamaktadır. Aliboni'ye göre asıl sorun farklı olanlara, farklı çeşitlere duyulan düşmanlıktır. Ayrıca farklılık sadece ırk, din veya etnik köken farklılığı olarak anlaşılmamalıdır. Örneğin, homoseksüellere karşı duyulan nefret ve düşmanlıkta bu kavramın bir ifadesidir (Aliboni, 2006: 2).

Konunun başından beri belirttiğimiz, kavramsallaştırdığımız yabancı düşmanlığının karıştırılmasına sebebiyet olan bir başka durumu da vardır. Aslında benzerlikler bulunuyor olsa da yabancı düşmanlığı çoğunlukla *ırkçılık* ile karıştırılmaktadır. Aradaki en temel fark; yabancı düşmanlığı 'öteki'ye 'farklı'ya karşı korku, düşmanlık, fobi olarak adlandırılırken; ırkçılık ise 'ten rengi, saç tipi ve yüz biçimi' gibi fiziksel özelliklere karşı olan düşmanlığı, ayrımcılığı ifade etmektedir (NGO Working Group on Migration and Xenophobia for the World Conference, 2001). Görüleceği üzere 'ırkçılık ve yabancı düşmanlığı' kavramları arasında belirgin benzerlikler bulunuyor olsa da birbirinde ayrı, birbiriyle farklı kavram ve durumlardır.

Bununla birlikte, 'Yabancı düşmanlığı'na her ne kadar 'ırkçılık'dan farklı bir tanımlama yapmış olsak da aslında birbirinden tamamen bağımsız bir kavram olmadıklarını belirtmekte fayda vardır. Buna göre; yabancı düşmanlığı ve ırkçılık aynı faktörler tarafından etkilenmektedir. Ancak yabancı düşmanlığı, ırkçılıktan çok fundamentalizm, uyuşturucu satıcılığı, suçlu gibi kavramların yabancılarla birlikte anılmasıyla ilgilidir (TBMM, 2015). Bu gibi yasadışı durumlar yabancılar ile anılarak yabancı düşmanlığının körüklenmesi sağlanmaktadır.

Yabancıyı ötekileştiren, oluşan ve oluşabilecek tüm sorunların kaynağını 'yabancı'ya bağlayan kavramın sosyal, siyasi ve kültürel altyapıları da bulunduğunu bir gerçektir. İletişim kanallarının geliştirilip açık bırakılması ve yabancı düşmanlığının tedavi edilmesi gereken bir patolojik sorun olduğunun kabul edilmesi kavramın ilerleyen zamanlarda tekrar anlamlaştırılmasına olanak sağlayabilecektir.

Sonuç olarak, yabancı düşmanlığı birçok kaynaktan beslenen, ırkçılıktan bağımsız olmasa da eşanlamlı olamayan bir kavramdır. Kökenlerinin derinlerde olduğu aşikâr olan sorun Avrupa başta olmak üzere tüm dünya için belirgin ve çözülmesi gereken sorunların başındadır.

1.1. AVRUPA'DA YABANCI DÜŞMANLIĞININ GÜNÜMÜZDEKİ TARTIŞMALARI

Küresel ölçekte artan yabancı düşmanlığı; dünyada başlayan 'göç' hareketleri ile artış gösterdiği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu teoriye göre; göç olgusu arttıkça yabancı düşmanlığının da artması beklenmektedir. Hâlihazırda göç edenler, göçmenler 'öteki' olarak algılanmakta ve aynı zamanda tehdit unsuru olarak görülmektedirler. Bu duruma göç ve yabancı düşmanlığının paralel olarak birbirinden etkilendiğini ve paralel artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Zaman içerisinde artan 'öteki görme' olgusu ve 'öteki' korkusu yabancının yani 'öteki'nin düşman olarak görülmesine evirilen bir süreç geçirmesine neden olmaktadır.

Avrupa içerisinde yer alan ve hızla yayılan bir başka düşünce de göçmenlerin toplumun homojen yapısını bozduğuna yönelik görüş olmuştur. Bu sağ popülist söyleme göre; her türlü imkân, fırsat ve faydadan çoğunluk yararlanmalıdır. Göçmenler 'öteki'dir. Bu imkân ve fırsatlardan yararlanması gereken 'biz'dir. 'Biz'in bu imkân ve fırsatlardan yararlanmasında en büyük engel ise 'öteki' olarak tanımlananlardır. Öteki olarak kavramlaştırdığımız bu topluluk Almanya'da Türkler'i ifade ettiği söylenebilmektedir (Yılmaz, 2020: 14).

Schmitt ise 'öteki'yi düşman olarak görmeyi dost-düşman teorisi ile açıklamaktadır. Scmitt'e göre; siyasal alan içerisinde mutlaka bir yabancı bir diğer ifadeyle 'öteki' vardır. Bu yabancı ile anlaşmak, uzlaşmak imkansızdır. Ortak bir değer ya da birleştirici bir alan bulunmamaktadır. Schmitt, siyasal alanda dost-düşman kavramlarını tanımlanırken önemli olan dostun tanımının yapılıp sonra kendi görüşümüz ve siyasal çizgimizle uyuşmayanların yani bizden olmayan toplulukların tam manasıyla düşman olarak görülmesi gerektiğini belirmiştir (Ergin, 2020: 67). Bu görüşün Avrupa'nın 'öteki'ye karşı bakış açısı noktasında da etkili olduğu düşünülmektedir.

Yükselen 'ırkçılık, yabancı düşmanlığı' ve buna benzer fikir akımları Avrupa tarihinin geçmişinde de var olan ve tehlikeli olan fikir akımları olarak görülmektedir. Bu tehlikeli akımlar en kanlı meyvelerini de her zaman Avrupa'da verdiğine dair görüşler bulunmaktadır. İngiliz sömürgeciliği, Haçlı seferleri ve Alman Nazilerinin saf ırk temelli kanlı eylemleri düşüncemize dayanak olmaktadır (Yanarışık, 2013: 2914).

Yabancı düşmanlığı, şüphesiz sadece başta ifade ettiğimiz kavramsal çerçeveler ile sınırlı bir alan değildir. Avrupalı siyasetçilerin söylemleri ve yabancı düşmanlığının

siyasi bir güç olarak kullanılması da yabancı düşmanlığının yükselmesine sebep olan durumlardandır. Özellikle Avrupa'da artan aşırı sağ siyasette de etkisini göstererek yabancı karşıtı, göçmen karşıtı partilerin iktidara gelmesine neden olmaktadır. Yapılan araştırmalar Avrupa'da Almanya başta olmak üzere yabancı düşmanlığının yükselişte olduğunu göstermektedir (Baers, 2018).

Avrupa'da ırkçılık ve yabancı düşmanlığı denilince akla ilk gelen ülke Almanya olduğunu belirtmiştik (Alkan, 2015: 275). Almanya'da kurulmuş olan ve Ocak 2015 itibariyle yaklaşık 25.000 üyesi olan Pegida hareketi bu duruma en iyi kanıtlardan biridir. Pegida *(Patriotische Europäer Gegen Islamisierung Des Abendlandes),* Almanca kökenli bir kelime olup açılımı "*Batının İslamlaşmasına Karşı Vatansever Avrupalılar"* şeklindedir. Bu hareket Dresden kökenli Alman siyasi hareket olarak kurulmuş ve yabancı karşıtı birçok gösteri, yürüyüş organize etmiştir (Kaytazoğlu, 2015).

Günümüzde, Almanya'yı yabancı düşmanlığı ve ırkçılık gibi konularda 'lider' ülke yapan süreç aslında tarihle yoğrulan bir süreçtir. İkinci dünya savaşı sonrasında hızla gelişen Alman ekonomisi ve sanayisi iş gücüne ihtiyaç duymuştu. İş gücü transferi yapan Almanya'ya işçiler aileleri ve yakınlarıyla birlikte gelerek Almanya'da sürekli kalma eğilimi gösterdiler (Tanrıkulu, 2018: 97). Hatta yazar Max Frisch'e göre bu durum *''Biz işgücü çağırdık, ama insanlar geldi''* şeklinde yorumlanmıştır (Wir Riefen, 2011).

Bu tarz durumlar Avrupa'da Almanya ile sınırlı değildir. Bazı yazarlar yükselen aşırı sağ ile birlikte artan yabancı düşmanlığını, 2008'de Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) başlayan ekonomik krize yorsa da aksi görüşler de bulunmaktadır. Örneğin; İspanya 2008 krizinden en çok etkilenen ülkelerin başında olmasına rağmen siyasi arenada aşırı sağ daha popüler olmamıştır. Ancak, ekonomik krizden etkilenmeyen Avusturya ve Finlandiya gibi ülkeler de ise aşırı sağ ön plana çıkmıştır (Alkan, 2015: 275 - 276).

2000'li yıllara Avrupa 'yabancı düşmanlığı, ırkçılık' gibi konuların gölgesinde başlamıştır. Belirttiğimiz üzere siyasi arenada da bu söylem ve politikalar alıcı bulmuştur. Örneğin; 1999 yılında Avusturya seçimlerini kazanan Avrupa'da 'ırkçılık, yabancı düşmanlığı' denilince ilk akla gelen kişi Jörg Haider'in %27 oy oranıyla hükümet ortağı olması oraya attığımız tezimizi kanıtlar niteliktedir. Haider, ırkçı ve yabancı karşıtı söylemlerini açıkça ortaya koyması, Hitler'e ve politikalarına olan sempatisini gizlememesi onun Avrupa'da dikkat çeken bir lider olmasına neden olmuştur. Haider,

her ne kadar bir süre sonra istifaya zorlanmış olsa da söylem ve politikaların kendisinden sonra da devam etmesi ve halk nezdinde oy oranı olarak karşılık bulması ülke vatandaşlarının da 'ırkçılık ve yabancı düşmanlığı' gibi kavramlara destek vermesi olarak yorumlanabilir. Son olarak ABD'de yaşanan 11 Eylül olayları da yabancı düşmanlığının Müslümanlara yönelik düşmanlık olarak yorumlanıp evirilmesine sebebiyet verdiği düşünülmektedir (Alkan, 2015: 278- 279).

Avrupa'da ve özellikle Almanya'da 'yabancı düşmanlığı' konusunda toplumsal bir yükseliş olduğunun bir diğer kanıtı ise yine Alman Merkez Bankası yönetim kurulu üyesi Thilo Sarrazin'in 2010 yılında yayımlamış olduğu kitabıdır. "Almaya Kendini Yok Ediyor *(Deutschland schafft sich ab: Wie wir unser Land aufs Spiel setzen)*" adlı kitabında Sarrazin, yabancı düşmanlığı ve ırkçılık içerikli söylemlerde bulunmuştur. Kitabın piyasaya çıkışından sonra dikkat çekici çarpıcı nokta ise; kitabın kısa bir sonra en çok satan kitaplar arasında yerini almasıdır. Sarrazin kitabında söylemlerini daha da sertleştirerek Türklerin Almanya'yı ve Batı toplumlarını aşağıya çeken topluluklar olduğunu savunmuştur. Sarrazin bu durumun tedavi edilemez genetik bir sorun olduğunu da söylemiştir. Sarrazin'in görüşlerinden daha vahametli olduğunu düşündüğümüz durum ise; bu kitabın en çok satılan kitaplar arasında yer alması ve Yanarışık'ın aktardığı bilgiye göre; Almanya'da kitabı satın alanların yarısının kitabın içerisindeki görüşleri benimsemiş olmasıdır. Kitabı satın alanların %18'inin ise; Sarrazin'in parti kurması durumunda oy vereceğini belirtmiştir. Kanaatimizce dünyanın en büyük ekonomilerinden olan Almanya'nın böyle bir görüş ve kitap ile anılması endişe verici, açıklanması gereken bir ruh halinin yansımasıdır (Yanarışık, 2013: 2915; Alkan, 2015: 280; Erdoğan; 2015: 143).

2014 Avrupa Parlamentosu (AP) seçimlerinde de Avrupa'da en popüler ve bilinen yabancı düşmanı olan partileri Almanya'da Milliyetçi Demokrat Partisi ile birlikte Yunanistan'da Altın Şafak Partisi olmuş ve oylarını arttırmıştır. Aslında en dikkat çeken partiler bu bahsini ettiğimiz partiler olmuşsa da 2014 seçimlerinin asıl kazananı Almanya ile birlikte Fransa, Finlandiya, Danimarka, Avusturya, Macaristan, Belçika gibi ülkelerdeki aşırıcılar olmuştur (Özsöz, 2014: 11-13).

2019 AP seçimlerinde ise 2014'e nazaran pek değişen bir şey olmamıştır. Seçimler yine aşırı sağın ve yabancı düşmanlığının gölgesinde yapıldığı söylenebilir. Seçimler tam da beklendiği gibi aşırı sağın zaferiyle bitmiştir. Daha önce de belirttiğimiz gibi Avrupa'da aşırı sağ denilen partiler ulusal çıkarları ve kaygıları savunduğunu

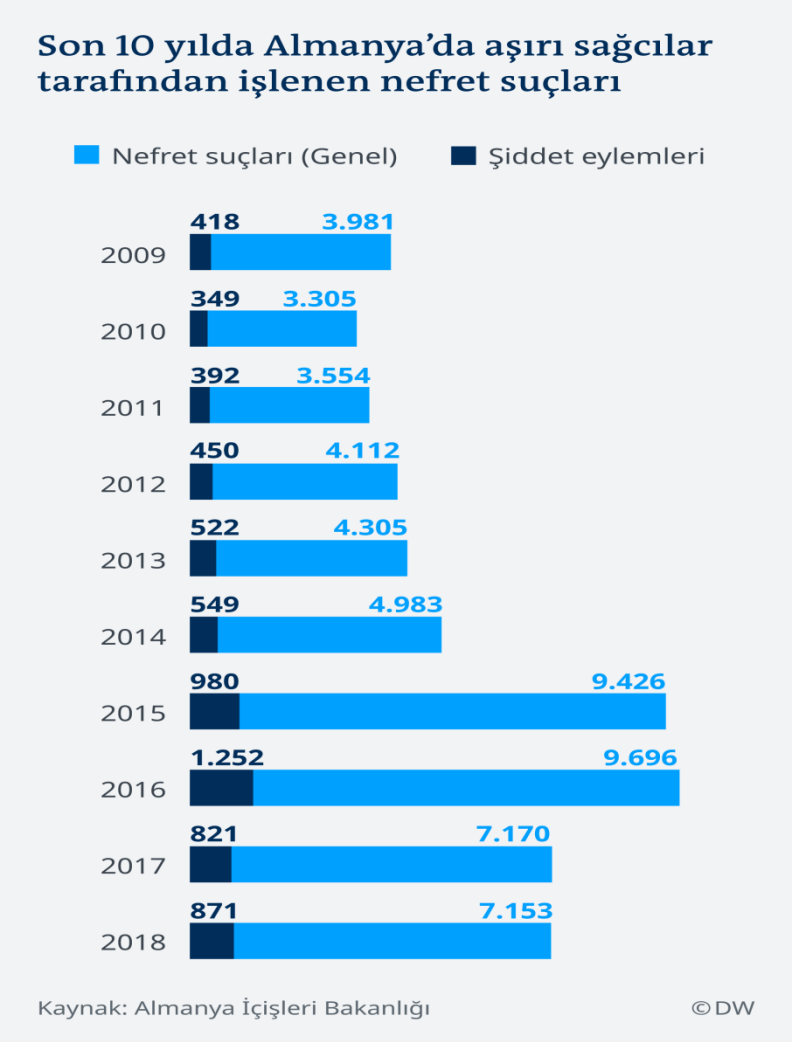
söylemek güçtür. Onun yerine ekonomik sorunları, güvenlik sorunları din ile harmanlayarak bir yabancı düşmanlığı, ırkçılık, İslam karşıtlığı gibi Avrupa'da popülist denilen söylemleri takip etmişlerdir (Mengüç, 2019).

Özellikle 'yabancı düşmanlığı' dediğimizde Avrupa'da ilk akla gelen ülkenin Almanya olduğunu belirtmiştik. Almanya hem politikacıların yönlendirdiği siyasi partilerin hem de bu partilerin politikalarının ortaya attığı fikirler sayesinde 'yabancı düşmanlığı' konusunda lider konumda olduğu bilinmektedir. Bununla beraber Almanya'da güvenlik kuvvetlerinin ve hukuk sisteminin aşırı sağcıların yaptığı yasa dışı eylemlere karşı etkisiz kalışı da bahsini ettiğimiz konuya en büyük kanıtlardandır. Ayrıca aşırı sağ destekçisi yürüyüşlerin, eylemlerin artması ve aşırı sağın parlamentoda temsil edilmesiyle birlikte oy oranlarının artması da aşırı sağı ve dolayısıyla 'yabancı düşmanlığı' kavramını güçlendirmektedir.

"Bunun yanında polis ve neo-nazi gibi otoriteler arasındaki doğrudan bağlantılar ideolojik olabilir ya da aktif katılımcılık açığa çıkarılabilir: Nazi selamları, polis memurları tarafından yapılan ırkçı saldırılar, ırkçı profilleme, polisin 'Freital Grubu' gibi neo-nazist gruplarla işbirliği yaptığı iddiası, Pegida mitinglerine katılan polis memurları... Bütün bunlar sosyal medyada, Pegida ve Almanca polis anlamına gelen Polizei kelimelerinin birleşiminden 'Pegizei' teriminin oluşmasıyla sonuçlandı. Öte yandan, ırkçı ve diğer aşırı sağ kaynaklı saldırılar çözüme kavuşturulmadan bırakılıyor, bu saldırılara aruz kalanlar suçun aşırı sağ kökenli olduğunu belirttiğinde hâlâ ciddiye alınmıyor, faillere karşı mahkeme kararları genellikle çok hafif cezalar içeriyor ve eylemlerin ardındaki politik ve ideolojik sebepler çok bariz olduklarında dahi görmezden gelinebiliyor." (Keller, 2019).

Almanya'nın aşırı sağ ile mücadele etmediğini düşünmemize neden olan bulgulardan bir diğeri ise ;*"Son 10 yılda Almanya'da aşırı sağcılar tarafından işlenen nefret suçlarının"* sayıları. Aşağıda bulunan Şekil-1'de son 10 yılda Almanya'da aşırı sağcılar tarafından işlenen nefret suçları görülmektedir.

***Şekil 1**.Son 10 Yılda Almanya'da Aşırı Sağcılar Tarafından İşlenen Nefret Suçları*



Kaynak: Akal (2019).

Son olarak, yabancı düşmanlığını aktif ve pasif yabancı düşmanlığı olarak ayırmak mümkündür. Aktif düşmanlık; kundaklama, cana ve mala yapılan saldırılar olarak adlandırılabilirken, pasif yabancı düşmanlığı, yabancılara ev vermeme, aşağılama, dışlama ve onları işe almama gibi durumlar olarak ortaya çıkabilmektedir (Kühn, 2017'den akt. Tanrıkulu, 2018: 108). Aşırı sağ partilerin söylemlerinin vatandaşlar nezdinde karşılık bulması ve artan eylemler de sorunun derinlerde olduğunu ve derinlemesine araştırma ile birlikte bir çözüme kavuşması gerektiğini bize göstermektedir. Bununla beraber; yabancı karşıtı söylem ve politikaların önlenmesine ve sorunun çözümüne yönelik çalışmalar yapmak yerine, bunu siyasi bir malzeme haline getirilmesi de Avrupa'da yabancılara yönelik karşı bir tehdit olarak düşünülebilmektedir.

1.2. AVRUPA'DA İSLAMOFOBİ'NİN ORTAYA ÇIKIŞI VE YÜKSELİŞİ

İslamofobi, 'İslam' kelimesi ve Yunanca "phobos" kelimesinin bir araya gelişinden türemiştir. Ayrıca, psikiyatride 'irrasyonel korku' yani gerçek ama bir o kadar da anlamsız, mantıksız muhtevalı zihni rahatsızlıkları izah etmek için kullanılan 'phobia' ekinin İslam kelimesinin birleştirilmesiyle ortaya çıkmış bir kavramdır (Baştürk, 2015). Kavramı doğru anlayıp iyi analiz etmek için etimolojisini bilmek de önem arz etmektedir.

İslamofobi bir diğer deyişle "İslam korkusu" bugün dünyada küresel bir sorun olarak ortaya çıkmış ve dolayısıyla küresel sorun olan bir kavramdır. Hatta öyle ki kavram iç ve dış politikada, ulusal ve/veya uluslararası politikada da kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Akgönenç (2011: 16) İslamofobi'yi basitçe *"İslam'ı, tam ve doğru olarak anlamadan veya yanlış bilgilere dayanarak yaratılan bir ruh halinin sonucudur. Bu korku hem dine hem de o dinin mensuplarına karşıdır"* şeklinde tanımlamaktadır. İslamofobi usdışı, yersiz bir korkunun ürünüdür. Bu durum; korkunun beraberinde nefret, düşmanlık, ayrımcılık ve kin getirmesi anlamına da gelmektedir. Yukarıda yaptığımız kavramsallaştırma çabaları İslamofobi'nin mikro düzeyde mahalli anlamlandırma çabalarıdır. Dolayısıyla İslamofobi sadece yukarıdaki kavramsallaştırmalar ile sınırlamak doğru olmayacaktır.

İslamofobi'nin de 'yabancı düşmanlığı' kavramı gibi göçler ile birlikte artış gösterdiği bilinmektedir. Dolayısıyla İslamofobi'yi tanımlarken yabancı düşmanlığından ayrı tutmak mümkün değildir. Göç olgusu ve göçmen hareketlilikleri arttıkça 'yabancı korkusu' ve dolayısıyla İslamofobi artışı devam etmektedir. Göç olgusu ve durumları devam ettikçe güvenlik, işgücü ve benzeri kaygılar da radikalleşmiş yabancı düşmanları içerisinde artış göstererek 'öteki'den korkmayı tetikleyen unsurlar olarak ortaya çıkmaktadırlar (Çötok ve Taşdelen, 2013: 3). Bunu etkileyen önemli etkenlerin başında göçmen hareketlerinin Batı Avrupa'ya doğru artış gösterip Müslüman nüfusun da aynı ölçüde Avrupa'da artış göstermesidir. Bununla beraber, göç eden grupların Güney Asya ve Kuzey Afrika'dan sonra Türkiye'den göçen Müslüman gruplardan oluşması da bu korkunun tetikleyici unsurları arasındadır (Strabac & Listhaug, 2008: 278). Bu göçler farklı milletler ve topluluklardan olmasına rağmen Batı bu heterojen yapıyı zihninde homojenleştirip tek bir göz ile tüm Müslümanlara negatif bakmaktadır. Avrupa'da yaşayan Müslüman toplulukların heterojen yapısına rağmen; Batı'nın hepsini aynı görmesi ve Müslümanları tek bir kefeye koyması Batı tarafından 'öteki'ye karşı ön yargılarının artışında etkili olmaktadır. Oysa Avrupa'da bulunan Müslümanların

tümünün negatif açıdan; tek pencereden değerlendirilmesi doğru bir yaklaşım değildir. Bu durum Avrupa'daki tüm Müslümanların negatif açıdan gören bir algının oluşup büyümesine de sebebiyet vermektedir. Bu algının oluşturulması Avrupa ülkelerinin eleştirel bir gözle sorgulanması gerekliliğini bir kez daha ortaya koymuştur (Samur, 2016: 298).

İslamofobi, Batı'nın İslam ve Müslümanlar üzerinde hakimiyet kurup ortak noktada buluştukları, normalleştirmeye çalıştırdıkları adeta bir ideolojik fenomen olmuştur. Bu ideolojik fenomen kimi zaman ırkçılık kimi zaman ise 'yabancı düşmanlığı' olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü; ırkçılık, yabancı düşmanlığı ve İslamofobi kavramları Batı için iç içe geçmiş birbiriyle örüntü içerisinde olan sadece biyolojik üstünlük olarak nitelendirilemeyen bir kavram haline gelmiştir. Bu fenomene göre Müslümanlar, terörist, barbar, otoriter, baskıcı, hoşgörüsüz vb. anlamlarda gruplardan oluşmaktadır. Tüm bunlara ilaveten belirtilmesi elzem olacak diğer bir husus; Avrupa'nın homojen olmayan yapısına rağmen İslam'a karşı topyekûn birlikte hareket edecek birliktelikleri bulunduğunun bilinmesidir.

Tüm bu tanımlamalara rağmen kavramın içerisinde eksiklikler ve boşluklar bulunmaktadır. Kavram üzerinde bir uzlaşı sağlandığını söylemek güçtür. Elbette "İslamofobi" kavramının hangi anlama geldiği konusundaki farklı yaklaşımlar buna tek kanıt değildir. Örneğin; İslamofobi'nin Avrupa'da var olan karşıtlık, düşmanlık vb. durumları tanımlama konusunda eksik olduğunu belirtip ortaya Anti- İslamizm kavramını ortaya çıkaran çalışmalar da vardır. Canatan'a göre (2011: 58); İslamofobi ve Anti - İslamizm farklı kavramlar olup eş anlamlı değildirler. **İslamofobi** halk arasında Müslüman korkusu, aşağılama, nefret duygularını ifade ederken; **Anti-İslamizm** ise; *bilinçli şekilde* aydın çevrelerin İslam karşıtlığını bizlere göstermektedir. Dolayısıyla İslamofobi *sosyolojik,* Anti-İslamizm kavramı ise *politik* bir kavramdır. Ancak kanaatimizce ve çalışmamızın çerçevesi gereğince biz İslamofobi'yi bir üst kavram olarak ele almaktayız. Bu üst kavramın altını dolduracak birden fazla terim ve çalışmanın olması elbette ki doğaldır. Hali hazırda İslamofobi kavramı üzerinde dahi bir ortak görüş bulunmamakta sadece bir çerçeve oluşturulmaktadır.

Diğer yandan; kavramın birden fazla olgu ile ilişki içerisinde olması da bu zorluğun en önemli sebeplerinden biridir. Öyle ki; kavram belirttiğimiz üzere yabancı düşmanlığından, çok kültürlülüğe, göçmen karşıtlığından, terör eylemlerine kadar birçok farklı olgu ile ilişki içerisindedir (Cesari, 2006: 24). Akademik alanda belirli noktalarda

ortak anlamlarda buluşulan kavram için çalışmalar ile eksiklerin giderilmesi çalışıldığı ve tartışmaların devam ettiği de bilinmektedir.

İslamofobi'nin ortaya çıkışında ise; temelinde ayrım yatan, diğerini 'öteki' görme amacı güdülen bir durum söz konusudur. Bu ayrım, doğu – batı temelli bir ayrım olarak da dile getirilebilir. Doğu – Batı temelli ayrışmanın başlangıcı dinsel kökene inmekle beraber daha derinlerde *'yabancı düşmanlığı"* ile açıklandığını söylemek mümkündür. Doğu'nun İslam'la buluşması Batı'nın da Hristiyanlıkta kutuplaşıp buluşmasına sebep olmuştur. Daha sonraki süreçte ise Batı bu durumu pragmatist biçimde kullanmıştır. Ayrıca, aşırı sağcı Hristiyanlar aracılığıyla tüm Avrupa'da 'öteki' olarak adlandırdığı Müslümanlara karşı şiddet eylemleri düzenlemeye başlanmıştır (Kaya, 2018: 132).

İslamofobi bazı çalışmalarda farklı anlardan ve zamanlardan başlatılmaktadır. Yapılan diğer çalışmalarda da İslamofobi'nin tarihsel sürecinin; Doğu – Batı ayrışması ve dini farklılıkların başlaması süreçlerine kadar gittiği görülmektedir. Er ve Ataman'a göre ise; İslam'ın ve Avrupa'nın yan yana zikredilmesi Endülüs Devleti'ne kadar gitmektedir. Tarihçiler İslam'ın Avrupa tarihini Endülüs Devleti'nden başlatma konusunda hemfikir olmuşlardır. Bununla beraber 8.yy'dan neredeyse 15.yy.'a kadar İslam, Avrupa'yı hegemonyasına almış her anlamda Hristiyan Batı dünyasına karşı üstünlük sağlamıştır. İslam dünyasında yaşanan bölünmeler, yıkımlar dahi Batı dünyasına karşı üstün olan İslam'ı yıkamamıştır. Southern bu durumu: *"aklın ulaşabileceği ve bilginin doğrulabileceği yere kadar Akdeniz'in güney ve doğusunda Müslümanlar vardı"* diyerek dile getirmiştir (Southern, 1993'den akt. Er ve Ataman, 2008: 749). Hatta İslam kimi zaman gerilemiş olsa dahi Türkler sayesinde Avrupa'nın doğusunda ilerlemeye devam etmiştir. Bu durum, Batı'nın İslamiyet ve Müslümanlar açısından ezilmişlik duygusu içerisinde kuşatılmış hissiyatının her daim devam etmesine neden olmuştur. Buradan da anlaşılacağı üzere; Batı dünyasının İslamofobi'ye karşı olan kompleksi tarihten gelen bir olgu olarak karşımıza çıkmış olmaktadır. Bu kompleks tarihsel süreç içerisinde farklı olgular ile birleşip korku, düşmanlık, nefret ve kin gibi durumların çıkmasına sebebiyet vermiştir (Er ve Ataman; 2008: 740-745).

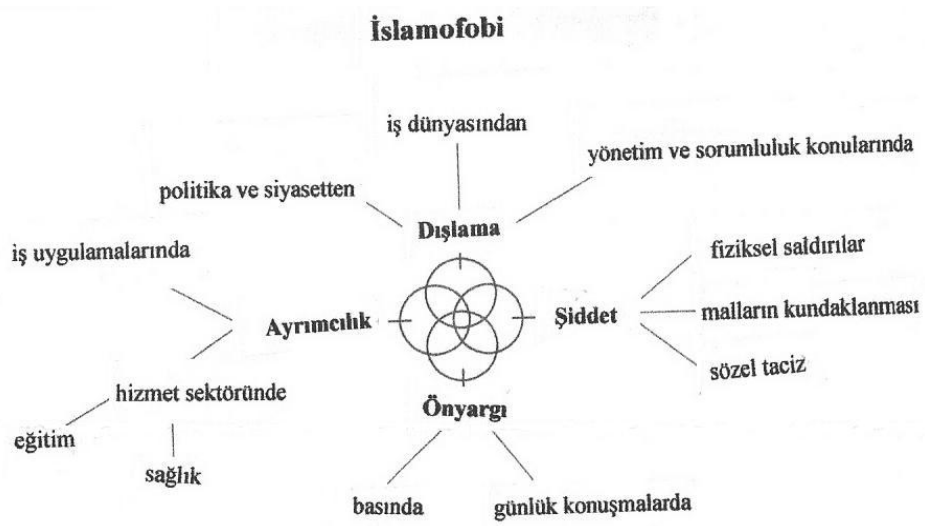
İslamofobi, tarihsel anlamda derinlerden ve geçmişten gelen bir kavram olsa da bazı kırılma noktalarının olduğu da genel kabul gören görüşlerdendir. Örneğin; en büyük kırılma noktası ve İslamofobi'nin artış noktası olarak 11 Eylül 2001 saldırıları olarak görülürken yine 2018 yılı da bu kırılma noktalarından biri olmuştur. Ancak, terimin kullanımı daha eskilere dayanmaktadır. Samur'un aktardığına göre kavram ilk kez

1922'de Fransız Oryantalist ressam Etienne Dinet tarafından kullanılmıştır. Sonrasında kavram sırasıyla; 1970'lerde İran Devrimi sonrası Batı'nın İran'daki İslam'ın yaşam biçiminin yayılmasından ve artışından korkma anlamında (Allen, 2007), 1990'larda Lewis'in kaleme aldığı "The Roots of Muslim Rage' adlı makalede Müslümanlar hakkında negatif görüşler ileri sürerek (Lewis, 1990), akabinde ise yani 1997 ve sonrasında ayrımcılık ve ırkçılık karşıtı İngiltere düşünce kuruluşu 'Runnymede Trust' tarafından vücut bulmuştur (Saedi, 2013'den akt. Samur; 2016: 299- 301).

Runnymede Trust isimli ırkçılık ve ayrımcılık karşıtı İngiliz düşünce kuruluşunun ortaya koyduğu bu rapor ile İslamofobi kavramsal olarak popülaritesini arttırmıştır. Böylelikle aslında 90'lı yıllar sonrasında kavramın kullanımını İslam'a karşı korku, nefret gibi söylemlerde kullanılmasında ön ayak olmuştur. Rapor, İslamofobi'yi hem kısaca tanımlamış hem de Avrupa'da İslam'a karşı var olan düşünce ve ön yargı kalıplarını ortaya koymuştur. Rapora göre İslamofobi, İslam'a karşı olan korku ve nefretten dolayı o gruba üye olan herkesten nefret etmenin veya onlardan hoşlanmamanın en pratik yolu olarak tanımlanmaktadır (The Runnymede Trust, 1997'den akt. Aktaş, 2014: 38).

Yine aynı rapora göre kavram aslında 4 ayak üzerinde duran bir kavramdır. Ayrıca, bu 4 ayağın fiziki olarak nasıl durumlar ortaya çıkardığı da aynı raporda belirtilmiştir. İş dünyasında, politika ve siyasette, yönetim ve sorumluluk konularında *dışlama* olarak, iş uygulamaları ve hizmet sektöründe *ayrımcılık* olarak, fiziksel saldırılar, malların kundaklanması ve sözsel taciz ile *şiddet* olarak, basında ve günlük konuşmalarda ise *ön yargı* temelli ortaya çıktığı raporda da belirtilmiştir.

***Şekil 2**. İslamofobi'nin Ortaya Çıkardığı Unsurlar*



Kaynak: Runnymede Trust, (1997).

Runnymede Trust adlı kuruluş ayrıca raporda; Avrupa'da kalıplaşmış ön yargıları ve İslamofobi olarak görülen durumları da açıklamıştır. Bunlardan bazıları ise; İslam'ın tek yargı içerir ve değiştirilemez fikirler içerdiği, İslam Batı'ya göre daha gerici, cinsiyetçi ve barbar olduğu, İslam'ın siyasi ideolojiler ve askeri ideolojiler için kullanılan bir araç olduğu, Müslümanlara karşı düşmanlık doğal ve normal bir durum olduğudur. Ayrıca, İslam'ın; zorba, tehditkâr ve terör destekçisi olduğuna dair kalıplaşmış ön yargıların da olduğu raporda açıklanmıştır (The Runnymede Trust, 1997: 41-45).

Aynı kurum 2004 yılında yayımladığı ikinci raporunda da kavramsal olarak ilk söylediği çerçeveyi korumuştur. 2004'deki raporu iki bölüme ayıran komisyon, ilk bölümde *'sorunlar ve meydan okumalar'* ikinci bölümde ise '*adalet, istihdam, eğitim gibi çeşitli alanlarda eylemler'* hakkında bilgiler sunmuşlardır (Canatan, 2007: 35).

İkinci raporda kısaca Avrupa'da 1997 – 2004 arasındaki İslamofobi ile alakalı olaylar, gelişmeler ele alınmış ve ortaya konulmuştur. 2004'de yayımlanan raporun bizlere gösterdiğine göre İslamofobi; aslında Avrupa'da tek tip olarak değil 'İslamofobiler' şeklinde yaygınlaşmış ve sürmektedir. Dolayısıyla İslamofobi olarak adlandırılan olgu karşımızda tek tip belirgin biçimde durmamaktadır. Bununla beraber rapor bize İslamofobi örnekleri sunarak, kavramı 'kurumsal İslamofobi' şeklinde tanımlamamız gerektiğini savunmuştur. Çünkü, İslamofobi, Müslüman olan ve

olmayanlar arasındaki adaletsizlikleri, eşitsizlikleri yansıtan sistematik ve bütüncül alışkanlıklar ve yasalardır (Runneymede Trust, 2004 14; Canatan, 2007: 764).

İslamofobi ile alakalı çalışmalar elbette Runnymede Raporu ile sınırlı olmamıştır. 2005 yılında Uluslararası Helsinki İnsan Hakları Federasyonu (IHF) tarafından "AB'de Müslümanlara Karşı Hoşgörüsüzlük ve Ayrımcılık" isimli bir rapor, 2006 yılında ise Avrupa'da Irkçılık ve Yabancı Düşmanlığı İzleme Merkezi (EUMC) ile "Avrupa Birliği'nde Müslümanlar: Ayrımcılık ve İslamofobi" adıyla çalışmalar yapılmıştır (Canatan, 2007). Tüm çalışmalar İslamofobi'nin Avrupa'daki varlığını ve yükselişini kanıtlar nitelikte olmuştur. Dolayısıyla bahsini ettiğimiz tüm çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde İslamofobi'nin geçmişten beri var olan ve artarak devam eden bir olgu olduğunu görmüş oluyoruz.

Tüm raporlar, araştırmalar ve yaşananlar İslamofobi'nin artarak devam ettiğini söylerken; bize bu korku, nefret ve hoşgörüsüzlüğün devam edeceğini gösteren olaylar ve söylemler de yaşanmaktadır. Özellikle Avrupa'da hızla büyüyen aşırı sağ politika ve politikacılar İslamofobi'yi körükleyerek İslamofobi'nin geçmişten bugüne her geçen gün artan bir hızla yükselmesine sebebiyet vermektedirler.

Her dönem kitleleri kontrol etmek adına kendine 'korku kültürü' üreten Avrupa, komünizm sonrası o korkuyu Müslümanlar ve İslam üzerinden üretmeye çalışan siyasi hamleler yaptığı görülmüştür. Bu hamlelerden biri de İngiltere eski başbakanlarından Margaret Thatcher'ın bir İslam'a ve Müslümanlara yönelik 2002 yılında The Guardian"da yayımlanan makalesiydi. Makale "Yeni Bolşevizm, İslamizm"dir" başlığıyla yayımlanmıştır. Thatcher makalesinde, *"Tıpkı komünizm gibi İslamizm'i de yenmek için uzun süreçli ve kapsayıcı bir strateji gerekir"* demiştir (Thatcher, 2002). İslam düşmanlığı olarak adlandırabileceğimiz söylemlerin biri de NATO bünyesinde yaşanmıştır. 1995 yılında NATO eski Sekreteri Willy Claes'in bir Alman gazetesine verdiği demeçte *"İslam fundamentalizmi Avrupa için en büyük tehdittir"* demesi NATO'nun çoktan İslam'a ve Müslümanlara karşı ırkçı, düşmanca tavırları kabul ettiğini bizlere gösterir nitelikte olmuştur (Er ve Ataman, 2008: 758-759).

Avrupa'da artan İslamofobi aşırı sağ partilerin seçmenler tarafından daha fazla desteklenmesi neticesinde kendine daha rahat alan bulmuştur. Örneğin; Almanya'da aşırı sağ parti 1949 yılından sonra ilk kez 2018'deki seçimlerde iktidara gelmiş ve Almanya'da ana muhalefet partisi görevini üstlenmeye başlamıştır. Bu durum merkez siyasetindeki

siyasi partilerin de söylemlerinde değişikliğe gitmesine sebebiyet vermiştir. Yine aynı şekilde AB'nin kurucuları arasında olan Hollanda, İtalya ve Belçika'da da taraftar tabanını arttıran aşırı sağ partiler, ulus üstü AB kimliğini reddeden, İslam ve Müslümanlık karşıtı politikalar üretmişlerdir. Bununla beraber, Polonya, Avusturya, Macaristan, Çekya, Slovakya'da da göç karşıtı ve İslam karşıtı politika ile söylem üreten siyasi partiler oylarını attırarak ulusal meclislerde güç kazanmışlardır. Hatta sosyal demokrasinin güçlü olduğu bilinen İsveç'te 2018 seçimlerinde aşırı sağ parti oy oranını ciddi oranda arttırmıştır. Bu yükseliş Avrupa Parlamentosu (AP) seçimlerinde de kendini göstermiştir. Mayıs 2019 yılında yapılan AP seçimlerinde aşırı sağ partiler meclisteki koltuk sayısını arttırırken merkez sağ partilerin oy oranlarında ise azalış gözlemlenmiştir. Bu durum aşırı sağın Avrupa'da İslamofobik politikalarını ve söylemlerini attırmasını sağlayarak bu artışın sokağa da yansımasına sebebiyet vermiştir.

Bahsini ettiğimiz üzere aşırı sağın politika ve söylemleri kendi eksenlerinde kalmamıştır. Diğer siyasilerin ve halkın da söylem ve politikalarını da etkilemiştir. Örneğin; AB'nin reforme edilmesini en çok isteyen liderlerden biri olan Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron İslam'ın Fransa için tehdit oluşturduğunu belirtmiştir. Tüm bu söylem ve tutumlar Avrupa'nın İslamofobi'nin ötesinde bir İslam düşmanlığı ile karşı karşıya olduğunu ortaya koymuştur. Tüm bu olgu ve durumlar aşırı sağın yükselişinin 2018 yılından itibaren giderek kendini gösterdiğini kanıtlar niteliktedir.

Artan İslam ve Müslüman düşmanlığına karşı Avrupa'da bazı olumlu gelişmeler yaşandığı da söylenebilir. Ancak, bu girişimler de kısır döngüler içerisinde kalmış ve sadece sınırlı sayıda kişi tarafından kabul edilip asıl amacına ulaşamadan rafa kaldırılmıştır. Örneğin; İngiltere'de Müslümanlara yönelik işlenen bir suç 'nefret suçu, ırkçı saldırı' olarak tanımlanırken bir Yahudi'ye karşı işlenen suç 'Anti Semitizm' kapsamına alınmaktadır. Dolayısıyla 'Anti Semitizm' ayrı bir suç kapsamı olarak değerlendirilip mücadele de etkin rol izlenmesi sağlanmaktadır. Bundan dolayı İngiltere'de 53 milletvekili 2018 yılı sonunda meclise sundukları raporda Müslümanlara karşı suçların 'İslamofobi suçu' olarak değerlendirilmesini isteyerek İslamofobi'nin İngiltere'de tekrar tanımlanmasını istemişlerdir (Yıldırım, 2018 ve Koşak, 2018). Ancak, İngiltere hükümeti raporu reddetmiş ve 'daha dikkatli düşünülmeli, tartışılmalı' diyerek rafa kaldırmıştır (BBC, 2019). Diğer yandan Türkiye'nin de bu olumlu çabalara katkılarından biri Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun tarafından açıklanmıştır. Altun: *"Eylül ayında Sayın Cumhurbaşkanımız, Malezya*

ve Pakistan'ın liderleriyle birlikte, İslamofobi'nin neden olduğu sorunlarla mücadele etmek üzere İstanbul merkezli, İngilizce yayın yapacak medya ve iletişim merkezi kurulması talimatını vermişlerdir." Diyerek yabancı dilde bir kanalın Türkiye aracılığıyla İslamofobi hakkında bilinçlenme sağlanması adına çalışmalar yapacağını açıklamıştır (Altun, 2020).

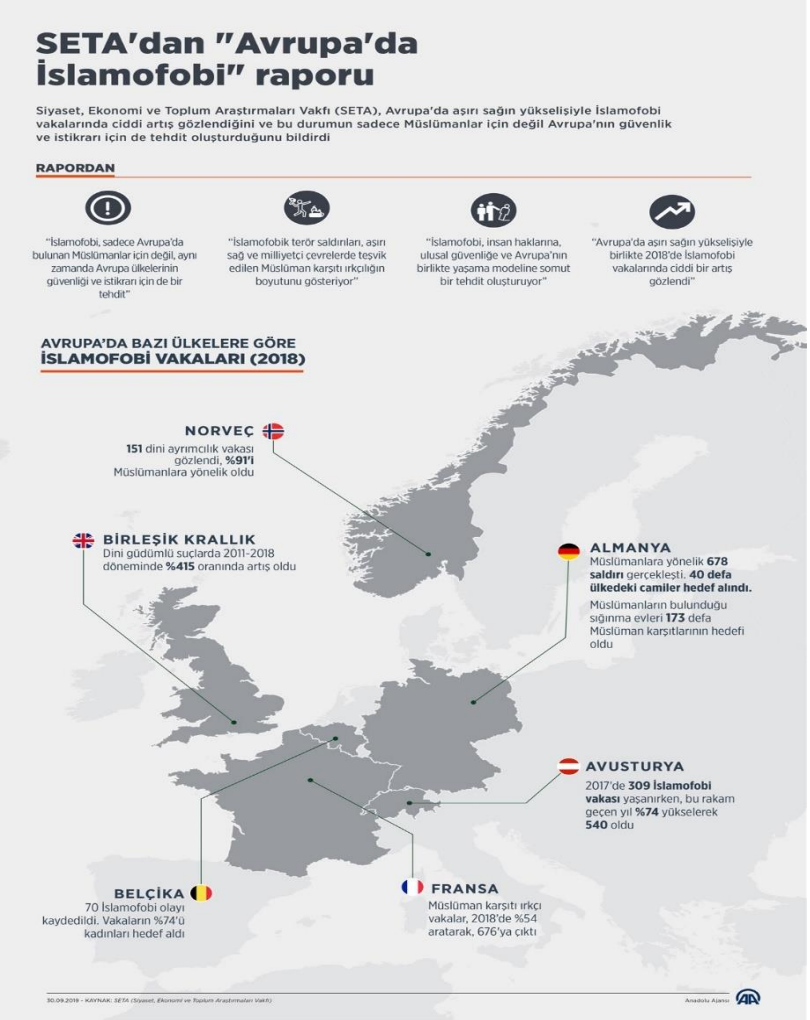
2018 yılında aşırı sağın artış gösterdiğine, İslam ve Müslüman nefretinin arttığına dair verilerin olduğu raporlar mevcuttur. Bu raporlardan biri olan ve Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) tarafından yayımlanan Avrupa İslamofobi Raporu bu raporlar arasındadır. 2018 (SETA, 2019) yılında yayımlanan rapora göre İslamofobi sadece Müslümanları değil, Avrupa'nın birliğini de tehdit etmektedir. Rapor, doğrudan ve dolaylı şekilde İslamofobi'nin artmasının altında yatan dinamikleri incelemiştir. Yine rapora göre artan İslamofobik söylemlerin Müslümanlara ve Müslüman kuruluşlara karşı artan şiddet eylemlerinde artışa neden olduğunu, Müslümanların gündelik yaşamlarında nefret, şiddet gibi olaylara zemin hazırladığını belirtmiştir. Rapor ile İslamofobik politika ve söylemlerin AB'nin birlikte yaşama ülküsüne ters düştüğünü bu yüzden de Avrupa'nın birlikteliğine de taş koyduğunun gözlemlenmiştir. Son olarak; rapor ile İslamofobi'nin geçtiğimiz yıllara göre ciddi artış gösterdiği ve bu artışın devam ettiği belirlenmiştir. SETA'nın yayımladığı raporda, İslamofobi hakkında bilgileri inografikler ile daha anlaşılır kılmıştır. Ayrıca raporda, 2018 yılında 'Medyada İslamofobi, İslamofobi'nin Yasallaştırılması, Siyasetçilerin İslamofobik Açıklamaları, Avrupa'da Müslümanlara Karşı Şiddet, Sayılarla İslamofobi" başlıkları ele alınmıştır.

Avrupa'da Müslümanlara yönelik işlenen suçların özel bir nefret suçu olarak tanımlanmadığını vurgulayan rapora göre; bu durum İslamofobi sorunu ile mücadelenin gerektiği gibi yapılamamasına neden olmaktadır. Rapor, İslamofobi'ye karşı mücadele de gerekli stratejinin ve yapılması gerekenlerin ancak İslamofobi'nin ayrı bir nefret suçu olarak değerlendirildiği zaman tam anlamıyla başarılı olacağını kaydetmiştir. SETA'nın bu kapsamlı raporunda bir diğer üstünde durulan konu ise; Müslümanların en vahşi durum olan şiddet ile karşı karşıya kaldıklarını bunun da bir ideoloji olarak Avrupa'da var olduğu konusudur. Rapora göre; Müslümanlar yalnızca mensubu oldukları dinden ötürü şiddete maruz kalmaktadırlar. Bizim de tezimizde belirttiğimiz üzere raporda da çoğunlukla aşırı sağcı politikaların söylemlerinin İslamofobi'yi normalleştirdiğini bu yüzden de Müslümanların insan olarak, vatandaş olarak kamusal alan başta olmak üzere yaşamlarının her alanında ırkçı ve düşmanca tavırlarla karşılaşmasına neden olduğu

belirtilmiştir. Bunlara ilaveten 'İslamofobi'nin yasallaştırılması' başlığında rapor; Müslümanlar topluca bir cemaat, bir grup olarak nitelendirilerek onları hedef alan ve diğer din mensuplarından farklı şekilde muameleler ile karşı karşıya kaldıklarını ortaya çıkarmıştır. Son olarak raporda medyanın İslamofobi'nin normalleştirilmesi sürecinde büyük rol aldığını İslamofobi'ye adeta bilinçli olarak katkı sunduğunu gösteren olayları ortaya çıkarmıştır.

Raporda yayımlanan infografiklerden birinde seçili ülkeler ele alınmıştır. Şekil 3'te seçili ülkelerde görüldüğü üzere Norveç'de yaşanan ayrımcılık vakalarının %91'i Müslümanlara yönelik olmuştur, Birleşik Krallık'ta ise 2011- 2018 yılları arasında Müslümanlara yönelik İslamofobik suçlarda %415 artış görülmüştür. Avusturya'da bir önceki yıla göre İslamofobi suçları %74 artış görülürken, Fransa'da %54 artış yaşanmıştır. Almanya'da ise 678 defa Müslümanlara yönelik saldırı gerçekleştirilmiştir. Bu saldırıların 40 tanesi ise Müslümanların kutsal ibadet yeri camilere yönelik yaşanmıştır. Son olarak seçili ülkelerden Belçika'da 70 İslamofobi olayı kayıt altına alınmıştır.

***Şekil 3**. Avrupa'da Bazı Ülkelere Göre İslamofobi Vakaları (2018)*



Kaynak: Eren, (2019).

Rapor, 2018 yılında Müslümanlara karşı yapılan ciddi saldırıların ölümle ya da yaralanma ile sonuçlandığını, İslamofobi'nin Avrupa'da giderek artış gösterdiğini ve Müslümanlara yönelik saldırıların ciddi manada üzerine gidilmesi gerektiğine de vurgu yapmıştır. Ayrıca, SETA'nın araştırmaları da bize gösteriyor ki aşırı sağın yükselişi aynı zamanda İslamofobi'nin, İslam düşmanlığının, İslam ve Müslüman nefretinin artışı ile paralel hareket etmektedir.

1.3.AVRUPA'DA'Kİ ANTİ TÜRKİZM'İN GELİŞME SÜRECİ

"Türklere karşı olan isyanın anısına Müslümanlardan intikam alma vakti geldi." Bu cümle, 11 Temmuz 1995'te, uzakta değil tam Avrupa'nın ortasında; Bosna Hersek'in Srebrenitsa kentinde bir savaş suçlusu olan Ratko Mladic'in kameraya yaptığı açıklamadan bir cümledir. Bu açıklamadan sonra Srebrenitsa'da 3 gün içinde 8.500'ün üzerinden insan katledilmiştir (Mete, 2015). Bu katliamlardan sonra yakalandığı sırada

ortaya çıkan günlüklerinde Mladic Boşnakları da Türk olarak tanımlayarak şu ifadeleri kullanmıştır *"50 bin Boşnak'ı öldürmek birşey değil, onu sonra da yaparız. Önemli olan Müslüman halkı bu topraklardan temizlemektir"* (Hürriyet, 2010). Mladic, 2013 yılında işlediği suçlardan dolayı 'savaş suçlusu' olarak yargılandığı sırada; yani olaydan tam 18 yıl sonra dahi mahkeme salonunda Türklere karşı küfürlerine devam etmiş, pişmanlığının olmadığını ortaya koymuştur (Sabah, 2013). Mladic'in yaşattıkları yakın tarihte Avrupa'da sarf edilen Türk nefret cümleleri arasından en önemlilerinden biri olmuştur.

Türklere karşı nefret söylemleri bu cümleler ile sınırlı kalmamıştır. 15 Mart 2019'da Yeni Zelanda'da Christchurch eyaletinde Brenton Tarrant isimli şahıs 50 kişinin canına mal olacak bir saldırı gerçekleştirmiştir. Bu saldırının en dikkat çeken özelliklerinin başında hedefte Türklerin ve Türklere karşı 'kin - nefret' tohumlarının, yani Türkofobi'nin olmasıdır (Özcan, 2019). Türklere karşı nefretin somut durumlarından bir diğeri de Avrupa'da "Avrupa Bağımsızlık Bildirgesi" adıyla manifesto yayımlayan ve Brenton Tarrant ile iletişim halinde olan Anders Behring Breivik tarafından yaşanmıştır [1]

Yeni Zelanda saldırısının Avrupa topraklarında gerçekleşmemiş olması tez konumuzun dışarısındaymış gibi görülüyor olsa da teröristin Avrupa'daki aşırı sağ grupları ile olan bağları ve manifestosunda Avrupa temelli argümanlar da sunuyor olması, aslında bu durumun Avrupa ile sınırlı olmayıp küresel aşırı sağın bir işi olduğunu bizlere göstermiştir. Saldırıda Yeni Zelanda'nın seçilmiş olması Avrupa'da bu eylemler sebebiyle oluşan baskılardan ötürü ve kısmen de olsa yine bu tür eylemlere karşı bazı önlemlerin alınmış olmasıyla da bağlantılıdır (Bayraklı, 2019).

Diğer yandan; Batı'da aşırı sağcıların İslam'ı Türkler ile birlikte anıyor olması da saldırının sadece Müslümanlara değil Türklere yönelik yapıldığını göstermiştir. Avrupa'da İslamofobi ve Türkofobi hep yan yana paralel şekilde artış gösterdiğini belirtmiştik. Her ne kadar son zamanlarda Araplar İslam'ın temsilcisi olarak öne çıkmış olsa da Arap ve İran unsurlarından önce Batı'da İslamiyet'i her zaman Türkler temsil etmiştir (Büyükkara, 2019).

[1] Brenton Tarrant Yeni Zelanda'da, Anders Behring Breivik ise Norveç'te saldırı düzenleyen iki teröristtir. Teröristlerin saldırıdan önce ve sonra bir şekilde iletişim halinde oldukları; yayımladıkları manifestolar ile Avrupa'da Türk düşmanlığını tarihten gelen olgular neticesinde devam ettirdiklerini belirtip, Türklere karşı tehdit mesajlar yayımlamışlardır.

Dünyada yaşanan ırkçı, islamofobik veya Türk düşmanlığı içeren terör eylemlerine karşı bilinç kazanılmamasında medyanın da rolü yüksektir. Batı medyasında aşırı sağ kaynaklı terör olaylarının faiilerine terörist değil 'saldırgan' denmesi, gerçekleştirilen terör eylemlemlerini basitçe saldırı olarak tanımlanıp, saldırı sebebi olarak ise, *'akli dengesi olmayan biri tarafından yapılan eylem'* gibi tanımlar kullanılması aşırı sağ kaynaklı terör olaylarının medya tarafından görmezden gelindiğini göstermiştir. Bununla beraber Batı medyası, aşırı sağ kaynaklı terör olayları hakkında 'terör eylemi, İslamofobi, ırkçılık ya da yabancı düşmanlığı' gibi kavramları kullanmaktan uzak durmuşlardır. Bu da özellikle Batı'da aşırı sağ hakkında halkın bilinçlenmesine engel olmuştur.

Yaşanan aşırı sağ kaynaklı terör olaylarında Türkofobi ile İslamofobi'yi ayrı tutmak neredeyse mümkün olmamıştır. Er ve Ataman'ın da belirttiği gibi İslamiyetin Avrupa'da Türkler sayesinde ilermiş olması (Er ve Ataman, 2008: 758) ve bununla beraber Türklerin Batı'da İslamiyeti temsil ediyor olması da Türklerin Avrupa'da hedef tahtasına konulmasına neden olmuştur (Büyükkara, 2019). Ancak, Türklerin bu gibi terör olaylarında birincil hedef olmasında ve Türkofobi, Anti Türkizm gibi kavramların Batı'da yaygınlaşmasının altında yatan sebeplerin başında ötekileştirme politikalarına Batı'da en fazla Türklerin karşı çıkıyor oluşunun etkili olduğunu düşünülebilir. Bununla beraber; Türkler'in hedef olmasının birinci sebebi asıl olarak Müslüman olmaları değildir. Bu durumun böyle yansıtılmasındaki sebep Batı'nın halihazırda hem İslam'ı hem de Türkler'i ayrı ayrı hedef tahtasına koymasına rağmen tek bir kitleymiş gibi lanse etme çalışmalarıdır. Bazı dönemlerde Anti Türkist söylemlerinin ve düşüncelerinin İslamofobi'nin önüne geçtiği durumlar da yaşanmıştır.

Bugünkü Avrupa her devletin kendi kabuğuna sığamayacağı kadar da küreselleşmiştir. Avrupa buna ek olarak; her geçen gün artan göç hareketleriyle de karşı karşıya kalmıştır. Bu durumlar aşırı sağın her geçen gün güç kazandığı bir dünyaya bizleri sevk etmiştir. Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla beraber başlayan daha özgür ve güvenli dünya hayali AB'de yok olmaya başlamıştır. Güven ortamı ve özgürlüklerin yok olmaya başladığı Avrupa varoluşsal sorunlarını popülist düşman imgeleri ile görmezden gelmeye çalışmaktadır. Bu düşman imgelerine de Türk düşmanlığı üzerinden güç devşirmeye çabalamaktadırlar. Ancak, Türk/İslam korkusunu yaymak Avrupa'nın şiddet sarmalı içerisinde mücadele etmesine sebebiyet verir hale gelmiştir (Demir, 2017).

Avrupa'daki artan Anti-Türkizm akımlarının gelişmesi sürecinde birden fazla unsur etkili omuştur. Batı Anti-Türkizm'i tarihten gelen unsurlarla beraber toplumsal olarak zihinlere işlemiş olduğu düşünülebilmektedir. Batı'da Anti-Türkizm imgesinin tarihsel olarak zihinlere yerleştirildiğini kanıtlar nitelikte bir diğer bilgi ise 16.yy'da Türkler hakkında yaklaşık 2500 kitap yazılmış olmasıdır. Bu kitaplar 'kana susamış Türk' algısını işleyen yayınlar olarak piyasaya sürülmüştür. 1480 – 1610 yılları arasında ise Türk düşmanlığını empoze edip bu imajı yayarak 'Türk tehdidi' adı altında 5000'den fazla kitap basılmış ve kitaplarda bu imaj işlenmiştir. Bu kitaplarda Türklerin kökenine dair bulgulara yer verilerek, Türklerin İbrahim'in Mısırlı kölesi Hacer'den gelme İsmail'in oğlu olduklarını belirtilen varsayımsal görüşler paylaşılmıştır. Bu varsayıma göre; Hristiyanların kutsal kitabı olan Kitab-ı Mukaddes'te köle oğlu İsmail için *"O insanlar arasında vahşi bir eşek olacak; Onun eli herkesin eline, herkesin eli de Onun eline karşı olacak. Bütün kardeşlerinin doğusunda yaşayacak"* buyruğu bulunmaktadır. Dolayısıyla Türkler kölenin oğlu İsmail olarak vahşidir ve bütün kardeşlerin doğusunda yaşayacaktır (Karlsson, 2006: 6-7). Buradaki Doğu kavramı aslında Batılılar ve bu düşünceyi benimseyen Avrupalılar için çok önemli değildir. Avrupalılar göre; Türklerin olmadığı her yer Batı, olduğu yerler ise Doğu olarak betimlenmektedir. Türkler Viyana kapılarına dayansa ve hatta daha ileriye gitse dahi Avrupalılar için Viyana'dan sonrası; bir başka deyişle Türklerin olduğu yerden itibaren Doğu olarak tanımlanmaktadır (Coşkun, 2012: 10).

Anti – Türkizm, Türkofobi'nin, Türk düşmanlığı tartışmalarının bir başka boyutunda her zaman Türklerin kökeni hakkında tartışmalar yer almıştır. Türklerin kökenine inerek Avrupa toplumuna Türklerin Batılı olmadıklarını, Avrupa'dan dışlanmaları gerektiğini belirten bir çok tez ve bu tezleri Avrupalılar nezdinde kanıtlayacak ürünler üretilmiştir. Dolayısıyla ortaya koyulan Türk tanımı *"Hristiyan Batı tarafından üretilmiş Türk"* olarak tanımlanabilir. Bu yapay ve suni tanım Hristiyan Batı'nın ürettiği bir tanımdır. Çünkü, Hristiyan Batı'nın ortaya koyduğu ve yapay olduğunu düşündüğümüz tanım, çıkar çatışmaları içerisinde nefret ile birlikte ortaya çıkan bir sonuçtur. Belirttiğimiz üzere Türkler üzerine yapılan köken tartışmaları bu tanımlar içerisinde en önemli etkenlerden biri olmuştur. Aydınlanmacı görüşe sahip hümanist düşünür Caoluccio Salutati'nin (1331 – 1406) iddiasına göre; Türkler Truva kökenlidirler. Ancak, bu iddia bir zaman sonra İstanbul'un fethiyle birlikte Papalık tarafından şiddetle reddedilmiştir. Papalık'ın bu görüşe şiddetle karşı çıkmasındaki

maksat Türkleri Truva kökeni sayesinde "Avrupalılaştırmak" korkusu olmuştur. 'Eğer Türkler Truva kökenlerine aitseler Avrupalıdırlar' düşüncesi Papalık'ın hoşuna gitmeyen bir durum ve anlayış olmuştur. Dolayısıyla Hristiyan Batı'nın görüşüne göre Türkler, 'Haçlılara karşı savaşan kafirlerin çocuklarıdır.' (Coşkun, 2012: 10-11).

Avrupa'daki Anti-Türkizm'in gelişme süreci içerisinde Türkiye'den Almanya'ya doğru olan işçi hareketlilikleri de etkili olmuştur.

Savaş sonrası Alman edebiyatının en önemli yazarlarından biri olan Max Frisch ***"İşçi istemiştik, insanlar geldi"*** diyerek Türklerin Almanya macerasını en çarpıcı şekilde anlatan ve sözü söyleyen kişi olmuştur.

Türkler için Almanya macerasından önce göç olgusunun çok önemli bir unsur olduğunu bilmemiz elzemdir. Özellikle Türk tarihi ve milleti; geçmişten günümüze kadar 'göç' olgusu içerisinde, bu olgu ile hep iç içe olmuş bir millettir. Hatta şöyle ki; Çin ve Hindistan'dan sonra Türkiye, yirminci yüzyılın en fazla göç veren üçüncü ülkesi olmuştur (Şen, 2007: 11). Dolayısıyla 'göç' unsurunun Türkler için geçmişten günümüze ayrılmaz bir parça olduğu görülmüştür. Ancak, konumuzda vuku bulacak olan ve Türkiye'den Almanya'ya kitlesel olarak 1960'larda başlayan göç hareketleri bazı yönleriyle tarihsel göçlerle benzerlik taşırken, bazı yönleriyle de ayrılmaktadır. Ekonomik faktörüler ile yeni yurt edinme düşünceler, tarihte var olan göçler ile benzerlik gösterirken, devlet tarafından herhangi bir zorlama olmayan; isteğe bağlı bir göç oluşu da farklılığın ana unsuru olmuştur. Bu göçler, Avrupa'da refah düzeyi yüksek yaşam düşüncesi temelinde başlayan bir unsurun başlangıcı olmuştur (Genel, 2014: 306).

Türkiye'den Almanya'ya işçi hareketliliğin başlangıcı genelde Türkiye ile Almanya arasında 1961'de yapılan *"Türk – Alman İşgücü Anlaşması"* anlaşması ve sonrası için değerlendirilip bu tarih milat olarak anılmaktadır. Bu araştırmada da 1961 yılı milat olarak kabul edilmiştir. Ancak, 1961 yılı öncesinde de bazı işçi hareketlilikleri gerçekleştirilmiştir. Bu işçi hareketliliklerinin neler olduğu ve hangi unsurlar çerçevesinde gerçekleştirilmiş olduğunu vurgulamak konunun milat olarak saydığımız 1961 yılı ve sonrasını daha iyi kavramamız noktasında yardımcı olacaktır. Bu kapsamda, Türkiye'den Almanya'ya daha küçük gruplar tarafından gerçekleştirilen ve küçük çaplı yapılan göçler de bulunmaktadır. Bu göçler aslında Türkiye'den Almanya'ya göçün ilk aşaması olarak görülmektedir (Perşembe, 2005: 63). Yalçın'a (2004) göre de Türkiye'den Almanya'ya göç 1958 yılından itibaren başlamıştır. Küçük çaplı az sayıda kişinin dahil

olduğu bu göç aslında 1961'den itibaren başlayacak büyük göçün ilk adımı olmaktadır (Yalçın, 2004). Sakın'ın (2018) verdiği bilgiye göre ise ilk aşama göçler 1957 yılında başlamıştır. Bu göçler, 1956 yılında Almanya Kiel Üniversitesi Dünya Ekonomisi Enstitüsü'nün Almanya tarafından Türkiye'ye yatırım yapılması ve Türkiye'de yetişmiş ustabaşıların Almanya'ya transfer edilmesi önerisi üzerine başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı ile Almanya Schleswig-Holstein Çalışma Bakanlığı arasında bu kapsamda 1957 yılında imzalanan anlaşma neticesinde; Türkiye'de eğitim görmüş 12 kişilik uzman zanaatkar Almanya'ya aileleriyle birlikte göç etmişlerdir. Sakın'a (2018) göre, bu göçler kitlesel göçlerin başladığı ilk öncü göçler konumunda olmuştur (Sakın, 2018: 2-4). Genel'in (2014) aktardığına göre ise; Türkiye'den Almanya'ya göçü 5 kategori içerisinde değerlendirmek yerinde olacaktır. Buna göre:

- Bireysel girişimler ile yapılan 1950'lerdeki göçler,
- İkili anlaşmaların yoğun olarak yapıldığı ve artan işgücü ihtiyacını karşılamaya yönelik olan 1960'lı yıllar,
- 1970'li yıllarda işçi alımlarının durdurulması sonucu mevcut işçilere yasal statü kazandırılması, ailelerinin Almanya'ya kabul edilmesi neticesinde oluşan 1970'li yıllardaki göçler,
- Çocukların eğitimi, yaşanan sorunlar, dönüşü özendiren yasalar ile birlikte 1980'lerde yaşanan göçler,
- Son olarak, yabancıların kimlik kazanması, yabancı düşmanlığı, etnik ve dinsel toplulukların çoğalması ve siyasi katılım talebinin artması neticesinde oluşan 1990'lı yıllardaki göçler olarak adlandırılabilir (Abadan – Unat, 2006'dan akt. Genel, 2004: 306).

Sirkeci ve arkadaşları (2012) ise; Türkiye'den Almanya'ya başlayan göçün nedenlerini sıralayarak bu nedenlerin altı döneme ayrıldığını belirtmişlerdir. *Birinci* dönemin 1950'lerde hızlı kentleşmenin etkisiyle başladığını, *ikinci* dönemin Türkiye'deki işgücü fazlasının 1960'larda ihracı şeklinde, üçüncü dönemin 1970 ve 1980'lerin başında aile birleşimiyle, *dördüncü* dönemin 1980'lerde başlayan mülteci akınları ve nihayet *beşinci* dönemde ise 1990'larda başlayan sığınma talepleriyle şekillendiğini savunmaktadırlar. Son dönem olarak adlandırdıkları *altıncı* dönemin ise 2000'li yıllarda başlayan ve bugün hala devam eden düzensiz göçmenler ile karakterize edildiğini ifade etmişlerdir. 1960 yılı ve sonrasın başlayan kitlesel göçün başlangıcı Almanya'nın işgücü ihtiyacı, Türkiye'nin ise işgücü fazlalığı ile başladığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Zamanla bu ihtiyaçlar Almanya açısından azaldığında Almanya ile Türkiye arasında anlaşmazlıklar ortaya çıkmış ve Almanya'nın işgücü talebi azalmıştır. Fakat, buna rağmen göç durmamıştır. İşgücü ile başlayan göç zamanla evlilikler, aile birleşimi, akraba yanına taşınma gibi sebeplerden ötürü devam etmiştir (Sirkeci vd., 2012: 35-36).

'Gastarbeiter' yani misafir işçi olarak tanımlanan ve yüzde 60'ı kalifiye elemanlardan oluşan Türk işçiler gittikleri iş yerlerinde firma yetkilileri ile tercümanlar tarafından karşılanmışlardır. 1960'lar ve 1970'lar o dönemde birçok insanın Almanya'ya işçi olarak gitmenin hayalini kurduğu yıllar olmuştur. Almanya'ya gitme hayali kuran Türkler, Almanya'da çalışarak para biriktirmeyi ve daha sonra memleketlerine dönerek *'refah düzeyi yüksek'* yaşamanın hayalini kurmuşlardır. Hatta o dönem dönüş yapan bazı Türk işçilerin memleketlerinde statü olarak yükseklerde görülmesi Almanya'da işçi olarak çalışmayı daha cazip hale getirmiştir. Ancak, ilk giden birinci nesil Türkleri Almanya'da çok büyük sıkıntılar beklemekteydi. Birinci nesil, Almanya'da genellikle ağır işler olan demir -çelik sanayinde, maden ve taş ocaklarında çalıştırılmışlardır. Bununla beraber sağlıksız işçi yurtlarında kalan işçiler dil konularında da sıkıntılar yaşamışlardır. İşverenlerin açtığı dil kurslarında da istenilen verim alınamayınca misafir işçiler tercümanlar ile iyi geçinmek zorunda kaldıkları bir hal içinde kalmışlardır (TRT Türk, 2011). Ayrıca, Almanlar hem ekonomik büyüme içerisinde işgücüne ihtiyaç duyarken, diğer yandan da yapmak istemedikleri işlerde Türkleri çalıştırılmaktaydılar. Bu durum Türklerin zor şartlarda çalışmalarına neden olmuştur (Süssmuth, 2011).

Alman toplumu anlaşmanın ve göçün başladığı ilk yıllarda Türklere karşı negatif bir düşünce içerisine girmemişlerdir. Çünkü, Alman toplumuna göre *'misafir işçiler'* yurtlarda kalan ve geçici olarak ülkede bulunan göçmenlerden oluşmaktaydı. Bu sayede artan işgücü ihtiyaçlarını karşılayan Almanya, kısa sürede ülkelerine dönecek ve büyük çoğunluğu erkeklerden oluşan Türk göçmen işçilerden ile de çok içe içe girmeden yaşayacaklardı (Şen, 2011). Ancak, bir süre sonra Türk işçiler Almanya'da sorun olarak görülürken; işçilerin de kendilerine ait problemleri baş göstermiştir.

Almanya'ya iş gücü olarak giden işçilerin en büyük sorunlarının başında 'misafir işçi statüsü' durumunda olmaları gelmiştir. Bu durum en küçük bir sıkıntıda sözleşmelerinin fesih edilip ülke dışına çıkarılmalarına sebebiyet vermekteydi. Bu korku ve sıkıntıları 1970'lerin başında Türklerin 'misafir işçi' konumundan normal işçi konumuna gelerek kendi evlerini alabilecekleri konuma gelmelerine kadar sürmüştür. Bu dönemlerde yaşam koşulları iyileşen Türklerin yaşadığı alanlarda Türk bakkallar açılmış,

Türk gazeteleri yayımlanmıştır. Türkler artık birkaç yıl çalışıp dönmeyi değil Almanya'dan emekli olmayı düşünmeye başlamışlardır. Ancak, bu yıllarda yaşanan ekonomik durgunluk ve 1973'teki petrol kriziyle birlikte Almanya işgücü talebini tamamen durdurmuştur. Sonrasın petrol krizi etkilerinin yavaş yavaş bitmesiyle 1975'lere geldiğimizde, Almanya'ya giden Türk işçiler artık ailelerini de yanlarında getirmeye başlamıştır. Aynı dönemlerde kaçak olarak Almanya'ya gidenler ile 1980 darbesi nedeniyle ülkeden çıkanlar Almanya'da Türk nüfusun bir hayli artmasına neden olmuşlardır (TRT Türk, 2011).

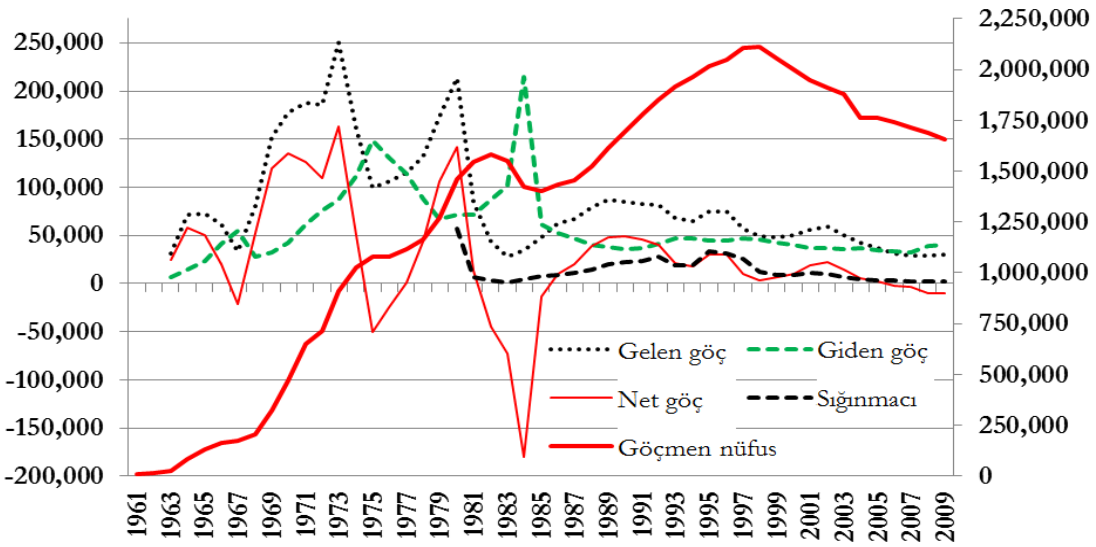
Almanya'daki birinci kuşağın çocukları olan ikinci kuşakta da sorunlar devam etmiştir. Eğitimden dile, iş gücünden yabancı düşmanlığına kadar sorunlar ikinci kuşağında adeta yakasına yapışmıştı. İkinci kuşak nesil de birinci kuşağın çektiği sıkıntılardan bazıları olmuştur. Özellikle 1991 yılında çıkarılan *"Yabancılar ve Sığınmacılar Yasası"* sonrasında Almanya'da yabancı düşmanlığı ve Türk düşmanlığı artmaya başlamasıyla sorunlar tek bir nokta üzerinde değil birden fazla alanda etkili olmuştur (TRT Türk, 2011). Bununla beraber, halk arasında da yer eden *"Türkiye'de Almancı, Almanya'da yabancı"* söylemi hem Türk toplumu hem de Almanya için bunca şey yapmış nesillerin her daim azınlık gibi görülmelerine ve dışlanmalarına sebebiyet vermiştir (Genel, 2014: 304).

Ancak, ikinci kuşağın birinci kuşaktan ayrıldığı noktalarda da bulunmaktadır. Alman Vakıfları Göç ve Uyum Bilirkişi Konseyi Başkanı Prof.Dr. Klaus J. Bade'nin belirttiği üzere, ikinci kuşağın birinci kuşaktan ayrıldığı noktaların başında birinci kuşağa nazaran daha uyumlu bir neslin oluştuğudur. Çünkü, ikinci nesil Alman okullarında Almanca öğrenerek büyümeye başlamıştır. Bu da hiçbir dil bilmeyen birinci nesile nazaran doğal bir farkın oluşmasının sebebi olmuştur. İkinci nesil okulda Almanca evde ise Türkçe ve Türk kültürü ile büyümüşlerdir. Bu yüzden de her geçen yıl uyum sağlaması oranı bir öncekine göre daha belirgin ve olumlu olmuştur (TRT Türk, 2011 ve Bade, 2011).

Türkiye'de geçmişte yaşanan ekonomik ve sosyal çatışmalar da göçte etkili olmuştur. Ancak, özellikle son 10 yılda gerçekleştirilen atılımlar, insan haklarına yönelik iyileşmeler ile birlikte ekonomik büyümeler Türkiye'yi çekici bir ülke haline getirmiştir. Örneğin; IMF verilerine göre, 2001 yılında Türkiye'nin GSYH cari fiyatlarla 195.5 milyar dolardan, 2011 yılında 797.7 milyar dolara kadar çıkmıştır (IMF, 2011). Dolayısıyla, Şekil 9'da da görüldüğü üzere 2005'ten sonra Türkiye'den göçün azalmış

olması Türkiye'nin tersi göç için daha çekici hale gelmesi ile doğru orantılıdır. Yine şekil 9'a göre; 1980'li yıllarda geriye göç için yapılan teşvikler ile beraber 1983'te Türkiye'ye geri dönüşlerin zirve yaptığını görmekteyiz. Bununla beraber ayrımcılık ve yabancı düşmanlığı sebebiyle Almanya'dan Türkiye'ye geri dönüşlerin yapıldığı da düşünülmektedir. Bu ayrımcılıkların kimi vatandaşların 'memleket'lerine dönüşünü hızlandırmıştır (Sirkeci vd., 2012: 36-38).

***Şekil 4**. Türkiye'den Almanya'ya Göç, 1963-2009*



Kaynak: Akkoyunlu 2011 ve Sirkeci 2006'dan akt. Sirkeci vd.,(2012).

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı'nın 2019 yılında TBMM'de sorulan bir soru önergesine verdiği yanıtta 152 ülkede toplamda 5 milyon Türk'ün yaşadığını belirtmiştir. 2 milyon Türk ile Almanya bu listede birinci sırada yer almaktadır (BİK, 2019). Yine Türkiye Cumhuriyeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın verilerine göre de Almanya'da yaşayan Türk sayısına Alman vatandaşlığına geçen Türkler dahil değildir (CSGB, 2010). Bununla beraber vatandaşlığını değiştirenler ile kayıtsız olarak Almanya'da bulunan Türk göçmenlerin de sayısını bilmediğimiz için Almanya'da ortalama 3 milyon Türk'ün yaşadığı düşünülmektedir.

2.SEÇMEN DAVRANIŞI VE AVRUPADAKİ TÜRK SEÇMENLERİN DURUMU

Demokratik toplumların vazgeçilmez unsuru seçimlerdir. Seçimler demokratik ülkelerin en önemli araçlarından biridir. Seçimler sayesinde vatandaşlar kendilerini yönetecek temsilcileri seçmektedirler. Bu temsilcilerden halkın ihtiyaçlarını karşılaması,

halka ve ülke çıkarlarına karşı sorumluluk alması beklenmektedir. Ayrıca seçmenler oy vererek seçtiği kişilerden 'sorun' olarak gördükleri olguların çözülmesini de beklemektedir. Örneğin; bir ülkede bulunan işsizlik, enflasyon, şiddet olayları gibi unsurlar halk nezdinde sorun olarak görülebilmektedir. Vatandaşta bu sorunların çözümünü sağlayacağını düşündüğü kişilere seçimler vasıtasıyla yetki verir.

Sandık başına giderek oy kullanan kişilerin oyunu neye göre verdiği, etkilendiği unsurları, tercihlerini nasıl şekillendirdiğini ve benzeri faktörleri araştıran siyaset bilimciler ve bu alana ilgili kişiler çalışmalar yapmaktadırlar. Yapılan bu çalışmalar 'seçmen davranışı' olarak adlandırdığımız bu kavramın neye göre şekillendiğini bizlere göstermektedir.

Şüphesiz seçmen davranışlarının ve eğilimlerinin anlaşılması seçimler ile mümkündür. Seçimlerin de demokratik ülkelerde vazgeçilmez unsur olduğunu belirtmiştik. Seçmenlerin vereceği oylara, yani yetkiye talip olan adaylar bu yetkiyi alabilmek adına çalışmalar yapmaktadırlar. Adayların seçmenlerden yetki alabilmesi için alacakları bir oy dahi önem taşımaktadır. Küreselleşme, ihtiyaç ve benzer olgular neticesinde artan göçler ile birlikte ülkelerin vatandaşları gerek isteğe bağlı gerekse zoraki sebeplerden ötürü göç etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu sebeple gidip yerleştikleri ülkelerde de demokratik hakları olan oy verme işlemlerini yapabilmelerine olanak sağlamak devletin asli görevlerinden biri olmuştur. Dolayısıyla gerek halktan yetki isteyen adaylar gerekse demokratik hakkın doğası gereği devletler farklı ülkelerde yaşayan vatandaşlarına oy hakkını vermek için düzenlemeler yapmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti tarihinde yurtdışında yaşayan ve ikamet ettikleri ülkelerde temsilcilikler aracılığıyla Türklerin oy kullanması uygulaması ilk kez 10 Ağustos 2014 seçimleri ile birlikte mümkün olmuştur. 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde 54 ülkeden 2.798.726 Türk seçmen yurtdışında oy kullanma hakkına sahip olmuştur. 2 milyon 574 seçmenden 297.340'ı sınır kapısında, 232.795'i ise ikamet ettiği ülkede oy kullanmıştır. Toplamda 530.135 kişi oy kullanırken bu sayı seçime katılımın yüzde 19 olduğunu bizlere göstermiştir (Unat, vd., 2014: 3 - 17).

Şen'e (2014) göre; 2014'te yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesinde 77 milyonluk Türkiye Cumhuriyeti yüzde 9 ile yurtdışında en fazla göçmen bulunduran ülke konumundadır. Diğer yandan, 1,3 milyarlık Çin 55 milyon vatandaşı ile 1,1 milyarlık Hindistan ise, 35 milyon vatandaşı ile nüfuslarının yalnızca yüzde 3 yurtdışında göçmen

konumundadır (Şen, 2014). Bu durum, Türkiye Cumhuriyeti gibi nüfusunun yüzde 9'nun ülke dışarısında yaşayan vatandaşlarının oy kullanma hakkının sunulmasında geç kalındığını göstermektedir.

Uluslararası Demokrasi ve Seçim Desteği Enstitüsü (IDEA) verilerine göre (2007); 2007 yılı itibariyle yurtdışında oy kullanım hakkına sahip yalnızca 115 ülkede mevcuttur (IDEA & IFE 2007: 3). Türkiye'de de her ne kadar yurtdışındaki vatandaşlarına oy kullanım hakkı 1980'lerden sunulmuş olsa da; belirttiğimiz gibi ikametlerinde konsolosluk ve elçilikler aracılığıyla oy kullanım hakkı ancak 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleriyle birlikte mümkün olmuştur. Öncesinde ise, bu hak yalnızca sınır kapılarında oy kullanma şeklinde gerçekleştirilmiştir (Unat, vd., 2014: 3).

Yurtdışındaki seçmenler siyasi partiler ve temsilcileri için önem arz etmektedir. Özellikle Türkiye gibi siyaset ile vatandaşın iç içe olduğu tabiri caizse politize olmuş bir halk kitlesinin yüksek olduğu ülkelerde yurtdışı oyları her daim önem arz etmiştir. Bu yüzden de siyasi parti temsilcileri, liderler yurtdışındaki vatandaşlarıyla buluşmak onların oylarına talip olabilmek adına da yurtdışı ziyaretleri gerçekleştirmektedirler.

Çalışmamıza konu olan Almanya, günümüzde en fazla Türk vatandaşı nüfusuna ev sahipliği yapan ülke konumundadır. Dolayısıyla en fazla seçmen sayısı da yine bu ülkede bulunmaktadır. 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, Türkiye Cumhuriyeti Yüksek Seçim Kurulu (YSK) verilerine göre; 2.798.726 kayıtlı seçmenin 1.383.042 kişisi Almanya'da kaydedilmiştir. 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ise; yurtdışında bulunan 3.044.837 kayıtlı seçmenin 1.441.760 kişisi Almanya'da kaydedilmiştir (YSK, 2018). Dolayısıyla Almanya en fazla seçmen sayısına sahip ülkesi olarak adaylar nezdinde en önemli yere sahip olmuştur. Adayların 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimi sonrasında Almanya başta olmak üzere yurtdışındaki seçmenlere yönelik önemlerini arttırması seçmenlerin katılım oranlarını da arttırmıştır. 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimlerine Almanya'da kurulan sandıklarda katılım oranı yüzde 8,15 iken 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde bu oran yüzde 45,87 olmuştur.

2.1. SEÇMEN DAVRANIŞI

Dünya genelinde değişen sosyolojik durumlar, küreselleşme, toplum tarafından değişen talepler; seçim, seçmen ve özellikle de seçmen davranışları üzerinde araştırmaların yapılmasını zorunlu kılmıştır. Ayrıca, seçmen davranışları da hem siyaset bilimciler için hem de sosyologlar için önemli bir konu haline gelmiştir. Seçmen

davranışının sosyolojik bir yapısının olmasının yanında, siyasi alanda seçimleri ve siyaseti etkileyip şekillendirebilecek bir olgu olması, seçmen davranışı unsurunu siyaset sosyolojisinin en önemli konularından biri haline getirmiştir.

Seçmenlerin; sandığa gidip yaptıkları tercihin anlamının, gündeme ve siyasete olan ilgisi ve bilgisinin, oy verirken hangi yönelim ile; yani ideolojik birikim mi, liderin etkisi mi ya da partiye olan taraftarlığından ötürü mü oy tercihi yaptığı, gibi soruların cevapları merak konusu olmuştur. Yine seçmenin oy verirken önem addettiği konunun; bireysel ekonomisi mi yoksa genel ülke ekonomisi mi, liderlerin yönlendirmesi mi yoksa medya yönlendirmesi mi gibi durumlar da bu merak konusu içerisine dahil edilmiştir (Akgün, 2007: 30-76). Siyaset bilimciler ve siyaset sosyolojisi alanıyla ilgilenen araştırmacılar merak konusu olan bu seçmen eğilimleri hakkında çalışma yaparak sosyolojik bir olguyu da ortaya koymuşlardır. Ortaya çıkan bu sonuçlar seçmen davranışı olarak adlandırılmaktadır.

Eke'ye (2008) göre; seçmen davranışı kısaca bireyin belirli bir süre için ülkeyi yönetecek yöneticileri belirleyip onlara yetki verdiği bir davranış türüdür (Eke, 2008: 33). Kiriş'e (2005) göre ise; seçmen olan vatandaşların seçimlerin hem öncesi hem de sonrasında sergiledikleri davranışların, çeşitli faktörler ile birlikte şekillenen; seçime katılma, katılmama, tercih yapma, tercihini sabit kılma ya da değiştirme gibi şekiller aracılığıyla somutlaşan bireysel bir siyasi davranış olarak tanımlayabiliriz (Kiriş, 2005: 14).

Seçmen davranışı kavramı 'siyasal davranış' ile karıştırılabilir bir kavramdır. Ancak, 'siyasal davranış' kavramından oldukça farklıdır. Siyasal davranış kavramı toplumsal, ulusal gibi gruplar nezdinde bir anlam ve anlamlandırma terimi iken; seçmen davranışı kavramı bireysel bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, siyasal davranış kavramının temelinde toplum ve ulusal konular ön plana çıkmaktadır. Seçmen davranışı kavramı ise, bireyselleşerek; bireyi, kişiyi merkeze almaktadır. Kişisel bir olgu olması seçmen davranışının sosyolojik, psikolojik, kültürel etmenler gibi birden fazla yapı ile iç içe ve yakından ilgili olması durumunu ortaya çıkarmıştır (Teyyare ve Avcı, 2016: 52).

Sonuç olarak; seçmen bireyin/yurttaşın oy kullanım öncesinde, oy kullandıktan sonra ve bir sonraki oy kullanma zamanına kadarki süreç içerisindeki davranışları, bu davranışların sebepleri, sonuçları ile ortaya koyduğu somut ve soyut diğer davranışlar

seçmen davranışı olarak tanımlanabilir. Ayrıca, seçmen davranışı kavramının içerisine doğal olarak 'oy' kavramı da girmektedir. Oy demokratik seçim yöntemleri içerisinde seçmenlerin eğilimlerini gösteren ve bu eğilimlerini somut olarak ifade etmelerine olanak sağlayan en önemli araçtır. Dolayısıyla, oy eğiliminin hangi yönde olduğu seçmen davranışı olgusunun ana unsurlarından biridir. Örneğin; A seçmeni seçimlerde B partisine oy veriyorsa bunun sebebi, hangi etkiler ile ortaya çıktığı ve bu davranışta etkili olan diğer unsurlar seçmen davranışı konusu içerisindedir.

Seçmen davranışı sadece seçimler ile ilgili bir olgu, bir unsur olarak görülüp anlaşılıyor olsa da; kavramı yalnızca seçim dönemine has bir olgu olarak görmemiz yanlış olacaktır. Yukarıda da belirttiğimiz üzere seçmen davranışı; seçimin önce ve sonrasındaki süreçte, hatta seçim anında dahi etkili olabilen bir durumdur. Ayrıca; Kiriş'in (2005) ortaya koyduğu fikre göre birey, seçime katılsın ya da katılmasın seçimin olacağı zamandan bağımsız olarak, onu bu davranışta bulunmaya iten sosyo -ekonomik, siyasal ve psikolojik etkiler mevcuttur (Kiriş, 2005: 15). Önemli olan, seçmen olarak nitelendirilen bireyin ortaya koyduğu davranışın 'ne olduğu' ve 'nasıl' ortaya çıktığıdır.

Her ne kadar seçmen davranışı sadece seçimler ile ilgili bir olgu olmamışsa da, 'oy' kullanarak somut bir şekilde yansıtılıyor oluşu önemlidir. Bu önemli olguya, yani seçmen davranışına dair çalışmalar 1910'lu yıllarda başlamıştır. Gülmen'e (1979) göre ilk yapılan sınırlı sayıdaki çalışmalar sandık sonuçlarının karşılaştırılmasının ötesine geçememiştir (Gülmen, 1979: 78).

1940'lara geldiğimizde bu alandaki çalışmalar şekillenmiş ve daha belirgin hale gelmiştir. Özellikle siyasi partilerin kamuoyu yoklamalarına verdiği önem ve seçmenlerin değişen eğilimlerini anlamaya yönelik merak çalışmaların hız kazanmasına neden olmuştur. Dolayısıyla seçmen davranışlarını ölçme ve eğilimlerini anlamayla alakalı akademik ve bilimsel araştırmalar ile anlaşılmasının önemi ortaya çıkmıştır (Kalender, 2000: 50). Akgün'e (2000) göre ise Türkiye'de bu alandaki çalışmalar çok geç başlamıştır. Bunun sebebi Türkiye'deki çalışmaların mevcut durumlardan ötürü genellikle iç güvenlik, askeri darbeler ya da meşruluk krizleri alanında olmasıydı (Akgün, 2000). Ancak son yıllarda yaşanan siyasal, ekonomik ve sosyal gelişmelerin ışığında bu alanda da çalışmalar hız kazanmıştır.

1950'li yıllarda Amerika'da ampirik olarak yapılan ve bu alanda artan çalışmalar 3 temel yaklaşımın ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Bu 3 yaklaşım araştırmalarda

ve yapılan çalışmalarda seçmen davranışlarının temeli haline gelmiştir. Lazarsfeld ve arkadaşları tarafından ortaya atılan "The People's Choice", Campbell ve arkadaşlarının ortaya attığı "The American Voter" ve Downs'un "An Economic Theory of Democracy" isimli eserleri bu 3 görüşün temelini atan kitaplar olmuştur (Kalender, 2005). Lazarsfield ve arkadaşları (1994) tarafından yayımlanan "The People's Choice" isimli çalışma Colombia ekolü denilen sosyolojik yaklaşımın temelini teşkil ederken, Campbell ve arkadaşları (1960) yılında yayımlanan "The American Voter" sosyo-psikojik kuram olan Michigan ekolünün temeli olmuşlardır. Son olarak Downs'un (1957) ortaya koyduğu "An Economic Theory of Democracy" ismiyle yayımlanan eser de radyonel tercih yaklaşımı denilen bireyin ön plana çıkıp rasyonellik ve çıkara vurgu yapılan kavram ortaya çıkmıştır (Filiz, 2019: 13).

2.1.1. Sosyolojik Yaklaşım

Sosyolojik yaklaşım; dünyada ilk defa yapılan ve seçmen davranışlarını konu alan bu çalışma Colombia Üniversitesi'nde Lazarsfeld ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. Sosyolojik yaklaşımın temelini oluşturan bu çalışmaya göre;

- Bireylerin mensubiyeti içerisinde oldukları gruplar ve yapılar oy verme davranışlarını etkilemektedir. Birlikte yaşayan ve çalışan gruplar bu yaklaşım içerisinde ele alınmaktadır. Ayrıca, bu gruplar bireylerin oy verme tutumlarını yönlendirmektedir. Bu sebeple oy verme bir grup temelli deneyim içermektedir.
- Sosyo – ekonomik çevre, din, statü gibi özellikler oy verme eğilimleri üzerinde etkilidir. Bu eğilim politik eğilimler indeksi olarak adlandırılabilir.
- Ailevi etmenler oy vermede etkilidir. Eşler arasında ve çocuklar ile büyükler arasında oy eğilimlerinde büyük benzeşmeler vardır.
- Seçimlere dair ilgi oy vermeyi etkiler. Bilgi bakımından yüksek bireyler daha erken karar vererek katılım sağlarlar (Kiriş, 2005: 17; Özhan, 2018: 17).

Colombia ekolünü savunan araştırmacılara göre; partinin siyasi propagandaları, kampanyaları hiç önemli olmadığı ortaya koyulmuştur. Bu ekolde seçmenlerin aidiyet içerisinde oldukları gruba göre hareket ettikleri tespit edilmiştir. Colombia ekolü yani sosyolojik kuramsal yaklaşım, bireysel oy verme eğilimlerini reddederek gruplar halinde oy kullanımlarının olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla bu yaklaşım tek tek bireylerin tercihlerini değil, grupların sınıf, cinsiyet, etnisite, coğrafya, din gibi durumlarını incelemektedir (Lazarsfeld vd., 1968).

Kısacası, seçmen içerisinde bulunup aidiyet hissettiği grubun tercihlerine paralel bir tercihte bulunur. Seçmen mensubu olduğu gruba göre eğilim göstererek bağlılığını devam ettirir. Bu görüş bireyin rasyonel olduğunu ve özgür olarak karar aldığını savunan düşünceye göre zıttır (Gülmen, 1979). Birey, doğduğu ve büyüdüğü çevreden ve gruptan etkilenerek bir aday, parti tercihi yapar. Bu tercihe olan bağlılığını devam ettirerek eğilimlerini sürdürür. Bu yaklaşıma göre birey rasyonel tercihler yapmamakta, grubun etkisi ve yönlendirmesi sayesinde seçim yapmaktadır.

2.1.2. Sosyo- Psikolojik Yaklaşım

Michigian ekolü olarak bilinen **Sosyo- Psikolojik yaklaşım** ise; Colombia ekolüne çok şiddetli eleştiriler yapan Michigian Üniversitesinden Campbell, Converse, Miller ve Stokes tarafından yayımlanan 'The American Voter' eseriyle ortaya atılmıştır. 1960 yılında ortaya atılan ve geliştirilen bu ekole parti özdeşleşme modeli de denmiştir. Amerika da 1948, 1952 ve 1956 da yapılan Başkanlık seçimlerinin araştırılması sonucunda elde edilen veriler bu yaklaşımın ortaya çıkmasına neden olmuştur (Damlapınar ve Balcı, 2005: 60).

Özer ve Meder'e (2008) göre sosyo – psikolojik ekolde, kişi adeta bir futbol takımı tutan kişi gibi parti tutar ve ona bağlılık hisseder. Artık parti onun için bir futbol takımının fanatik taraftarlığı gibidir (İnan ve Meder, 2008: 32). Akgün'e (2000) göre de; bu yaklaşımın ortaya çıkardığı en büyük kavramların başında 'parti kimliği' bulunmaktadır. Parti kimliği kavramına göre bireyler daha küçük yaşlardan itibaren bulundukları çevrede etkilenerek kendisini bir partiye yakın hisseder. Bu yakınlık git gide bağımlılık haline dönüşerek, hayat boyu devam eden bir duruma gelir. Bu bağlılık ile birlikte bireyler dış dünyayı parti politikaları ve söylemleri ile özdeştirerek anlamlandırırlar. Her ne kadar kimi zaman enflasyon, işsizlik parti adayının başarısız olması ya da kötü olması sebepleriyle birey tercihini değiştirip başka bir partiye oy verse de bir sonraki seçimde bağlılık duyduğu partiye geri dönüş yapar. Ancak, bu yaklaşım 1970'lerden itibaren Amerika'da seçmenlerin hiçbir partiye yakınlık hissetmediklerini söyleyip, bağımsız olduklarını ifade etmeleri sonucu tartışılmaya başlanmıştır (Akgün, 2000: 78).

Bu ekolde grupların eğilimlerinin aksine bireysel eğilimler araştırılmıştır. Anket çalışmalarının artmasıyla bireysel eğilimlere yönelik çalışmalar yapılmıştır. Yaklaşım bireylerin eğilimlerinin gelişmesinde ailevi faktörlerin de etkisini kabul ederek tamamen

reddetmemektedir. Birey daha küçük yaşlardan itibaren bilinçaltı ve iç güdüleriyle bağlı olduğu siyasal yönelimini belirler (Akgün, 2000: 78).

Psikolojik model olarak da adlandırılan bu modelde kişisel değerler, nitelikler ön plandadır. Bireylerin hangi tercihlerde bulunacağı tamamen dünya görüşleriyle psikolojik yapısıyla paralellik göstermektedir (Gülmen, 1979: 41). Dolayısıyla kişilerin eğilimleri, küçük yaşlarda etkilendikleri aile ve çevreden başlayarak; seçmen olacakları güne kadar ve sonrasında da zaman zaman değişse de belirli bir bağlılık üzerinden giden eğilimler olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyo – psikolojik ekole göre; bireyin bağlı olduğu partiyi seçmesi ve oy vermesi yüksek ihtimaldir. Bunun yanı sıra belirli bir partiye bağlılık duyan bireyin seçimlere katılma olasılığı da yüksektir (Kalender, 2000: 59). Ancak, bu bireylerin rasyonel tercihlerde bulunması düşük ihtimaldir.

2.1.3. Rasyonel Tercih (Ekonomik Oy Verme) Modeli

Üç temel yaklaşımlardan sonuncusu olan **Rasyonel Tercih (Ekonomik Oy Verme) Modeli'**nde ise birey, rasyonel davranan bir seçmendir. Birey, muhalefet partisi ile hükümette bulunan partideki kişiler arasında; gerek icraatlar gerekse muhtemel icraatlar hakkında değerlendirmeler ve karşılaştırmalar yaparak kararını vermektedir (Kalender, 2000: 63). 1970'lerde seçmen ile parti arasında her seçimde değişen sosyo – psikolojik faktörü açıklamakta zorluk çeken Michigian ekolünün önemini yitrmesiyle Rasyonel Tercih ekolü ortaya çıkmıştır. Bu görüşte rasyonel hareket eden seçmen kendi amaçlarını gerçekleştirmeye en yakın partiye oy vererek rasyonel bir davranışta bulunurlar. Dolayısıyla yapılan seçim bireyin kendi öz çıkarlarına hizmet etmektedir (Turan ve Temizel, 2015: 56-58).

Anthony Downs'un "An Economic Theory of Democracy" isim çalışmasıyla ortaya koyduğu bu model, aslında temelde ekonomik değişkenleri ön planda tutmaktadır. Seçmen, ekonomik olarak çıkarlarına en yakın partiye, adaya oy vermektedir. Bu davranış modelinde oy verme eğiliminde bulunan seçmen, öncelikle iktidarı elinde bulunduran partinin geçmişte sergilediği performansına göre yorum ve değerlendirme yapan bir tüketici konumundadır. Amaçlarını gerçekleştirmek için davranış sergileyen bu tüketici 'maddi çıkar' olarak kendisine en fazla fayda sağlayacak şekilde oy verme davranışında bulunur. Seçmenin tek amacı fayda maksimizasyonunu yüksek tutmaktır (Heywood, 2019; Akgün, 2007: 30).

Bu modelde seçmenler fayda – maliyet hesaplaması yaparak oy kullanırlar. Bireyler, grupsal, ailesel veya toplumsal telkin ve çıkarla oy kullanmak yerine bireysel çıkarlarının ön planda olduğu bir oy eğiliminde bulunurlar (Olson, 2009: 53-60). Seçmen, mevcut hükümetin ekonomik göstergelerine bakarak; kendi kişisel düşüncesine göre tercihte bulunur (Lau & Redlawsk, 2006). Kalender'e (2000: 63) göre; eğer sistem iki partili bir sistem ise seçmen tercihini kendine yakın olan parti için kullanırken, çok partili olan bir sistemde seçmen öncelikle tuttuğu partinin seçimi kazanması için oy kullanacaktır. Eğer tuttuğu partinin seçimi kazanma olasılığı yoksa, karşısında durduğu partiye en yakın oy oranı bulunan karşıt partide yerini alacaktır. Seçmenin planı eğer uzun vadeli bir plansa, kazanma olasılığı olmayan tuttuğu partiye oy vererek gelecek seçimler için oy kullanacaklara alternatif oluşturma düşüncesine girecektir.

Rasyonel yaklaşıma göre, seçmenin rasyonel ve bilgili olduğu varsayımı olduğu için seçmen oy kullanmak isterse kullanır, kullanırsa kendi fikirlerine ve düşüncelerine dair en doğru kararı verir. Oy kullanmaz ise de bu karar seçmenin rasyonel hareket etmesi sebebiyle doğru karardır. Bununla beraber seçmenin oy kullanmaya dair kararı siyasete olan ilgisiyle de doğru orantılıdır. Bu durum daha önce açıkladığımız psikolojik modeli radyonel model yaklaşımından ayıran bir noktadır. Hatırlanacağı üzere, psikolojik modelde seçmen eğilimini fayda ekseninde değil parti ekseninde yapmaktaydı. Yani seçmen kendisine en fazla fayda sağlayacak adaya ya da partiye oy vermesi rasyonel ve bilgili olmasından ötürü rasyonel ya da bir diğer tabiriyle ekonomik oy verme modeline göre hareket ettiğini gösterirken, partiye olan bağlılığına göre oy vermesi ise psikolojik yaklaşım modeliyle açıklanmaktadır.

Rasyonel Tercih Modeli, bir diğer adıyla 'Ekonomik Oy Verme Modeli'ne inanan sosyal bilimciler; rasyonel tercih modeline göre hareket eden seçmenin siyasal davranışı ile bireysel olarak seçime hiçbir etki etmeyeceğini bilir düşüncesini savunmaktadırlar. Seçmen, *"Tek oyla seçim kazanılmaz, milyonlarca insan oy kullanırken sadece benim oyumun ne etkisi olabilir ki?"* diye düşünerek oy kullanma konusunda çekinceye düşeceğini ifade etmektedirler (Özer, 2014'ten akt, Özhan, 2018: 22).

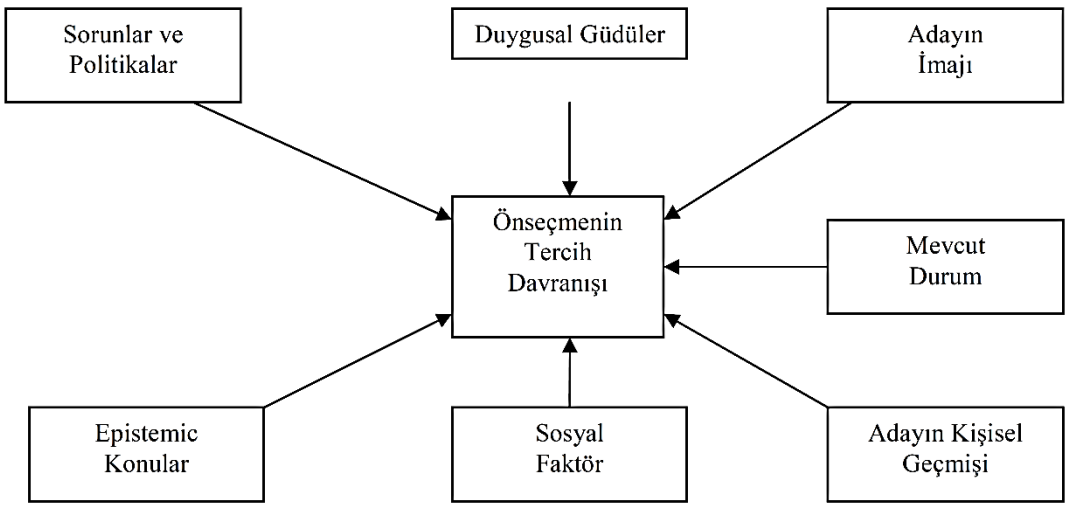
Yukarıda açıkladığımız bu üç temel seçmen davranışlarının yanı sıra iki farklı seçmen tercihini belirleyen moden de bahsedilmektedir. Kiriş (2005: 19), bu iki modeli 'konuya göre oy verme modeli' ve 'ideolojiye göre oy verme modeli' olarak açıklamıştır.

Konuya göre oy verme modelinin çıkış noktası, seçmenin gündemki konuları ele alarak o konuları kendisinin değerlendirip, değerlendirdiği bu durumlar ile kendisine yakın olan veya eşleşen adaya, partiye oy vermesi modelidir (Kalender 2000'den akt., Kiriş, 2005: 19-20).

İdeolojiye göre oy veren seçmenler modelinde ise, seçmenin belirli bir ideolojiye sahip olduğu varsayımı mevcuttur. Seçmen de ideolojisine yakın durduğunu düşündüğü adaya ya da seçmene oy verme eğilimi içerisinde olduğu düşünülmektedir. İdeolojiye göre oy veren seçmenler üç farklı tipten oluşmaktadır. Bunlar; ideoloji destekçileri, yakın ideoloji destekçileri ve az ideoloji yanlılarıdır (Kalender, 2000:69). Bu durumda ideoloji yanlıları kendi ideolojilerine oy verirken, yakın ideoloji yanlılarının kendi ideolojileri içerisindeki partiye oy vermeleri beklenir. Az ideoloji yanlıları ise kendi ideolojilerine ait ilkeleri benimsemezler ve ideolojiye göre oy verme ihtimalleri düşüktür (Kalender, 2000: 75).

Newman ve Sheth tarafından geliştirilen bir teoriye göre, seçmen tercihleri ve davranışlarının oluşması 7 bileşenin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu bileşenler şekil 12'de gösterilmiştir.

Şekil 5.*Newman ve Sheth (1985)'in Seçmen Tercih Davranış Modeli*



Kaynak: Newman & Shethd, (1985).

Şekil 5'te görüldüğü üzere; Newman ve Sheth (1985: 178-179), seçmen davranışının birden fazla etmen tarafından etki altında olduğunu belirtmişlerdir. Seçmenin; duygusal güdüler, sorunlar ve politikalar, oy vereceği adayın imajı, sosyal

faktörler, mevcut durum ve adayın kişisel geçmişinden etkilendiğini ve eğilimini belirlediğini ortaya koymuştur.

Sorunlar ve Politikalar; 4 ana başlık üzerinde oluşan bir listeden ibarettir. Bunlar; dış politika, sosyal politika ve liderlik özellikleri ile ekonomi politikasını ifade etmektedir. Seçmene göre aday bu kriterlere sahip ve bunları yönetebilir durumda olmalıdır.

Sosyal Faktörler; Seçim sürecinde adayın referans gruplarını ifade eder. Adaylar; yaş, cinsiyet, gelir, meslek, etnik köken, din, demokratik, cumhuriyetçi gibi birden fazla demografik özellikler üzerinden seçmenlere söylemlerde bulunurlar.

Duygusal Güdüler; Oy vermenin duygusal boyutunu ifade eden bir kavramdır. Umut, sorumluluk, vatanseverlik vb.durumlar bu kavram içerisine girer. Seçmen aday ile adayın kişiliğinden bağımsız olarak aynı duygu içerisinde olabilir.

Adayın İmajı; Adayın kişisel özellikleriyle bağlı olarak oluşan karakterini, imajını ifade eder.

Mevcut Durum; Adayın kampanya sürecinde gerçekleşen ve seçmenin başka bir adaya oy vermesine neden olan ulusal politikalar ve yerel politikaları ifade eder.

Adayın Kişisel Geçmişi; Seçmenin oy vereceği adaya dair, adayın kişisel yaşamında gerçekleşen olayları ifade eder.

Epistemik Konular; Adayın farklı konuları ortaya çıkarsıyla oluşan araştırma, bilgilenme, ilgilenme ihtiyacının algılanan tatminini doğrulayan sebeplerini ifade eder.

2.2. SEÇMEN DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Seçmen davranışını etkileyen faktörler, seçmen hakkında en fazla sözü edilen çalışma, Fransız seçmenlerin tercihlerine dair yapılan çalışma olmuştur. 1913 yılında Andre Siegfried tarafından yapılan çalışmada Fransız seçmenlerin politik görünümü değerlendirilmiştir. Siegfried literatüre "sağ, sol, uç sol, uç sağ" kavramlarını kazandıran kişi olmuştur. Ayrıca Siegfried seçimlerin yapıldığı yerler hakkında ve yapılan tercihler hakkında da değerlendirmelerde bulunmuştur. Yaptığı kavramsal çalışmaları da 'seçim coğrafyası' kavramı altında toplamıştır (Dikshit, 1975: 151; Köylüoğlu, 2019: 20).

Seçmen davranışlarını etkileyen faktörler açısından en önemli hususların başında seçmenin siyasal katılımda yani oy eğiliminde bulunup bulunmayacağıdır. Eğer oy eğiliminde; yani seçmen olarak katılımda bulunacaksa hangi etmenlerin etkisinde kalarak

oy vereceği önem kazanmaktadır. Mevcut siyasal sistem içerisinde güven yüksek ise siyasal sürece katılım pozitif yönde artacaktır. Tersine siyasal sistem güven vermiyor ise de seçmenlerin katılımı azalacaktır. Seçmeni, dolayısıyla bireyi etkileyen en önemli faktörlerden biri de çevreden ve aileden aldığı uyarıcı tepkilerdir. Çevre ve aile katılım konusunda yönlendirici bir etkiye sahiptir. (Turan ve Temizel, 2015: 109-111).

Günümüzde siyasi partiler seçmen davranışlarını etkileyen faktörleri anlamak, öğrenmek ve yönlendirebilmek adına yoğun çalışmalar yapmakta ve ekonomik harcamalar yapmaktadır. Ancak, geçmişten bugüne kadar yapılan çalışmalardan görülmüştür ki; seçmen davranışlarını yönlendirebilen ve anlayan bir teori, kuram ya da yöntem bulunamamıştır. Çünkü, sürekli ve değişen dünyada küreleşmeyle birlikte, seçmen davranışlarının ve bu davranışları etkileyen faktörlerinin de farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Bu durum seçmenlerin eğilimlerinin önceden kestirilmesine olanaksız hale getirmiştir (Polat vd., 2004: 16-17). Dolayısıyla seçmen davranışlarını etkileyen faktörlerin çok sayıda olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bu faktörler de sürekli değişen bir süreç içerisinde yer almaktadır.

Kalender'e (2000) göre, seçmeni etkileyen faktörler altı farklı şekilde tanımlanmaktadır. Bunlar; *siyasal parti ile ilgili faktörler, adayla ilgili faktörler, gündem veya konu ile ilgili faktörler, seçmenle ilgili faktörler ile propaganda ve iletişim faktörleri*dir (Kalender, 2000: 86-89).

Siyasal parti ile ilgili faktörler; partinin lideri, partinin programı, partinin ekibi gibi unsurlardan oluşmaktadır. Partinin dine bakış açısı, icraatları, vaat ettikleri ve seçmenle ilişkileri de bu faktörün alt faktörlerini içermektedir. Demirtaş'ın (2010) aktardığına göre Sitembölükbaşı'nın (2001) 1995 ve 1999 yıllarında yaptığı çalışmalarda parti oylarının ortalamaları alındığında seçmenlerin yüzde 44 oranın partileri ideolojilerinden dolayı tercih ettiklerini ortaya koymuştur (Sitembölükbaşı 2001'den akt. Demirtaş, 2010: 59).

Adayla ilgili faktörler; Seçmenin oylarının belirlenmesinde en önemli faktörlerden biri de aday ile ilgili olan faktördür. Adayın duruşu, çizgisi, konuşması, üslubu, olaylara bakış açısı ve verdiği tepkiler, hatta seçime kazanma ihtimali bile adayın seçmen karşısında olumlu olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır (Demirtaş, 2010: 60). Seçmen, adayı bu ve buna benzer kişisel ve karakter açısından bir değerlendirme yaparakta tercihte bulunmaktadır.

Gündem veya Konu ilgili faktörler; Seçim dönemlerinde seçmenler için önemli olan sosyal, siyasi ve ekonomik olayları tümünü kapsamaktadır. Seçmenlerin gündemlerine konu olan olaylara ve sorunlara adayların bakış açıları, çözüm önerileri seçmenlerin oylarını belirlemede etkili olmaktadır. Bu faktör, özellikle kararsız seçmenleri oy yönlerini belirlemede ve parti bağlılığı zayıf seçmenlerin davranışları üzerinde daha etkili olan bir faktördür.

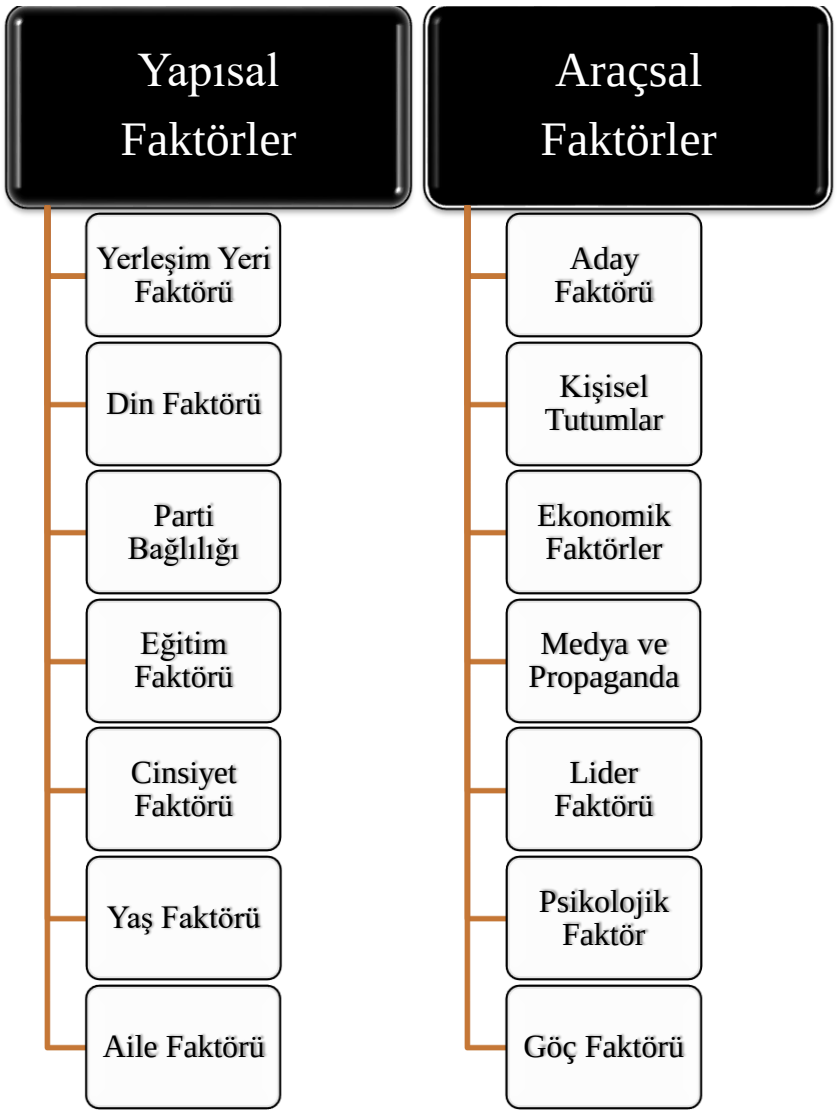
Seçmenle ilgili faktörler; Seçmenlerin kendi yapılarından, kişisel özelliklerinden kaynaklanan yaş, cinsiyet, din, partiye ya da adaylara bakış açıları, kişisel menfaatleri, zekâ seviyeleri ve ideolojilerine bağlılık dereceleri seçmenle ilgili faktörler içerisine dahil edilebilmektedir.

Propaganda ve iletişim faktörleri; Günümüz teknolojik gelişmeleri ve değişen kampanya süreçleri seçmenlerin tercihlerinde etkili olmaktadır. Adaylar ve partiler de bu yüzden seçmenlerin oylarını alabilmek adına gelişmeleri takip etmeye ve en uygun kampanya yöntemlerini uygulamayı amaç edinmişlerdir. Kalender'e göre (2003: 31); adaylar ve partiler bu yüzden iletişim araçlarından sosyal medya, TV, radyo, afiş, ilan broşür, miting gibi görüşmeler ile seçmenler üzerinde etkili olabilmek için yoğun şekilde çaba göstermektedirler (Kalender, 2003: 31).

Özhan (2018) ise seçmen tercihini etkileyen faktörlerin iki tane olduğunu ve bu etkenlerin de alt faktörleri olduğunu belirtmiştir. Özhan (2018), bu iki ana faktörlerden birinin yapısal faktörler, diğerinin ise araçsal faktörler olduğunu belirtmiştir (Özhan, 2018: 24).

Yapısal Faktörler uzun vadede etkili olan faktörlerdir. Uzun faktörlerin gerçekleşmesi için bir süre beklenmesi gerekmektedir. Bunlar; *yerleşim yeri faktörü, din faktörü, parti bağlılığı, eğitim faktörü, cinsiyet, yaş ve aile faktörü*nden oluşan yedi faktörden oluşmaktadır. **Araçsal Faktörler** ise; *aday faktörü, kişisel tutumlar, ekonomik faktörler, medya ve propaganda, lider faktörü, psikolojik faktör ve göç faktörü*nden oluşmaktadır.

Şekil 6.*Seçmeni Etkileyen Faktörler*



2.2.1. Yapısal Faktörler

Şekil 13'te belirtilen yapısal faktörlerden ilki olan *yerleşim yeri faktörü* hem siyasal katılımı hem de seçmen davranışlarını etkileyen yapısal faktörlerdendir. Dursun (2004) yerleşim yeri arttıkça siyasal katılımın arttığını savunurken, kentsel yaşamın aksine kentlerde olan küçük ve türdeşliğin siyasal katılımı arttırarak toplumsal dayanışma sayesinden seçmenlerin hareket geçebileceğini savunan görüşler de bulunmaktadır. Seçmenlerin eğilimleri konusunda ise bazı siyaset bilimciler yerleşim yeri büyüklüğü ile sol partiler arasında bir bağlantı olduğunu ve kentin büyüyüp geliştikçe, kentte bulunan

fabrikalar arttıkça sola oy verme eğiliminin arttığını savunmaktadırlar (Dursun, 2004:224; Özhan, 2018: 25; Çınar, 2004: 143).

Din faktörü, din faktörünün seçmenler üzerinde etkili olabilmesi için dinin seçmenler açısından algılanış biçimi önemlidir. Seçmenlerin dünya görüşü dine bakış açıları siyasi aday ve/veya partilerin meşruiyet kazanmasında da rol oynamaktadır. Din bazen seçmenler için en önemli faktör haline gelebilmektedir. Bu noktada Türkiye özelinde Kalaycıoğlu (1994), din faktörünü Şerif Mardin'in merkez- çevre çatışması üzerinden açıklamaktadır. Kalaycıoğlu'na (1994), göre merkez – çevre çatışması olgusunun tam ortasında laik – dinci çatışması vardır. Kalaycıoğlu, bu kapsamda da merkezi temsil eden laik ve seçkinlerin CHP olduğunu savunurken, çevreyi temsil edenlerin ise DP/AP ve MSP'den oluşan muhafazakârlar olduğunu savunmuştur (Kalaycıoğlu, 1994: 403- 406).

Parti bağlılığı; faktörü seçmenlerin oy verdikleri parti ile kurdukları duygusal ve psikolojik bağ olarak düşünülebilir. Seçmenlerin tercih ettikleri partinin programlarına katılma, üye olma, kampanyalarında aktif görev alma gibi durumlar seçmenin siyasi davranışının bir göstergesidir. Ayrıca bu durumlar seçmen bireyin partiye olan bağlılığını göstermektedir. Partiye sadakat olarak da adlandırabileceğimiz bu faktörde seçmen bağlılık duyduğu ve aktif katılımlar sağladığı partiye oy verme eğilimi içerisindedir.

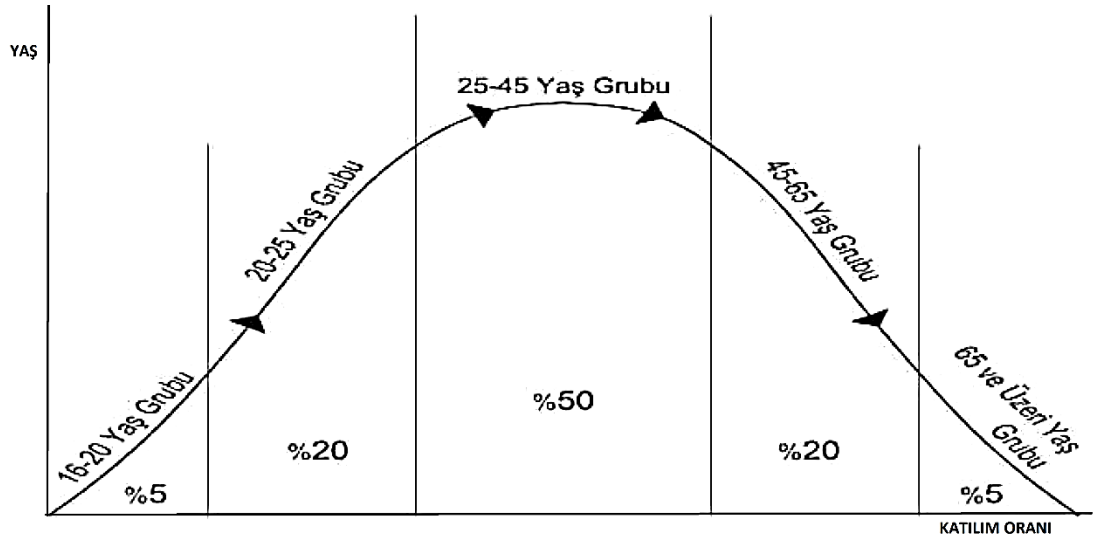
Yapısal faktörlerin bir diğer alt faktörü olan *eğitim faktörü*ne göre; seçmenler aldıkları eğitim sayesinde özellikle siyasi bilgi, birikim ve donanım anlamında kendilerini geliştirirler. Bu gelişim onların hem siyasi katılım anlamında hem de oy verme eğilimlerinde değişikliklere yol açabilmektedir. Siyasi bilgi ve birikimi olan birey; adayların, partilerin söylem ve politikalarını değerlendirmede daha profesyonel davranmaktadır. Bu sayede oy eğiliminin yönünü de kararlaştırmaktadır. Özhan'ın (2018) verdiği bilgiye göre; 1960'lardan sonra yapılan araştırmalarda seçmen davranışları ile eğitim düzeyi arasında bir ilişki oluşmuştur. Bu ilişkiye göre, seçmen davranışları ve siyasal katılım arasında dolayısıyla da seçmen eğilimleri arasında pozitif bir ilişki vardır (Özhan, 2018: 28).

Cinsiyet faktörü, Özhan'ın Lipset'den aktardığına göre, (, seçmen cinsiyetleri bağlamında oy verme eğilimlerini incelemiştir. Lipset'in yaptığı araştırmada kadın – erkek arasında seçmen eğilimleri anlamındaki temel farkın erkeklerin sosyal belirleyici rollerinin oluşudur. Buna göre erkekler, kadınlara göre daha az baskı altında kalan

bireyler olduğundan ötürü siyasal katılımları daha fazladır. Dolayıyla seçmen eğilimleri de farklılık göstermektedir (Lipset, 1963'den akt., Özhan, 2018: 29). Kadınların erkeklere nazaran daha az sosyal ortamlarda bulunuyor oluşu, siyasete olan ilgilerinin erkeklerden daha az oluşu da bu durumun ortaya çıkmasında etkilidir. Kadınların sosyal ve ekonomik alanının gelişmesi ile birlikte hem siyasete katılımları artacak hem de seçmen eğilimleri değişecektir.

Yaş faktörü, diğer faktörlerde olduğu gibi belirli dönemlerde seçmenlerin eğilimlerinde değişikliklere sebebiyet verebilmektedir. Genç bireylerin eğilimleri daha idealist ya da daha düzeni değiştirmeye yönelik olabilirler. Ancak, genç bireyler belirli sorumluluklara geldiğinde, örneğin; evlilik, iş, aile gibi faktörler devreye girdiğinde durumlar değişiklik gösterebilir. Bununla beraber genç bireylerin siyaset ve seçimlere dair eğilimleri yaşlarına göre farklılık gösterebilir.

Şekil 7*.Siyasal Katılmada Yaş Grafiği*



Kaynak: Çetinkuş, (2010: 37).

Şekil 14'de görüldüğü üzere; 16-20 yaş aralığındaki grup, katılım noktasında 65 yaş ve üzeri yaş grubu ile aynı eğilimleri gösterirken, 20-25 yaş grubu ike 45-65 yaş grubu da birbirleriyle aynı eğilimleri göstermektedirler. En fazla siyasal katılımın sağlandığı 25-45 yaş grubu seçmen eğilimlerinin katılım noktasında en yüksek oran ile zirve olarak görülen noktadır.

Aile faktörü, siyasal davranışların değişimlerinde de etkilidir. Bilindiği üzere aile, toplumsal yapı taşlarının başında gelmektedir. Dolayısıyla bireylerin ilk siyasal

tercihlerinde ve eğilimlerinde aileden de etkilendikleri düşünülmektedir. Seçmen eğilimleri üzerine araştırmalar yapan Szyliowicz 1962 yılında yayımladığı makalesinde 62 kişiden oluşan bir aileye sahip olduğunu ve bu ailede oy yeterliliğine sahip kişiler için de *"ben kime oy verirsem hepsi ona oy verecek"* diye bir eğilim ortaya koymuştur. Szyliowicz, bu görüşüyle seçmenlerin eğilimleri noktasında aile faktörünü de ortaya koymuştur (Szyliowicz, 2017: 442-443).

2.2.2. Araçsal Faktörler

Araçsal faktörler; kısa dönemli faktörler olarak da adlandırabileceğimiz bu faktörleri, bireyin karar almasına, kararını değiştirmesine yol açan faktörler olarakta düşünebiliriz. Bu faktörler seçmenin davranışını dönemsel olarak etkileyen faktörleri olarak görülmektedir.

Araçsal faktörlerden ilki olarak adlandırdığımız *aday faktörü,* adayın yaşı, cinsiyeti, dini inancı gibi durumlar sebebiyle adaya olan duygusal yakınlaşma ve/veya uzaklaşmayı ifade etmektedir. Seçmen, adayın özellerine eğilim gösterebilir.

Kişisel faktörler, bireyin davranışlarını etkileyen faktörlerden bir diğer etkendir. Bu faktöre göre, bireyin siyasal bir davranışta ve bir eğilimde bulunması için siyasal unsurlar ile zihninde kişisel bağlantılar kurması gerekmektedir. Bu yüzden de kişisel faktörleri seçmenin kendi kişisel zihni fikirleri olarak değerlendirebiliriz.

Seçmenlerin *ekonomik faktörler*den etkilendiği ve eğilimini bu sosyo- ekonomik gelişmeler ışığında gerçekleştirdiğini belirten çalışmalar vardır. Seçmen eğilimleri ve davranışlarını etkileyen faktörler üzerine çalışma yapan araştırmacıların genel kanısı da bu yönde olmuştur. Seçmen, geçmişte yaşanan ekonomik gelişmeleri, gelecekte vaat edilen ekonomik gelişmeleri zihninde harmanlayıp bir davranışta bulunabilir. Seçmen, ekonomiyi ve ekonomik politikaları göz önünde bulundurup takip ederek siyasal davranışta bulunduğu durum ekonomik faktör olarak değerlendirilmektedir.

*Medya ve propaganda faktörü*ne göre seçmenler seçmen davranışlarını sergilerken siyasal durumları ve gelişmeleri takip ederek hareket etmektedir. Bu gelişmeleri takip ettiği alanların başında ise medya sektörü gelmektedir. Medya sektörü ve adaylar ile birlikte partilerin propaganda çalışmaları seçmenlerin davranışlarını etkileyen başlıca unsurlardır. Halihazırda kitle iletişim araçları olarak adlandırabileceğimiz medya sektörü seçmenin bilgiye ulaşmada kullandığı en önemli araçlardan biridir. Seçmen kitle iletişim araçları sayesinde davranış kalıpları

sergileyebilmektedir. Siyasi partiler medya sektörünü propaganda aracı olarakta kullanır. Bunu kullanırken hem neden partiye oy vermesi gerektiğini anlatır hem de diğer partiye oy vermemesi konusunda seçmeni ikna etmeye çalışır. Seçmenler üzerinde başkaca propaganda araçları da bulunmaktadır. Baltacı ve Eke (2012) bu araçları, seçim kampanyaları, yazılı ve görsel iletişim araçları, parti toplantıları ve kamuoyu araştırmaları olarak tanımlamaktadır (Baltacı ve Eke, 2012: 115-116).

Siyasi partilerin tabiri caizse bel kemiği olarak *lider*ler görülmektedir. Bu yüzden de liderlerin sergilediği davranışlar ve söylemler seçmenlerin de davranışlarını negatif yönde veyahut pozitif yönde etkileyebilmektedir. Siyasal katılım noktasında lidere güven de ön plandadır. Seçmenin davranışları ve katılım da güven duygusuyla paralel işleyebilmektedir. Bununla beraber karizmatik liderlerin etkin olduğu partilerin seçmen davranışları üzerine etkisi olduğunu düşünen çalışmalarda mevcuttur.

Psikolojik faktör düşüncesine göre, bir davranışın oluşması için etkili olan en temel faktörlerden biri çevresel ve psikolojik faktörlerdir. Dolayısıyla bir davranışın ve eğilimin oluşması için psikolojik faktörlerin etkili olduğunu düşünebiliriz (Dursun, 2004: 244). Bu faktöre göre, seçmenlerin eğilimleri sergilerken bireysel olarak psikolojik ve duygusal durumlarından da etkilendiğini söyleyebiliriz.

*Göç faktörü*nün seçmen birey üzerindekini etkisi hızla kentleşen toplumlar için önemli etkenlerin başında gelmektedir. Bu kentleşme bireylerin siyasi konuları takip etmesini hızlandırmış eğitim ve siyasal bilinç düzeylerinde pozitif artışa sebebiyet vermiştir. Bu durumda hem siyasal katılımı arttırmış hem de siyasi eğilimlerde değişikliklere neden olmuştur (Ünal, 2016: 98).

Yukarıda bahsini ettiğimiz faktörlerden de anlaşılacağı üzere bireylerin ve dolayısıyla da seçmenlerin eğilimleri, davranışları, siyasal katılımları birden fazla etkenden etkilenmektedir. Davranışlar, eğilimler ve katılımlar değişen koşullarla birlikte de değişim göstermektedir. Dolayısıyla değişen toplum düzeni, değişen insan psikolojisi ve siyaset anlayışı seçmen eğilimlerini etkileyen faktörler için sınırlama getiremeyeceğimizi bizlere göstermektedir. Çalışmamızda seçmeni etkileyen faktörlerin sınırlandırılması yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlamak ve kolaylık sağlamak amacıyla yapılmıştır.

3. AVRUPA'DAKİ TÜRK SEÇMENLER VE YURT DIŞI OY KULLANIM UYGULAMALARI

Avrupa'da yaşayan ve Türkiye'deki seçimlerde oy kullanan vatandaşlar hakkında yapılan araştırmaların az sayıda ve sınırlı olduğu görülmüştür. Bu nedenle çalışmamızın bu başlığı altında kurum ve kuruluşlar tarafından yayımlanan raporlar, bu konuda haber yapan gazeteler ve literatürümüzde bulunan az sayıda çalışmadan faydalanılacaktır. Konuyu daha iyi kavrayabilmek açısından yurt dışında oy kullanımının tarifini ve birtakım uygulamaları örneklemek faydalı olacaktır.

IDEA (2007), yurt dışında oy kullanmayı *"bir ülkenin geçici süreyle ya da daimî olarak ülke dışında yaşayan vatandaşlarından seçmen kitlesinin bir kısmının veya tümünün bulundukları ülkede oy kullanabilmesi"* olarak tanımlar (IDEA, 2007: 248). Bir başka tanımlamaya göre siyasi literatürde "external voting" olarak çevrilen "dışarıda oy verme" bir başka tanımla, *"ülkelerinden ayrı yurt dışında yaşayan yurttaşların kendi ülkelerindeki seçimlerde oy vermelerine imkân tanınması"* şeklinde ifade edilebilmektedir (Boccagni vd., 2015: 13). Yurt dışında yaşayan bir ülke vatandaşının ülkesi dışında oy kullanmasını sağlayan ilk uygulama 1862'de Amerika'da, 1890'da ise Yeni Zelanda'da hayata geçmiştir. Avrupa'da ise ülke dışında oy kullanım hakkını sunan ilk ülke İngiltere olmuştur. İngiltere savaşta yurt dışında olan ülke vatandaşlarına yurt dışından oy kullanma hakkı tanımıştır (Erdoğan, 2015: 127).

Collyer (2014), yurt dışında yaşayan vatandaşların oy vermelerinde şekilsel anlamda üç farklı model bulunmaktadır. Collyer'e göre (2014); bu modellerden ilki, yurt dışında yaşayanların anavatanlarına dönerek kendi illerinde oy kullanmalarını sağlayan yöntemdir. Bu model yurt dışında yaşayan vatandaşların oy kullanma noktasındaki en zorlu ve en dar anlamda hak tanınan modelidir. İkinci model, en yaygın kullanılan ve Türkiye'nin de 2014 yılı itibariyle uyguladığı model olan; ülkelerin yurt dışı temsilciliklerinde oy verme modelidir. Bu modelde vatandaşın oyları ülke içinde oy kullanmış gibi dağıtılıp paylaştırılmaktadır. Son model olan üçüncü modelde ise; vatandaşların kendi temsilcilerini doğrudan seçme modelidir. *"Doğrudan temsil için yurt dışından oy modeli"* olarak tanımlanan bu modelde yurt dışında yaşayan vatandaşlar yasama organı seçimlerinde doğrudan kendi temsilcilerini seçmektedirler. Collyer (2014) için bu moden vatan, ulus, devlet ötesi *"yurt dışında oy verme"* modelidir (Collyer, 2014: 9).

Yurt dışında oy vermeye yönelik uygulamalar ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Örneğin; İngiltere kendi vatandaşlarından yurt dışında yaşayanlarına oy hakkı tanınması için kesintisiz 15 yıldan daha fazla ülke dışında ikamet etmiş olmalarını şart koşmaktadır, Kanada da ise bu süre 5 yıldır (Grace, 2007: 44). Ülkeler genellikle yerel seçimler hariç, milletvekili, başkanlık, referandum gibi tüm seçimlerde vatandaşlarına oy hakkı tanımaktadır. Ancak, bazı ülkeler yerel seçimler için dahi vatandaşlarına oy imkânı sunmaktadır (IDEA, 2007: 16). Yurt dışındaki vatandaşlarına oy hakkı tanıyan 115 ülkeden 14'ü sadece Cumhurbaşkanlığı, 31'i sadece milletvekili seçimleri, 20'si hem milletvekili hem cumhurbaşkanlığı seçimleri için; 7'si cumhurbaşkanlığı ve referandum, 11'i yerel seçimler hariç tümü için, 6'sı yerel seçimler, cumhurbaşkanlığı ve milletvekilliği için imkan tanırken 67 ülke ise milletvekilliği ve referandum seçimleri için oy hakkı tanımaktadır (Unat vd., 2014: 6).

Yurt dışında yaşayan vatandaşların oy vermesi göç olgusuyla tartışılmaya başlamış bir konudur. Göç edenlerin yerleştikleri ülkelerden anavatanlarındaki seçimlerde söz hakkı sahibi olmaları istemeleri, anavatanları ile bağlarını sürdürülebilir hale gelmesi açısından da önemli olmuştur. Ülkeler her geçen gün farklı saiklerle yurt dışında yaşayan yurttaşlarına siyasal haklar tanıyarak, entegrasyon ve asimilasyon gerilimleri içerisinde vatandaşlarının anavatanalarıyla olan bağlarını da koparmamayı amaçlamaktadırlar (Yıldırım, 2016: 378-379). Bu tanımlar ve uygulamalara göre yurt dışında bulunan ülke vatandaşlarının oy kullanabilmesi demokratik haklar bakımından ve ülke diasporası bakımından olumlu görülüyor olsa da yurt dışında yaşayan seçmenlere oy hakkının tanınmasını eleştiren ve doğru bulmayan görüşler de mevcuttur. Grace (2007), bu görüşleri şu şekilde sıralamaktadır:

1-) Yurt dışında yaşayan seçmen oy kullandığı seçime dair sonuçlara anavatanında yaşadığı için katlanmamakta ve anavatanda oy kullanan kişilere göre daha az sorumluluk almaktadır.

2-) Yurt dışında yaşayan seçmen aday tanıtımlarına dair ve propagandalara dair bilgilenme noktasında eksik kalabilir ve bu bilgilerden yoksun olabilir. Grace'in (2007) bu düşüncesine Türkiye'den örnek vermek gerekirse 298 sayılı Seçmen ve Seçmen Kütükleri Kanunu'nda *"Yurt dışında ve yurt dışı temsilciliklerde seçim propagandası yapılamaz."* hükmü gösterilebilir. Dolayısıyla yurt dışında yaşayan seçmenler tanıtım ve propagandalardan mahrum kalabilmektedirler.

3-) Yurt dışında birbirinden bağımsız ve uzak yaşayan seçmenlere anavatandan seçim için ulaşmanın maliyeti yüksek olabilmektedir.

4-) Seçim idarecileri yetkilerinin kısıtlı olduğu uzak yerlerde seçim sandığı ve gizliliği konusunda sorunlar yaşayabilmektedir (Grace, 2007: 38).

Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından yurt dışında yaşayanlara yönelik oy kullanımları noktasında ise farklı yıllarda çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin 1961 tarihli 298 sayılı Seçmen ve Seçmen Kütükleri Kanunu'nda 1987 yılında yapılan değişiklik sayesinde yukarıdaki tanıma uyan vatandaşlar ilk kez oy kullanma hakkına sahip olmuştur (Anonim, 1961). Hala yürürlükte olan 1982 Anayasasında 1995 yılında 4121 sayılı Anayasa değişikliği ile eklenen Anayasa hükmüne göre, yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarının oy kullabilmesi anayasal güvenceye bağlanmıştır. Bu imkanın tanınması için de tüm yetkiler YSK'ye verilmiştir (Anonim, 1982: 67.Mad.). 2008 ve 2012 yıllarında 298 sayılı Seçmen ve Seçmen Kütükleri Kanunu'nda yapılan köklü değişiklikler sayesinde, yurt dışında yaşayan seçmenlerin YSK'nın önceden belirleyeceği yöntemler ile oy kullanabilmelerinin önü açılmıştır. Bu değişikler öncesinde, yani 2014 yılına kadar yurt dışında yaşayan vatandaşlar sadece havaalanları ve kara sınır kapılarındaki gümrüklerde kullanabilmiştir. Yurt dışı seçmenlerin bulundukları ülkeleri terk etmeden, Türkiye'nin yurtdışındaki diplomatik temsilciliklerinde oy kullandığı ilk uygulama ise, 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı ile seçimleri olmuştur.

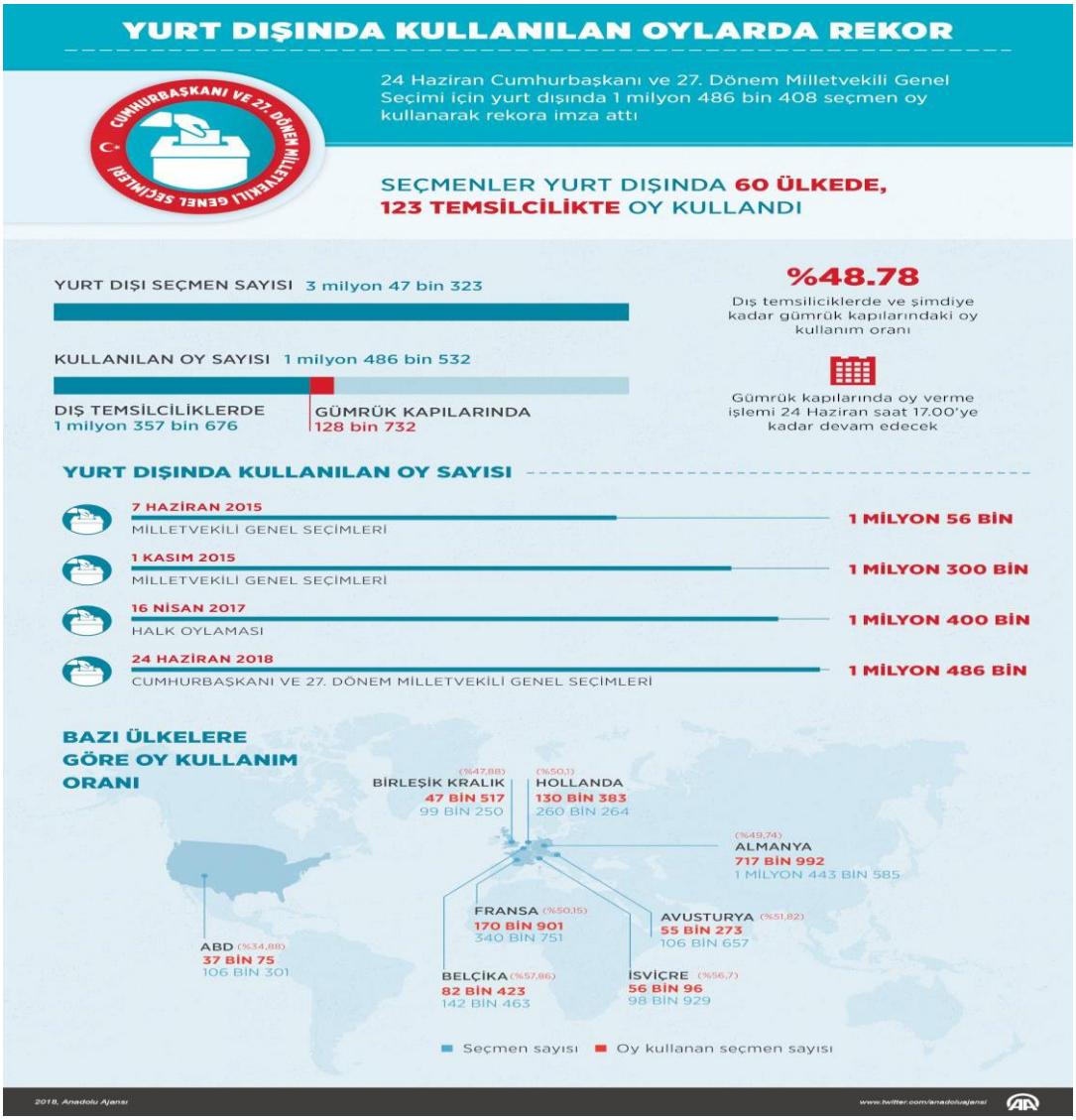
YSK'ya göre yurt dışında yaşayan seçmenlerin oy kullanabilmeleri için bazı kurallar belirlenmiştir. Öncelikle kişilerin "Yurt Dışı Seçmen Kütüğü"ne kayıt edilmesi gerekmektedir. Daha sonrasında ise, 4721 sayılı Türk Medeni Kanun'un 405,406 ve 407.maddeleri ile Türk Ceza Kanunu (TCK)'nın hükümlerinde bulunan oy kullanmaya engel suçlardan kesinleşmiş cezaları bulunan kişiler yurt dışında da oy kullanamazlar.

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı verilerine göre yurt dışında yaşayan 6,5 milyondan fazla Türk bulunmaktadır. Bunların 5,5 milyona yakını Avrupa'da yaşamaktadır (Dışişleri Bakanlığı, bt). Avrupa'da en fazla Türk vatandaşının yaşadığı ülke ise Almanya'dır. Dolayısıyla da Avrupa'da en fazla Türk seçmenin bulunduğu ülke de Almanya'dır. Almanya'da 2018 yılı Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy kullanma yeterliliğine sahip seçmen sayısı 1 milyon 443 bin 585 kişi olmuştur. Yine YSK verilerine göre en fazla oy kullanma noktasına sahip ülke de 13 temsilcilik ile doğal olarak

Almanya'dır. Almanya'yı Avrupa'da 6 ayrı temsilcilik ile Fransa izlerken, Fransa'da 340 bin 751 kayıtlı seçmen 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri için oy kullanma hakkına sahip olmuştur (YTB, 2018; AA, 2018).

Şekil 8'de Anadolu Ajansı'ndan Yiğit'in (2018) aktardığı bilgiye göre 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimleri aynı zamanda yurtdışından en fazla katılımın olduğu seçim olmuştur. Bu durum seçmenlerin siyasal katılımları noktasında da değişikliklere yol açmış, etkili olmuştur. Avrupa'da yaşayan Türkler; seçmen davranışlarından biri olan oy kullanma eylemini gerçekleştirmede her geçen gün pozitif artışa geçmişlerdir. Şekil 8' de belirtildiği üzere seçmenlerin oy kullanım sayıları her geçen artmaktadır. Bu artış 2014 yılında ilk kez yabancı temsilciliklerde oy kullanmaya başlayan yurt dışındaki Türk vatandaşlarının bu durumu önemsediğini ve siyasi katılıma her geçen gün ilgi gösterdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu sebeple siyasi katılımın ve demokrasinin en somut eylemlerinden biri olan oy kullanımının artışa geçmesi Türk siyaseti ve demokrasi açısından da bir kazanım olduğu belirtilebilir.

Şekil 8. *24 Haziran 2018 Yurt Dışında Kullanılan Oylar*



Kaynak: Yiğit, (2018).

24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleriyle birlikte yapılan 27.Dönem Milletvekili seçimlerinde, Avrupa'da katılımın en yüksek olduğu ülke yüzde 57,86 ile Belçika olurken, Belçika'yı sırasıyla yüzde 56,7 ile İsviçre ve yüzde 51,82 ile de Avusturya takip etmiştir.

3.1. AVRUPA'DAKİ TÜRK SEÇMENLERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Avrupa'da yaşayan Türk seçmenlerin davranışları ve seçmenleri etkileyen faktörler açısından yapılan çalışmalar çok sınırlıdır. Yapılan çalışmalarda genellikle Almanya üzerine yoğunlaştırılmış çalışmalardır. Çalışmamızın bu bölümünde resmi veriler, yapılan sınırlı çalışmalar gibi verilerden bilgi edinimi sağlanacaktır.

Avrupa'da yani yurt dışında yaşayan Türk seçmenlerin demografik yapıları kuşak değişimleri yaşandıkça daha da değişmekte ve karmaşıklaşmaktadır. Her yeni kuşak neslin bir öncekine göre mevcut ülkeye ve kültüre daha entegre yaşadığı düşünülmektedir. Göle'ye (2012) göre; Avrupa'da yaşayan Türklerden ilk kuşaklar daha derli toplu ve dayanışma içerisinde yaşarken, sonraki günümüze ulaşan kuşakların diasporal anlamda bir birliktelik içerisinde oldukları görülmemektedir. Ayrıca, bu kuşaklar kendilerini "Türkiye Göçmeni" olarak adlandırmakta kendileri için "Türk Vatandaşı" kavramını kullanmamaktadırlar (Göle, 2012: 142– 143).

Bu yapı ilk zamanlar Avrupa'da yaşayan Türk seçmenlerin oy davranışlarına da yansımıştır. Avrupa'da ilk kez 2014 yılında yurt dışında birçok temsilcilikte oy kullanma olasılığı olmasına karşın seçimlere katılım yüzde 10'larda kalmıştır. Ancak, 2014 yılındaki seçimlerde seçmenlere uygulanan randevulu oy kullanma sistemi de katılımın düşük olmasındaki en önemli sebeplerin başında gelmektedir. Sistemin belirli bir bilgisayar ve dijital bilgi gerektirmesi zorlukların yaşanmasına neden olmuştur. Yine bu randevu sisteminin kolay anlaşılabilir olmadığı da eleştiriler arasında yer almıştır. Yapılan bazı araştırmalarda seçmenlerin randevulu sistem nedeniyle belirlenen tarih ve saatte oy verme yerinde olması gereken kişilerin başka hiçbir şekilde oy kullanamadığı için mağdur olduklarını, farklı aile bireylerine farklı gün ve tarih verildiğini dolayısıyla ekstra zaman ve maddi külfete sebebiyet verildiğini, konsolosluklardan yeterince bilgi alınamadığı tespit edilmiştir. Konsolosluk görevlileri ise o dönem yaşanan sorunların YSK'dan kaynaklandığını ifade ederek üstlerine düşen görevleri yerine getirdiklerini ifade etmişlerdir (Unat vd., 2014: 21-22).

***Şekil 9**.Avrupa'da En Fazla Seçmen Sayısına Sahip Ülkelerde Seçimlere Katılım Oranları (2014)*

	Seçmen sayısı	Kullanılan toplam oy	Ev sahibi ülkedeki seçim sandıklarında seçmen katılım oranı (%)	Sınır kapılarında seçmen katılım oranı (%)
Almanya	1.383.040	112.705	8,15	10,79
Fransa	298.839	24.970	8,36	11,57
Hollanda	240.315	17.338	7,21	13,30
Belçika	127.514	8.067	6,33	13,71
Avusturya	105.478	10.507	9,96	11,54
KKTC	92.171	11.144	12,09	4,85
İsviçre	88.748	8.790	9,90	13,00
ABD	88.555	10.450	11,80	5,43
İngiltere	79.614	5.105	6,41	8,06
Avustralya	40.406	4.254	10,53	2,19

Kaynak: Unat vd., (2014).

Şekil 16'da görüldüğü üzere, en fazla seçmenin bulunduğu Almanya'da temsilciliklerde seçimlere katılım yüzde 8,15'de kalırken; Fransa'da yüzde 8,36, Hollanda'da ise yüzde 7,21 olmuştur. Bu durum 2014 yılındaki seçmen davranışları hakkında bize bilgi vermektedir. 2014 yılında Avrupa'da oy davranışlarının siyasi katılım anlamında düşük olduğu, seçmenlerin genel anlamda seçime katılmaktan imtina ettiği anlaşılmaktadır. Bu duruma eleştiri getiren Unat ve arkadaşları (2014); diğer göçmen topluluklarında bulunan 'oy verme yoluyla güçlenme' eğiliminin Türk toplumunda henüz kayda değer bir aşamaya gelmediğini belirtmiştir. Unat ve diğerlerinin (2014) yurt dışında yaşayan Türk seçmenlerin davranışları hakkında bazı tespitleri ve bulguları da bulunmaktadır. Unat yurt dışında yaşayan seçmenlerin Türk siyasetindeki kutuplaşmadan rahatsız olduğunu belirtmiştir. Bununla beraber, çoktan belirlenmiş siyasi bir tarafa ait olmak zorunda olma hissi de yurt dışında yaşatan Türk toplumlarına rahatsız etmektedir. Yapılan bir araştırmada Avrupa'da yaşayan Türk seçmenleri etkileyen başlıca faktörlere bakıldığında ise şu sonuçlara ulaşılmaktadır (Unat vd., 18-30): *Kuşak farklılıkları, kadın seçmenler, eğitim seviyesine bağlı farklılıklar, sivil toplum kuruluşlarının rolü ve kültürel kimlik.*

Kuşak farklılıkları: İlk ve ikinci kuşaktan oluşan 40 yaş ve üstü seçmenler gündemi ve siyaseti uydu üzerinden TV, sosyal medya ve benzeri kitle iletişim araçları ile Türkiye'ye ait gündemi takip etmektedirler. Bu gündem ve siyaset takibi sonucunda eğilimler ve davranışlar sergileyen birinci ve ikinci kuşak Türkler, üçüncü kuşak ile başlayan günümüz kuşağından ayrılmaktadırlar. Üçüncü ve dördüncü kuşaklar kendilerini Avrupalı olarak tanımlamanın yanı sıra Türkiye siyasetinden uzakta kaldıklarını ifade etmektedirler. Üçüncü ve dördüncü kuşak Türkiye siyaseti üzerine eğilimlerinde AK Parti ve HDP üzerinden ağırlıklı davranış sergilemektedirler.

Kadın seçmenler: Sosyal hiyerarşi, eğitim ve meslek konusunda Türk toplumunda erkeğe göre daha farklı olan kadın aile bireyleri ve özellikle çocuklar üzerinde etkili bireydir. Türk toplumunda her ne kadar 'ataerkil' toplum ile 'baba' rolü ön planda görülüyor olsa da evdeki 'anne'nin rolü çocuklar üzerinden her daim etkili bir rol olmuştur. Bu yüzden de ailedeki annenin, dolayısıyla kadının rolü yadsınamaz bir gerçektir. Bununla beraber kadınların toplumsal istihdama katılımlarının düşük olması özellikle ilk iki kuşak kadınların siyasetle ilgilenmesinde önemli bir etkendir. Avrupa'daki kadın seçmenlerin eğilimleri AK Parti üzerinde yoğunlaşırken bu tercihlerden de gurur duyulmaktadır. Son iki kuşağın ise CHP ile HDP üzerinde eğilim gösterdikleri görülmüştür.

Eğitim seviyesine bağlı farklılıklar: Türk göçmenler hem Avrupa'da hem da Almanya'da en büyük göçmen topluluğu olduğunu daha önceki bölümlerde ifade etmiştik. Ancak bu büyük göçmen grubuna rağmen eğitim seviyeleri anlamında Türkler geride kalmışlardır. Türkler örneğin Alman eğitim sistemi içerisinde en üst seviyelerde sayılan 'Gymnasium ve Gesamtschule' de çok az kişiyle temsil edilmektedirler. Bunun sebeplerinin başında entegrasyonun tam sağlanamamış olması da etkilidir. Türklerin özellikle ilk kuşaklardan gelen işçi ailelerin çocukları olmaları nedeniyle ortaya çıkan doğal statü sonraki nesillerinden eğitimden biraz uzaklaşmalarına da sebebiyet verdiği söylenebilir. Eğitim seviyesinin yükseldikçe Alman siyasetine daha fazla ilgi görüldüğü ve Türk siyasetinden uzaklaşıldığı tespit edilmiştir. Özellikle yüksek öğrenimde eğitim alanların Alman siyasetini benimseyip takip ettikleri görülmüştür.

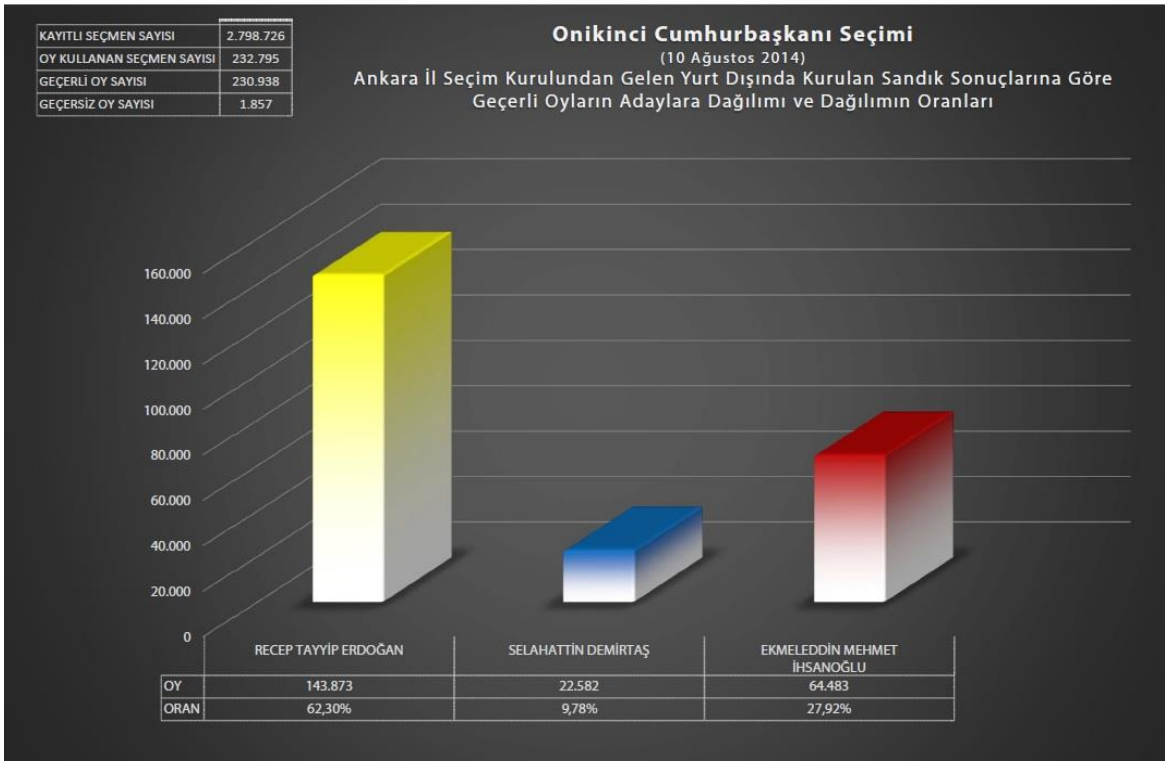
Sivil toplum kuruluşlarının rolü: Türk siyasi partilerinin Avrupa'da özellikle de Almanya sınırları içerisinde örgütlenmeleri yasal ve hukuki değildir. Bu yüzden Türkiye'deki bütün siyasi partiler çeşitli sivil toplum kuruluşları tabelalarının altında örgütlenerek bu STK ları propaganda amaçlı olarak kullanmaktadırlar. Örneğin; Ak

Parti'nin Avrupalı Türk Demokratlar Birliği (UETD) adı altında örgütlendiği görülürken, CHP'nin ise CHP Berlin Birliği gibi bir örgütlenme biçimine gitmişlerdir. Bu yüzden Avrupalı seçmenler kendilerine yakın olarak gördükleri sivil toplum kuruluşlarla birlikte olarak seçmen davranışları şekillendirmede bu STK'larda etkilendikleri söylenebilir. Partiler misyon ve hedeflerini STK'lar üzerinden gerçekleştirerek seçmenlere ulaşır ve propaganda yapar. Burada amaçlanan seçmenlerin davranışlarını kendilerinin lehine çevirmede başarılı olmaktır.

Kültürel Kimlik: Avrupa'da yaşayan seçmenlerin kendilerini tanımladıkları kültürel kimlik davranışları açısından büyük önem taşıdığı düşünülmektedir. Örneğin; MHP'ye ve CHP'ye oy veren seçmenlerin kendilerini önce 'Türk' olarak tanımladıkları tespit edilmiştir. Ancak, MHP'li seçmenlerin tanımladığı 'Türk' kimliği 'etnik' kimliği ifade ederken, CHP'li seçmenin tanımladığı 'Türk' kimliği daha çok 'ulusal kimlik' olarak görüldüğünü söyleyebiliriz. Bununla birlikte Ak Parti'ye oy veren seçmenlerin kendilerini Müslüman olarak tanımlayıp bu Müslümanlığı Türk kimliği ile birlikte kategorize ettikleri görülmüştür. Dolayısıyla kültürel kimlikler bağlamında da seçmenlerin davranış sergiledikleri Avrupa'da yaşayan seçmeni etkileyen faktörler arasında değerlendirilebilir.

Şekil 9'da görüldüğü üzere ise; 10 Ağustos 2014 CB seçimlerinde yurt dışında toplam 232 bin 795 geçerli oy kullanılmıştır. Bu oy sayısının yüzde 62,3'üne tekabül eden 143 bin 873 oyu Recep Tayyip Erdoğan alırken; diğer adaylardan Ekmeleddin Mehmet İhsanoğlu yüzde 27,92 ile 64 bin 483 oy sayısında kalmış, Selahattin Demirtaş ise yüzde 9,78 oranında oy ile 22 bin 582 oy almıştır.

Şekil 9.*Onikinci Cumhurbaşkanı Seçimi Yurt Dışı Sonuçları*



Kaynak: YSK, (2014).

Yurt dışı oyların dağılımına baktıktan sonra ise aynı seçimde yurt içindeki oyların dağılımlarına, benzerliklerine ve farklılıklarına bakmanın araştırmanın ana yapısına uygun düşeceğini düşünülmektedir. Ayrıca, bu durumda yurt dışındaki oy oranlarının adaylar ve partiler bağlamında önemi de ortaya çıkmış olacaktır. 10 Ağustos 2014 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin oy dağılımı ve oy oranları şekil 20'de gösterilmiştir. Buna göre; adaylardan Recep Tayyip Erdoğan yurt içindeki toplam geçerli oy olan 40 milyon 19 bin 352 oy sayısının yüzde 51,65 oranı, yani 20 milyon 670 bin 826 oy ile yine birinci sırada yerini korumuştur. İkinci sıradaki aday Ekmeleddin Mehmet İhsanoğlu yüzde 38,57 oy alırken, Selahattin Demirtaş ise yüzde 9,78 oy oranında kalmıştır (Şekil 10).

Bu durum Erdoğan'ın yurt dışındaki oy oranlarının hem Almanya özelinde hem de yurt dışı genelinde yurt içi oy oranlarından fazla olduğunu tespit etmemize olanak sağlamıştır. Erdoğan yurt dışında aldığı oy oranları sayesinde yurt içindeki oy oranlarının da üzerine çıkmıştır. Seçimin ikincisi Ekmeleddin Mehmet İhsanoğlu ise, hem Almanya özelinde hem de yurt dışı genel toplamına bakıldığında yurt içinde aldığı oy oranının gerisinde kalmıştır. Diğer aday Selahattin Demirtaş'ın oy oranlarında ise ciddi farklılıklar bulunmamaktadır (Şekil 10).

Şekil 10. *10 Ağustos 2014 CB Seçimleri Yurt İçi Sonuçları*

A) YURT İÇİ SEÇİM SONUCU:

KAYITLI SEÇMEN SAYISI (Cezaevi Dahil)	52.894.115
OY KULLANAN SEÇMEN SAYISI	40.753.492
GEÇERLİ OY SAYISI	40.019.352
GEÇERSİZ OY SAYISI	734.140
SEÇİME KATILMA ORANI	%77.05

Geçerli oyların seçime katılan adaylara dağılımı ve bu dağılımın oranları

ADAYIN ADI SOYADI	OY	ORAN (%)
RECEP TAYYİP ERDOĞAN	20.670.826	%51.65
SELAHATTİN DEMİRTAŞ	3.914.359	%9.78
EKMELEDDİN MEHMET İHSANOĞLU	15.434.167	%38.57
GENEL TOPLAM	40.019.352	100%

Kaynak: YSK, (2014).

24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı ve 27.Dönem Milletvekilliği Genel Seçimlerine baktığımızda ortaya çıkan tabloda yurt dışında ve Avrupa'daki seçmenin açık ara Recep Tayyip Erdoğan'a oy verdiği görülmüştür. Yurt dışında bulunan toplam 3 milyon 49 bin 65 kayıtlı seçmenin yüzde 50,07'si seçimlere katılmış, yüzde 59,4'ü Recep Tayyip Erdoğan'a oy verirken, yüzde 25,76'sı Muharrem İnce'yi, yüzde 11,06'sı Selahattin Demirtaş üzerine eğilim göstermişlerdir.

24 Haziran 2018 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimleri ise, randevulu sistemin son bulduğu herkesin rahatça diplomatik temsilciliklerde oy kullanabildiği bir seçim olmuştur. 2014 seçimlerinde yaşanan sistemsel sıkıntılar ve fiziki sorunlar 2018 yılında yapılan seçimlerde büyük ölçüde çözülmüştür. Bu durum seçime katılım oranlarına da yansımıştır. Vatandaşların ikinci kez diplomatik temsilciliklerde CB seçimleri için oy kullanmasına rastlayan bu seçimde katılım yurt dışı genel toplamında diplomatik temsilcilikler ve gümrük kapıları dahil yüzde 50,14 oranında gerçekleşmiştir.

Şekil 11.*24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Yurt Dışı Temsilcilikler ve Gümrük Kapısı Oyları*

B) YURT DIŞI SANDIKLARI SEÇİM SONUCU

KAYITLI SEÇMEN SAYISI	3.044.837
OY KULLANAN SEÇMEN SAYISI	1.358.584
GEÇERLİ OY SAYISI	1.341.218
GEÇERSİZ OY SAYISI	17.366
SEÇİME KATILMA ORANI (%)	% 44,62

Geçerli oyların seçime katılan adaylara dağılımı ve bu dağılımın oranları

ADAYIN ADI SOYADI	OY	ORAN (%)
MUHARREM İNCE	328.934	% 24,53
MERAL AKŞENER	36.896	% 2,75
RECEP TAYYİP ERDOĞAN	807.974	% 60,24
SELAHATTİN DEMİRTAŞ	157.111	% 11,71
TEMEL KARAMOLLAOĞLU	7.730	% 0,58
DOĞU PERİNÇEK	2.573	% 0,19
GENEL TOPLAM	1.341.218	% 100,0

C) GÜMRÜK KAPILARI SEÇİM SONUCU

TOPLAM KAYITLI SEÇMEN SAYISI	3.044.837
TOPLAM OY KULLANAN SEÇMEN SAYISI	168.031
TOPLAM GEÇERLİ OY SAYISI	165.325
TOPLAM GEÇERSİZ OY SAYISI	2.706
SEÇİME KATILMA ORANI	% 5,52

Geçerli oyların seçime katılan adaylara dağılımı ve bu dağılımın oranları

ADAYIN ADI SOYADI	OY	ORAN (%)
MUHARREM İNCE	59.599	% 36,05
MERAL AKŞENER	8.276	% 5,01
RECEP TAYYİP ERDOĞAN	86.611	% 52,39
SELAHATTİN DEMİRTAŞ	9.293	% 5,62
TEMEL KARAMOLLAOĞLU	1.092	% 0,66
DOĞU PERİNÇEK	454	% 0,27
GENEL TOPLAM	165.325	% 100,0

Kaynak: YSK, (2018).

Bu oran 2014 seçimlerindeki katılım oranlarının çok üzerinde bir katılımın olduğunu bizlere göstermiştir. Yurt dışındaki vatandaşların 2014 yılından önce de gümrük kapılarında oy kullanabilmesinin mümkün olması; diplomatik temsilciliklerde ise ilk kez 2014 yılında oy kullanabilmesinden ötürü araştırmamızda yerleşik vatandaşların diplomatik temsilciliklerde oy kullanma oranları üzerinden analiz yapılacaktır. Bu bağlamda; yurt dışındaki seçmenlerin 2018 yılındaki CB seçimlerine katılım yine YSK verilerine göre, 3 milyon 44 bin 837 kayıtlı seçmenden 1 milyon 358 bin 584 kişi ile yüzde 44,62 olarak gerçekleşmiştir (Şekil 11). Bu oran 10 Ağustos 2014 yılındaki CB seçimlerinde 8,37 olarak gerçekleşmiştir. Aradan geçen 4 yılda yapılan sistemsel değişiklikler ve düzenlemeler, dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmeler katılım oranlarını arttırmıştır.

10 Ağustos 2014 tarihli Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde yurt dışı oyların 143 bin 873 ile yüzde 62,3'nü alan Erdoğan; 24 Haziran 2018 yılındaki Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde ise yurt dışındaki diplomatik temsilciliklerde geçerli oyların 807 bin 974'ü ile yüzde 60,24 oy oranına ulaşmıştır.

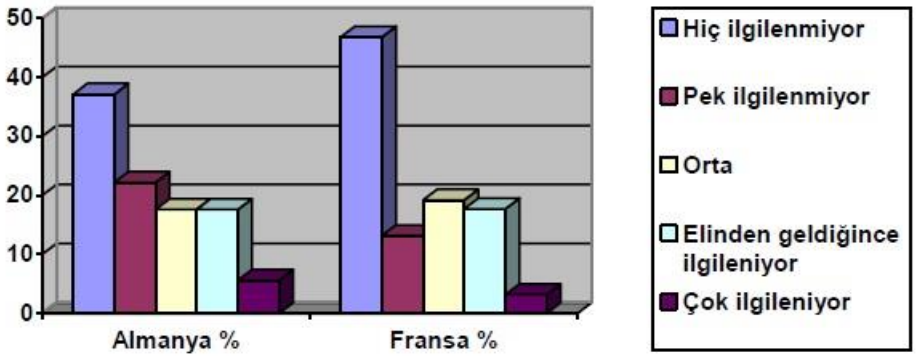
3.2. TÜRK SEÇMENLERİN AVRUPA SEÇİMLERİNDEKİ OY DAVRANIŞLARI

Yurt dışında, bulunduğu ülkede bulunduğu ülkenin seçimleri için oy kullanma hakkına sahip vatandaşlarımız açısından yapılan araştırmalar oldukça kısıtlıdır. Yurt dışında en fazla Türk seçmenin bulunduğu ülkenin Almanya olması nedeniyle yapılmış çalışmalar da Almanya ile sınırlı kalmıştır. Bununla beraber Fransa'daki Türklerin oy eğilimlerine dair kısıtlı araştırmalar da bulunmaktadır. Ayrıca, köken araştırmasının zorlaştırıcı olması ve bazı ülkelerin kayıt tutmuyor oluşu da hangi ülkede kaç Türk vatandaşının oy kullanma imkanına sahip olduğu net olarak belirlenememektedir.

TBMM İnsan Hakları İnceleme Komisyonu tarafından 2009 yılında yayımlanan rapora göre Fransa'da 84 bin civarında çifte vatandaşımız bulunmaktadır. Ancak, Fransa'nın nüfus istatistiklerinde köken belirtilmemiş olması, Fransa'da yaşayan Türklerin de, vatandaşlık kazanımlarını konsolosluklarına bildirmiyor olmaları nedeniyle tam sayının sağlıklı bir şekilde bilinmesinin zorluğu belirtilmiştir (TBMM, 2019: 3). Bu durum Fransa'da oy kullanma hakkına sahip 80 binin üzerinde Türk olduğunu bizlere göstermiştir. Fransa'da oy hakkı olan ve söz sahibi 80 bin Türk'ün oy eğilimlerinin nasıl olduğuna dair yapılan çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Şekil 12'de, Almanya ve Fransa özelinde yapılan çalışmaya göre katılımcılara *Almanya/Fransa'daki siyasetle ne ölçüde ilgileniyorsunuz?* Sorusu yöneltilmiştir. Almanya/Fransa'daki Türklerin siyasete ilgi düzeyler neredeyse yüzde 20 bandında kalmıştır. Almanya/Fransa'da yaşayan Türklerin bulundukları ülkede siyasete ilgisizlik düzeyleri ise yüzde 60'ları bulmaktadır.

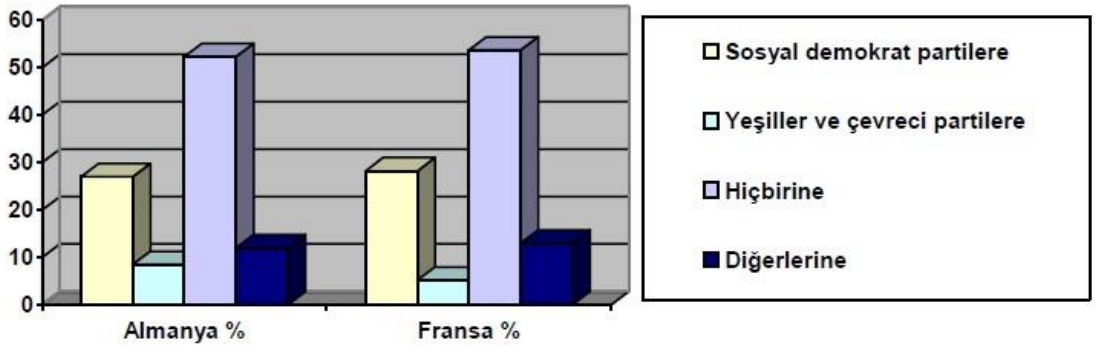
Şekil 12. *Almanya/Fransa'daki Türk Kökenli Seçmenlerin Bulundukları Ülkedeki Siyasetle İlgilenme Düzeyleri*



Kaynak: Kaya ve Kentel, (2005: 44-45).

Diğer yandan; Almanya/Fransa'da bulunan seçmenlerin oy eğilimlerine dair çalışmadaki sonuçlar da Şekil 13'te sunulmuştur.

Şekil 13*. Almanya/Fransa'da Kendinizi Hangi Partilere Daha Yakın Hissediyorsunuz?*



Kaynak: Kaya ve Kentel, (2005: 44-45).

Şekil 13'e göre Almanya ve Fransa'da yaşayan Türk kökenli seçmenler sol partilere karşı oy eğilimlerinde bulunmaktadırlar. Şekil 13'de Almanya'daki Türk kökenli seçmenlerin yüzde 25'e yakını sosyal demokrat partilere eğilim gösterirken Fransa'da da durum farklı değildir. Fransa'daki Türk kökenli seçmenler yüzde 30'a yakın bir oranla kendilerini sosyal demokrat partilere yakın hissetmektedirler.

Sonuç olarak Avrupa'da çifte vatandaş olduğu için ve/veya göç ettiği ülkenin vatandaşlığına geçen Türk kökenli yurttaşların Avrupa'daki seçimlerde eğilimlerini sol partilerden yana kullandıklarını söyleyebiliriz. Sol partilerden yana ve sosyal demokrat

partilerden yana tavır takınan seçmenin birincil önceliği de ayrımcılık karşıtı özgürlükçü politikalar arayışında olmasıdır. Ancak, yurt dışında yaşayan Türk kökenli vatandaşların Türkiye'ye karşı aidiyet duygularını kaybetmediklerini tespit eden göstergelerde mevcuttur. Örneğin; 2014 yılından itibaren Türkiye'deki seçimlerde temsilcilikler aracılığıyla oy kullanmaya başlayan Türk seçmenler her seçimde katılım oranlarını arttırarak bu iddiamıza da dayanak teşkil etmişlerdir.

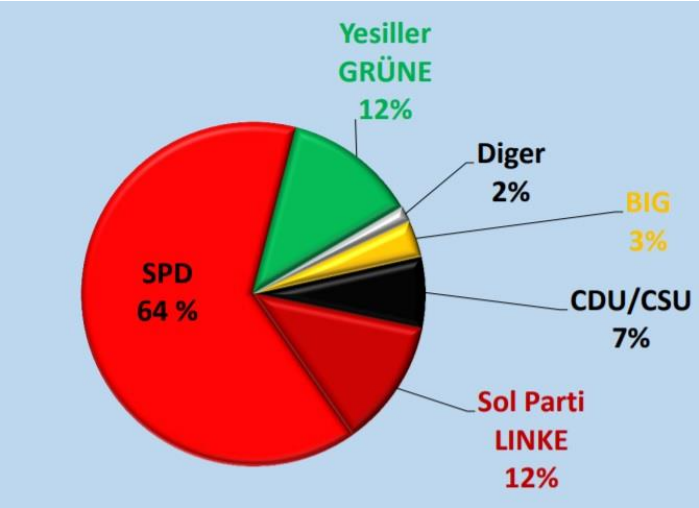
3.2.1. Almanya'daki Türk Kökenli Seçmenlerin Almanya Federal Meclisi [Bundestag] Seçimlerindeki Oy Davranışları

Almanya Federal Seçim Kurulu; 24 Eylül 2017 yılında yapılan Almanya Federal Meclisi seçimlerinde ortalama 720 bine yakın Türk kökenli seçmenin sandık başına gideceğini açıklamıştır. Seçmen gruplarının köklerine ilişkin istatistiki bilgi bulmanın zor olduğunu belirten Almanya Federal Seçim Kurulu 720 bin Türk kökenli seçmenin olduğunu söylemiştir. Diğer yandan aynı seçimde oy kullanacak Türk seçmen sayısına dair 1 milyon 220 bin kişi olduğuna dair ve 900 bin kişi olduğuna dair çeşitli kaynaklarda bulunmaktadır (DW Türkçe, 2017; Handelsblatt, 2017). Erdoğan'ın (2013) ifade ettiğine göre ise; 2013 yılında yapılan seçimlerde Türk asıllı oy kullanma hakkına sahip Alman vatandaşı sayısı 950 bin civarındadır (Erdoğan, 2013: 13).

Almanya'da Türk kökenli oy kullanma hakkına sahip vatandaş sayısının 700 bin ila 1 milyon arasında olduğunu düşünebiliriz. Bu sayı 62 milyona yakın seçmeni olan Almanya'nın yüzde 1,5'ine denk gelecek bir seçmen sayısıdır. 2013 yılında Almanya Federal Meclisi Bundestag'ta 631 milletvekilinin 11'i Türkiye kökenli olması ise bu oranın yüzde 1,7 olması nedeniyle dikkat çekici olmuştur. Türklerin seçimlere katılım oranı da önemli bir veriyi oluşturmaktadır. 22 Eylül 2013'teki seçimlerde Almanya genelinde seçimlere katılım oranı yüzde 71,5 olurken Türkiye kökenlilerin katılımı yüzde 70 düzeyinde olmuştur (Erdoğan; 2013: 13-17).

Yapılan araştırmalarda seçmenlerin Almanya'da sol ağırlık oy eğiliminde bulunduğu tespit edilmiştir. Şekil 14'de Türk asıllı Alman vatandaşlarının oy davranışlarını gösterilmiştir. Buna göre; Türk kökenli seçmenlerin yüzde 64'ü merkez sol parti olan SPD'yi tercih etmiştir.

Şekil 14*. Seçimlerde Hangi Partiye Oy Verdiniz?*



Erdoğan, (2013: 26).

Türk kökenli Almanya'da oy kullanma hakkı olan vatandaşların Almanya ile Türkiye arasındaki ilişkilerden etkilenerek oy eğilimlerini değiştirdiğine dair düşünceler de mevcuttur. Bu görüşe en büyük dayanak ise; Eylül 2017'de yapılan Almanya Federal Meclisi seçimlerinin sonuçları olmuştur.

Şekil 15*.Almanya'daki Seçimlerde Tercih Konusunda Türkiye - Almanya İlişkilerinden Etkilenme Durumu*

Kaynak: Erdoğan, (2013: 37).

Şekil 15'te, Türk kökenli seçmenlerin Almanya'da oy tercihlerini yaparken Türkiye ile ilişkileri de dikkate aldığına dair bir görüş ortaya konduğu görülmektedir. 2013 yılında yapılan bu araştırmada Alman vatandaşı Türklerin, Türkiye ile ilişkileri

düşünerek oy vermelerinin yanı sıra Almanya hak ve çıkarlarını da düşündükleri tespit edilmiştir.

2017'de yapılan Almanya Federal Meclisi seçimleri öncesinde Almanya – Türkiye ilişkilerinde tartışılan birçok konu bulunuyordu. Özellikle Almanya seçim dönemine girdiği esnada Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından geliştirilen söylemler hem eleştiri konusu olmuş hem de Türk seçmenleri etkilediği düşünülmüştür. Erdoğan Türkiye karşıtı politika geliştiren partilere karşı *"Almanya'daki bütün soydaşlarıma diyorum ki sakın bir yanlışa düşüp de bunları desteklemeyin. Ne Hristiyan Demokratları ne SPD'yi ne Yeşiller'i. Bunların hepsi Türkiye düşmanıdır. Orada şu anda Türkiye'ye karşı düşmanlık yapmayan siyasi partilere gerekli desteği verin"* söylemiyle Türkiye kökenli seçmenlerin oy eğilimlerini belirlemesinde etkili olmaya çalışmıştır. Bu söylem Alman siyasetinde tepki çekmiş ve reddedilmiş olsa da Almanya'da partilerin Türk karşıtı söylemler geliştirdiği bir gerçektir. Sayıları 1 milyona yakın seçmen ile en büyük göçmen grubunu oluşturan Türk seçmenlerin 2017 yılındaki seçimlerde tepki oyları vereceği tahminler yapılmıştır. Nitekim bu teoriyi doğrulayan araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Data4u isimli düşünce kuruluşu yaptığı araştırmada 2030 yılında Türkiye kökenli seçmenlerin Almanya'da iki katına çıkacağı tahmininde bulunmuştur. Data4u'ya göre; Türk kökenli seçmenler, Erdoğan'ı milli gururları ve vatan bağlarının temsilcisi olarak görmektedirler. Bu yüzden de Erdoğan'ın söylemlerinin Türk kökenli seçmenleri etkilemesi muhtemeldir (Ayvaz, 2017: 30; Oda TV, 2017).

Erdoğan'ın söylemlerinin ve Alman siyasi partilerinin Türk karşıtlığı söylemlerinin etkisi 2017'de görüldüğü tespit edilmiştir. Duisburg-Essen Üniversitesi ile Köln Üniversitesi'nin birlikte gerçekleştirdiği araştırmada; Türklerin Eylül 2017'deki Almanya seçimlerinde oy verdiği partilerin dağılımı şu şekilde olmuştur. Almanya'daki Türk kökenlilerin yüzde 35'i merkez sol partisi SPD'ye, yüzde 20'si merkez sağ partilerinden Hristiyan Demokrat Parti (CDU/CSU)'yu, yüzde 16'sı ise Sol Parti (DIE LINKE)'yi tercih etmiştir (Perspektif, 2018). Buradan da anlaşılacağı üzere Türklerin yüzde 70'e yakın destek verdiği SPD'nin Türk kökenliler nezdindeki oyu yüzde 35'lere düşmüştür.

3.3. CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİNDE ALMANYA'DAKİ TÜRK SEÇMENLERİN DAVRANIŞI ANALİZİ

Yurt dışında yaşayan Türk seçmenlere yönelik yapılan çalışmaların ve özellikle de Avrupa'da yaşayan seçmenlere yönelik yapılan çalışmaların azlığı sebebiyle çalışmamız resmî kurumların raporları ve benzeri kaynaklardan fazlaca yararlanmaktadır. Yaptığımız bu çalışma sayesinde literatüre ve kaynaklara ilave olarak katkı sağlamayı da hedeflemekteyiz. Ancak, Avrupa'daki Türk seçmenler üzerine ki özellikle de Almanya özelinde en kapsamlı çalışma Unat ve arkadaşları (2014) tarafından yapılmıştır. Unat ve arkadaşları yaptıkları çalışmada 2014 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin detaylı analizini yapmışlardır (Unat vd., 2014).

2018 YSK verilerine göre; Almanya'daki Türk seçmenler, yurt dışındaki 3 milyon 44 bin 837 seçmen içerisinde 1 milyon 441 bin 760 kişi ile toplam yurt dışı seçmen nüfusunun yüzde %47,4'ünü oluşturmaktadır. Bu durum Almanya'daki seçimlerin adaylar ve partiler açısından önemini ortaya koymaktadır. Bununla beraber, yurt içi ve yurt dışı toplam kayıtlı 59 milyon 367 bin 469 seçmen içerisinde de yüzde 2,5 ile de Almanya'nın önemi ortaya çıkmaktadır. Almanya eğer Türkiye'de bir il olarak değerlendirilecek olsa kayıtlı seçmen sayısı ile en fazla kayıtlı seçmene sahip 8.il konumunda olmaktadır. Almanya'nın seçmen sayısı olan 1 milyon 441 bin 760'a en yakın seçmen sayısı ise 1 milyon 503 bin 411 seçmen sayısı ile Konya ilidir. Hangi ilin kaç milletvekili çıkaracağı ise hukukumuzda yer alan 2819 sayılı Milletvekili Seçimi Kanunu ile tespit edilmektedir. Kanunun 4.maddesinde "*İllerin çıkaracağı milletvekili sayısının tespitinde toplam milletvekili sayısından (...) her il'e önce bir milletvekili verilir. Son genel nüfus sayımı ile belli olan Türkiye nüfusu, birinci fıkradaki illere verilen milletvekili sayısı çıkarıldıktan sonra kalan milletvekili sayısına bölünmek suretiyle bir sayı elde edilir. İl nüfusunun bu sayıya bölünmesi ile her ilin ayrıca çıkaracağı milletvekili sayısı tespit olunur."* İbaresi illerin çıkaracağı milletvekili tespitinde yöntem olarak kullanılmaktadır. Almanya'ya en yakın seçmen sayısının Konya ili olduğunu belirtmiştik. Bu kapsamda, kanun hükmüne göre Konya iline 2018 genel seçimlerinde YSK tarafından 15 milletvekili çıkarma hakkı tanınmıştır. Bu durum bizlere Almanya'nın seçimlerdeki etkisi konusunda da araştırmamıza ışık tutmaktadır. Almanya Türkiye Cumhuriyeti toprakları içerisinde bir vilayetimiz olsaydı mecliste 15 milletvekili ile temsil edilecek büyüklükte ve etkide bir ilimiz olacaktır. Dolayısıyla Almanya seçimlerde hem adaylar

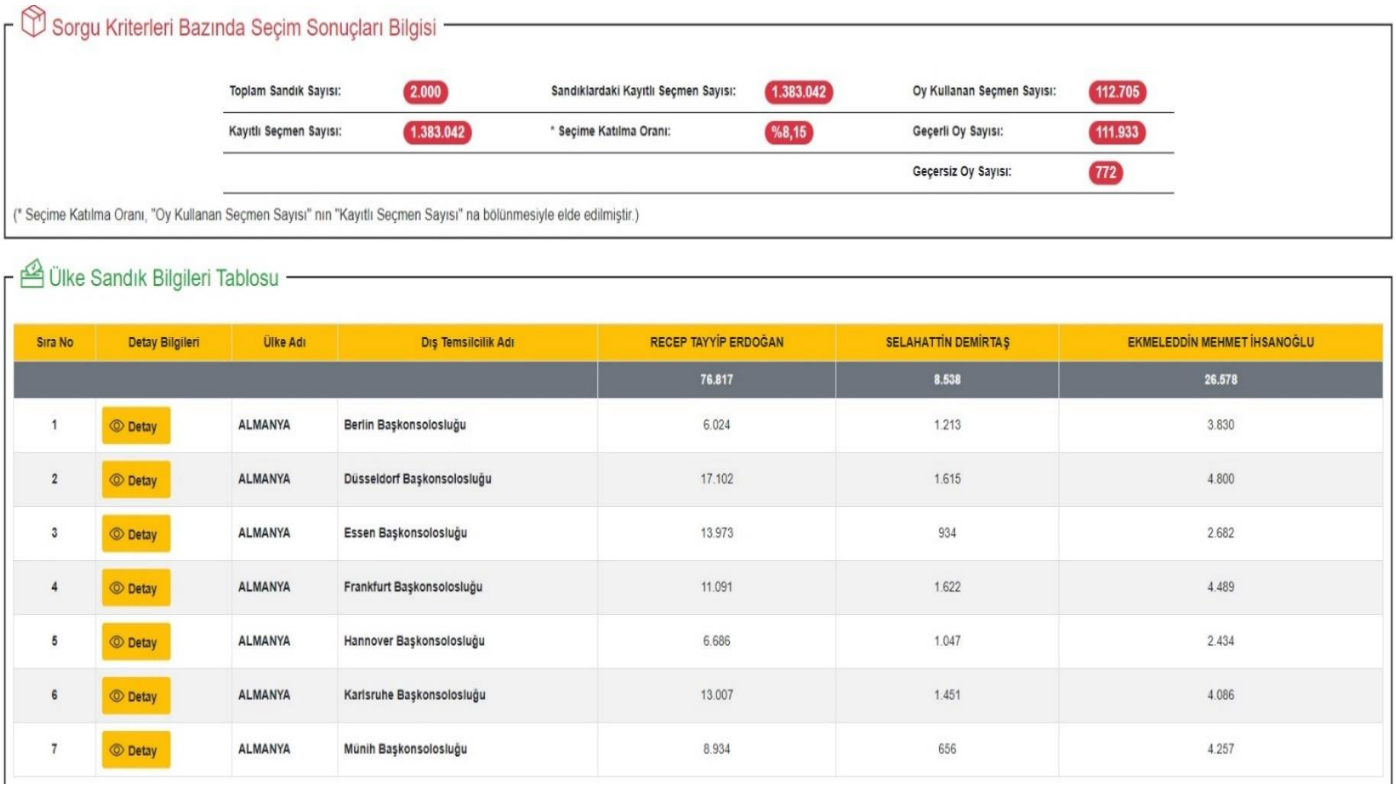
hem siyasi partiler hem de Türk siyaseti açısından önemli bir yerde bulunmaktadır (YSK, 2018; Anonim, 1983: Mad.4).

Avrupa'nın en fazla Türk nüfusuna ev sahipliği yapan Almanya'da yerleşik Türk vatandaşları diğer ülkelerdeki yurt dışı vatandaşları gibi 2014 yılında ilk kez bulundukları ülkede diplomatik temsilcilikler aracılığıyla oy kullanma hakkına sahip olmuşlardır. 2014 yılındaki uygulamanın ilk olması, randevu sistemi ile oy kullanılması ve seçmenler üzerinde yeterli etkinin sağlanamaması açısından katılım oldukça düşük olmuştur. Yurt içindeki katılım oranı yüzde 74,1 olurken yurt dışındaki katılım oranı 8,3 olmuştur. Almanya'da ise bu oran yüzde 8,15'te kalmıştır. Katılım oranın düşüklüğünün sebeplerinden biri de seçimin 10 Ağustos 2014'te yani yaz dönemi içerisinde yapılmış olmasıdır. Yaz ayları içerisinde halihazırda yurt dışındaki yerleşik vatandaşların tatil zamanlarıyla çakışmış olması da katılımı negatif yönde etkilemiştir. Son olarak, yurt dışındaki seçim günlerinin 31 Temmuz – 3 Ağustos tarihleri arasında kısa bir süre için sınırlandırılması katılıma negatif yönde etki etmiştir (Unat vd., 2014: 10).

Şekil 16'de görüldüğü üzere; bize en doğru bilgiyi verecek olan YSK'nın sorgu sisteminde (https://sonuc.ysk.gov.tr/sorgu) 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları görülmektedir. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere, 10 Ağustos 2014 CB seçimlerinde Almanya'da Türkiye Cumhuriyeti'ne ait 7 diplomatik temsilcilikte toplamda 2000 sandık kurulmuştur. Seçmen ağırlığının en yüksek olduğu Almanya'da kurulan 2000 sandıkta kayıtlı 1 milyon 383 bin 42 kişiden 112 bin 705 kişi oy kullanmış, bu oyların da 111 bin 933 tanesi geçerli sayılmıştır.

Yine YSK sisteminden aldığımız bilgiye göre; Almanya'da oy kullanan Türk seçmenlerin genel eğiliminin Recep Tayyip Erdoğan olduğu görülmektedir. Almanya'da kullanılan geçerli 111 bin 933 oyun 76 bin 817'sini alan Erdoğan, yüzde 68,63 oy oranı ile lider konumdadır. Diğer adaylardan Ekmeleddin Mehmet İhsanoğlu yüzde 23,74 ile ikinci olurken, Selahattin Demirtaş ise yüzde 7,63 ile Almanya'daki seçmenlerin verdiği oylarda üçüncü sırada kalmıştır.

***Şekil 16**. 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonuçları- Almanya*



Sorgu Kriterleri Bazında Seçim Sonuçları Bilgisi

Toplam Sandık Sayısı:	2.000	Sandıklardaki Kayıtlı Seçmen Sayısı:	1.383.042	Oy Kullanan Seçmen Sayısı:	112.705
Kayıtlı Seçmen Sayısı:	1.383.042	* Seçime Katılma Oranı:	%8,15	Geçerli Oy Sayısı:	111.933
				Geçersiz Oy Sayısı:	772

(* Seçime Katılma Oranı, "Oy Kullanan Seçmen Sayısı" nın "Kayıtlı Seçmen Sayısı" na bölünmesiyle elde edilmiştir.)

Ülke Sandık Bilgileri Tablosu

Sıra No	Detay Bilgileri	Ülke Adı	Dış Temsilcilik Adı	RECEP TAYYİP ERDOĞAN	SELAHATTİN DEMİRTAŞ	EKMELEDDİN MEHMET İHSANOĞLU
				76.817	8.538	26.578
1	Detay	ALMANYA	Berlin Başkonsolosluğu	6.024	1.213	3.830
2	Detay	ALMANYA	Düsseldorf Başkonsolosluğu	17.102	1.615	4.800
3	Detay	ALMANYA	Essen Başkonsolosluğu	13.973	934	2.682
4	Detay	ALMANYA	Frankfurt Başkonsolosluğu	11.091	1.622	4.489
5	Detay	ALMANYA	Hannover Başkonsolosluğu	6.686	1.047	2.434
6	Detay	ALMANYA	Karlsruhe Başkonsolosluğu	13.007	1.451	4.086
7	Detay	ALMANYA	Münih Başkonsolosluğu	8.934	656	4.257

Kaynak: YSK (2014).

Erdoğan'ın Almanya'da aldığı oy oranına bakıldığında, yurt dışı genel toplamının da üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum Erdoğan'ın; yurt dışındaki en fazla Türk seçmenin bulunduğu Almanya'da, seçmenler tarafından 2014 yılındaki CB seçimlerinde açık ara farkla desteklendiğini bizlere göstermektedir.

24 Haziran 2018'e gelindiğinde ise; yurt dışı genel katılımda olduğu gibi Almanya'da da seçime katılımın belirgin şekilde arttığı görülmektedir. 2014 yılında 8,15 olan seçime katılım oranı 2018 yılında kayıtlı 1 milyon 441 bin 760 seçmenden 661 bin 299 oy kullanan seçmen sayısıyla yüzde 45,87 olmuştur (Şekil 16).

***Şekil 17**.24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sonuçları - Almanya*

Sorgu Kriterleri Bazında Seçim Sonuçları Bilgisi

Toplam Sandık Sayısı:	1.641	Sandıklardaki Kayıtlı Seçmen Sayısı:	661.299	Oy Kullanan Seçmen Sayısı:	661.299
Kayıtlı Seçmen Sayısı:	1.441.760	* Seçime Katılma Oranı:	%45,87	Geçerli Oy Sayısı:	652.121
				Geçersiz Oy Sayısı:	9.178

(* Seçime Katılma Oranı, "Oy Kullanan Seçmen Sayısı" nın "Kayıtlı Seçmen Sayısı" na bölünmesiyle elde edilmiştir.)

Ülke Sandık Bilgileri Tablosu

Sıra No	Detay Bilgileri	Ülke Adı	Dış Temsilcilik Adı	* Tutanaklar	MUHARREM İNCE	MERAL AKŞENER	RECEP TAYYİP ERDOĞAN	SELAHATTİN DEMİRTAŞ	TEMEL KARAMOLLAOĞLU	DOĞU PERİNÇEK
					142.583	16.855	422.558	65.056	3.780	1.289
1	Detay	ALMANYA	Berlin Başkonsolosluğu	TBT	18.247	1.668	29.181	6.707	468	173
2	Detay	ALMANYA	Düsseldorf Başkonsolosluğu	TBT	12.333	1.856	47.142	5.097	305	113
3	Detay	ALMANYA	Essen Başkonsolosluğu	TBT	9.661	1.522	55.983	5.883	322	66
4	Detay	ALMANYA	Frankfurt Başkonsolosluğu	TBT	14.995	1.583	36.704	7.632	385	129
5	Detay	ALMANYA	Hamburg Başkonsolosluğu	TBT	9.957	1.010	23.705	5.143	169	74
6	Detay	ALMANYA	Hannover Başkonsolosluğu	TBT	9.168	1.029	26.905	7.047	303	108
7	Detay	ALMANYA	Karlsruhe Başkonsolosluğu	TBT	8.323	987	23.809	4.263	201	80
8	Detay	ALMANYA	Köln Başkonsolosluğu	TBT	13.851	1.696	43.950	6.793	253	119
9	Detay	ALMANYA	Mainz Başkonsolosluğu	TBT	5.388	575	16.832	3.154	93	45
10	Detay	ALMANYA	Münih Başkonsolosluğu	TBT	13.479	1.517	33.448	2.075	412	97
Sıra No	Detay Bilgileri	Ülke Adı	Dış Temsilcilik Adı	* Tutanaklar	MUHARREM İNCE	MERAL AKŞENER	RECEP TAYYİP ERDOĞAN	SELAHATTİN DEMİRTAŞ	TEMEL KARAMOLLAOĞLU	DOĞU PERİNÇEK
					142.583	16.855	422.558	65.056	3.780	1.289
11	Detay	ALMANYA	Münster Başkonsolosluğu	TBT	5.231	514	17.209	2.748	178	64
12	Detay	ALMANYA	Nürnberg Başkonsolosluğu	TBT	7.863	886	15.989	1.750	213	76
13	Detay	ALMANYA	Stuttgart Başkonsolosluğu	TBT	14.087	2.012	51.701	6.764	478	145

Kaynak: YSK, (2018).

Tablo -1'de 2014 yılı CB seçimleri ile 2018 yılı CB seçimlerinin karşılaştırması yapılmıştır. Seçimlerin tek yetkili mercii olan YSK'nın verileri baz alındığında Recep Tayyip Erdoğan'ın Almanya'da geçerli 652 bin 121 oyun yüzde 64,8'ni alarak 2014 CB seçimlerine yakın bir sonuç aldığı görülmüştür. Aradaki yüzde 4'e yakın bir farkın ise 2014 yılında 3 aday varken 2018 yılında toplamda 6 aday olmasıyla ilişkilendirebiliriz. Ancak, Erdoğan'ın yüzde 4'e yakın oy azalışı olduğunu belirtmiş olsak da artan katılım ve seçmen sayısına nazaran 4 yıl önceki oy oranını koruduğunu söyleyebiliriz. Diğer adaylardan Muharrem İnce yüzde geçerli oyların yüzde 21,88'ini aldığı, Selahattin Demirtaş'ın yüzde 9,98'de kaldığı tespit edilmiştir. Selahattin Demirtaş'ın da 2014'teki seçimlere nazaran oy oranını arttırdığı görülmektedir. Buna göre Selahattin Demirtaş

2014'te yüzde 7,63 olan oy oranı 9,98'e çıkmıştır. Ancak, 2014 yılındaki CB seçimlerini 2018 yılında yapılan CB seçimleri ile kıyasladığımızda CHP Adayı'nın da oy oranları göz önünde bulunduğunda oy kaybettiğini söyleyebiliriz. Diğer yandan; 2014 yılında Almanya'da seçim yarışında olmayan partilerden İYİ Parti lideri Meral Akşener'in 24 Haziran 2018'deki seçimlerde yüzde 2,58 oy oranında kaldığı, Saadet Partisi (SP) lideri Temel Karamollaoğlu'nun yüzde 0,57 oy aldığı ve Vatan Partisi Genel Başkanı Doğu Perinçek'in de yüzde 0,20'de kaldığı tespit edilmiştir (Şekil 17 ve Tablo -1).

Ayrıca, 2014 yılında 7 temsilcilikte yapılan seçim 2018 yılındaki seçimlerde 13 temsilcilikte 1.641 sandıkta gerçekleştirilmiştir. Temsilcilik sayısının arttırılmasının yanı sıra oy kullanma gün sayısının 7-19 Haziran 2018 tarihlerinde toplamda 12 gün boyunca yapılması da seçimlere katılımın artmasında etkili olduğu belirtilebilir.

Tablo 1. *2014 ve 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Karşılaştırması*

	10 AĞUSTOS 2014 CB SEÇİMLERİ		**24 HAZİRAN 2018 CB SEÇİMLERİ**	
ADAY	**OY SAYISI**	**OY ORANI** (%)	**OY SAYISI**	**OY ORANI** (%)
RECEP TAYYİP ERDOĞAN	76.817	68,63	422.558	64,8
EKMELEDDİN MEHMET İHSANOĞLU MUHARREM İNCE	26.578	23,74	142.583	21,88
SELAHATTİN DEMİRTAŞ	8.538	7,63	65.056	9,98
MERAL AKŞENER	-	-	16.855	2,58
TEMEL KARAMOLLAOĞLU	-	-	3.780	0,57
DOĞU PERİNÇEK	-	-	1.289	0,20
TOPLAM (Geçerli Oy Sayısı)	111.933	8,15 (Katılım)	652.121	45,87 (Katılım)

Almanya'da yaşayan Türkler tıpkı Türkiye'de olduğu gibi iki kutba ayrılmışlardır. Bu kutup Ak Parti destekçileri ve Ak Parti karşıtları olarak görülmektedir. Diğer bir ifadeyle Erdoğan karşıtı ve Erdoğan destekçisi olarak düşünülebilir. Unat ve arkadaşları (2014) yaptıkları çalışmada Türkiye'de yaşanan olayların Almanya'daki seçmenleri etkilediğini belirtmişlerdir. Ak Partiye oy veren seçmenlerin özellikle 2002 sonrası Ak Parti iktidarıyla başlayan kalkınma hamlelerini başarılı gördüklerini tespit etmişlerdir.

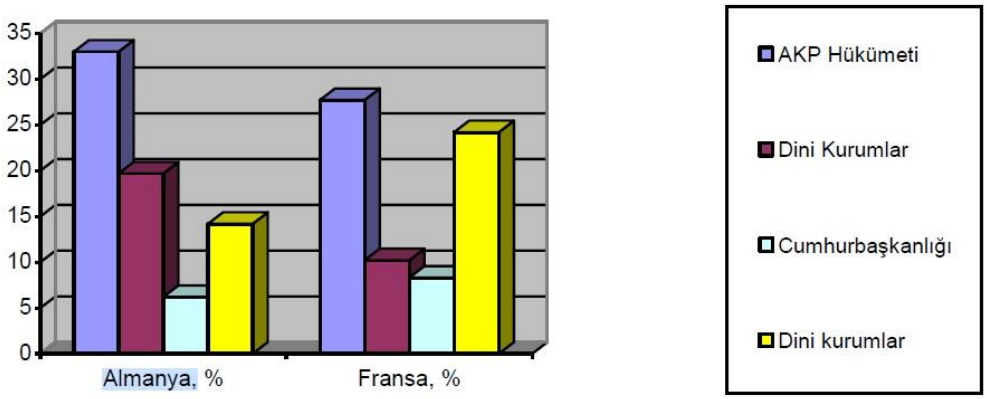
Türkiye'de yaşanan altyapısal ve ekonomik büyümenin, Ak Partiye oy veren seçmenler tarafından dile getiriliyor olması seçmenlerin Ak Parti lehine bir davranış sergilediklerini göstermiştir. Yüksek hızlı tren hatları, üçüncü köprü, Marmaray, duble yollar, sağlık sisteminin kalitesinin yükseltilmesi, tüm sosyal kurumların SGK altında toplanması, savunma sanayinin gelişmesi, yerli ve milli imkanların arttırılması gibi yatırımlar sayesinde ülkenin yaşam standartları ve refah düzeyinin arttığı düşünülmektedir. Bununla birlikte Ak Parti'nin düşük faiz politikası, IMF'ye karşı tutumu, enflasyonla mücadele etmesi gibi ekonomik politikalar sergilediği ifade edilmiştir. Ayrıca, kamusal alanda başörtüsü yasağının kaldırılması, dini vecibeler için çalışanlara esneklik sağlanması, Kürt kökenli vatandaşlara kültürel ve sosyal alanda tanınan haklar Ak Parti'nin ve Erdoğan'ın başarısı olarak görülmektedir. Diğer yandan; Erdoğan'ın Müslüman kişiliğine atıf yapılarak iktidara gelirken kullandığı yoksulluk, yolsuzluk ve yasaklar (3Y) kuralını uyguladığı seçmenler tarafından düşünülmektedir. Türkiye'nin başarılı ilerleyişine karşı duranların Erdoğan destekçilerinin birlikteliğini arttırdığı, Erdoğan'ın Avrupa'da ve dünyada Türk vatandaşlarının haklarını savunduğu ve bu hakları her yerde cesaretle dile getirdiği öne sürülmüştür. Yine aynı araştırmada ise; Erdoğan karşıtlarının, Erdoğan'ı otokratik, bölücü ve ayrımcı olmakla suçlamaktadırlar. Erdoğan'ın diktatör rejimi kurmak istediğini belirten karşıt görüşlere göre muhalefet partileri de güçlü söylem ve politikalar hayata geçirememektedirler (Unat, vd., 2014: 31-32).

Şekil 16 ve 17 ile Tablo-1'den de anlaşılacağı üzere; 2014 ve 2018 yılları içerisinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Erdoğan'ın açık ara farkla zafer kazanması, seçmenlerin karşıt görüşlerin ve muhalefet partilerinin dile getirdiği söylemleri dikkate almadıklarını, Erdoğan'ın özellikle Batılı güçleri ve Avrupa'yı eleştiren görüşlerine destek vererek, Türkiye içerisindeki kalkınma hamlelerini de desteklediklerini göstermektedir. Ayrıca, ana muhalefet partisi CHP'nin 2014'den 2018'e doğru oy oranlarına baktığımızda ana muhalefet partisine olan desteğin azaldığı da görülmektedir.

Erdoğan'ın seçimlerde yurt içindeki oy oranından fazla oy alması da bu hipotezimizi destekler niteliktedir. Yukarıda belirttiğimiz üzere, 15 milletvekili çıkarabilecek güce sahip Almanya seçmenlerinin Erdoğan'ı açık ara desteklemeleri genel oy dağılımlarına da etki etmektedir. Bununla beraber partilerin ve adayların Avrupa'da Almanya'ya özel önem vermesi gerektiğini düşündürmektedir.

Erdoğan'a Almanya'daki Euro-Türkler[2]in desteği geçmişten bugüne gelen bir destek olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki; 2005 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi Göç Araştırmaları ve Uygulamaları Merkezi tarafında yapılan bir çalışma bahsi edilen Türkiye'nin kalkınma ve altyapısal reform iddialarını destekler niteliktedir (Kaya ve Kentel, 2005: 41-45).

Şekil 18.*Türkiye'de en çok güvendiğiniz kurum hangisidir?*



Kaynak: Kaya ve Kentel, (2005: 42).

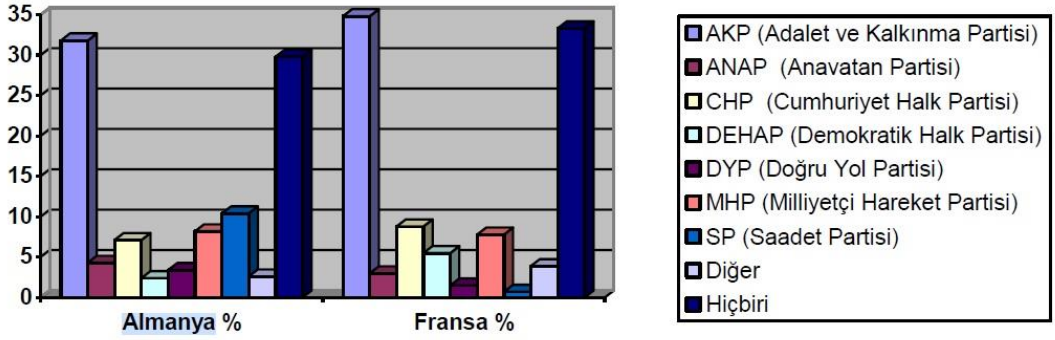
Şekil 18'de gösterilen, Kaya ve Kentel (2005) tarafından yapılan araştırmada katılımcılara sorulan *Türkiye'de en çok güvendiğiniz kurum hangisidir?* sorusuna Almanya'daki Euro-Türkler yüzde 33 ile Ak Parti hükümeti cevabını vermişlerdir. Katılımcılar tarafından verilen cevapta Cumhurbaşkanlığına olan güvenin yüzde 5'lerde kalmış olması bizleri yanıltabilir. Çünkü, araştırmanın yapıldığı dönemin Cumhurbaşkanı Ak Parti ile bağları bulunmayan Ahmet Necdet Sezer idi. Ak Parti'ye olan güvenin ve desteğin 2005 yılından günümüze artarak devam etmesinin altında yatan sebebin ise; uyguladığı politikaların seçmen davranışlarını Ak Partiye karşı pozitif yönde etkilediği söylenebilir.

Şekil 19'da ise, Almanya'da yaşayan Türklerin çoğunun kendilerini Ak Partiye yakın hissettiği tespit edilmiştir. Yüzde 32 oranında tespit edilen bu yakınlık hissi

[2] 'Euro-Türkler' kavramı Türkiye kökenli olup Avrupa'da yaşayan kişileri ve çocuklarını ifade etmektedir. Kavram, Kaya (2015) tarafından ortaya atılmış ve birçok çalışmada bu şekilde kullanılmıştır. Kaya'ya göre (2015); kavram etnik bir anlam taşımanın ötesinde Türkiye kökenli herkesi ifade etmektedir. Aradaki tire (-) işareti ise farklılıkları birbirine bağlayan bir bağlaç özelliği taşımaktadır (Kaya, 2015: 51).

'Türkiye'de hangi kuruma daha fazla güven hissediyorsunuz?' sorusuyla paralellik sergilemektedir. Dolayısıyla Almanya'da yaşayan Euro-Türklerin 2005 yılında yüzde 32'sinin Ak Partiye yakınlık hissederken bugün geldiğimiz noktada Ak Parti'nin Cumhurbaşkanı adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın seçimlerde yüzde 60'ın üzerinde oy alabiliyor olması izlenen politikaların seçmenlerin gözünde olumlu etki ettiğini bizlere göstermektedir. Bu kapsamda seçmen davranışlarının izlenen politikalar ile doğru orantılı geliştiğini ve eğilimlerin bu politikalara göre de şekillendiğini tespit ettiğimizi belirtmek yanlış bir yaklaşım olmayacaktır.

Şekil 19. *Türkiye'de Hangi Partiye Daha Yakın Hissediyorsunuz?*



Kaynak: Kaya ve Kentel, (2005: 40).

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde Avrupa'daki Anti-Türkizm'in Almanya'da yaşayan ve seçimlerde oy kullanan seçmenlerin oy eğilimlerine yönelik yapılan çalışmamızın bulguları ve analizi yer alacaktır. Bu kapsamda araştırmamız ve analizlerimiz Türkiye'de 2018 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimleri özelinde sınırlandırılacaktır.

1. ARAŞTIRMA HAKKINDA BİLGİLER

Araştırmanın bu bölümünde araştırmaya uygun literatür çalışmaları ardından yapılan mülakatlara ve mülakatların yorumlanmasına yer verilmiştir. Katılımcılara mülakatlarda sorulan yarı yapılandırılmış sorular Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır. Ayrıca araştırma belirli bir çerçevede ele alınmış, bilimsel değerlendirilmelerle konu pekiştirilmiştir.

1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI

Avrupa'da Türk düşmanlığı/karşıtlığı ve Anti – Türkizm varsayımı üzerine yoğunlaşan çalışmamızda seçmen olgusu da ön planda tutulan bir diğer kavram olmuştur. Demokrasinin somut karşılıklarının en önemlilerinden olduğu düşünülen 'seçim' ve bu eylemi gerçekleştiren seçmenlerin eğilimlerinin de ne yönde etkilendiği araştırmamıza konu edinilmiştir. Avrupa'da yaşayan milyonlarda Türk seçmenin en fazla nüfusa sahip olduğu Almanya'da Anti- Türkizm olgusuna maruz kalırken oy eğilimlerinin ne yönde değiştiğinin öğrenilmesi çalışmamızda amaçlanmıştır. Bu durum bize Avrupa'da yaşayan Türklerin büyük bir çoğunluğunun ortaya koyması muhtemel sonuçlarını görmemize de katkı sağlayacaktır.

Bu kapsamda; araştırmamızda Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarının *'Türk düşmanlığı, Türk karşıtlığı, Anti-Türkizm'* olgularına olan bakış açılarına değinilmiştir. Avrupa'da olan Türk karşıtlığı ve düşmanlığını hipotezinin dayanakları da teze konu olmuştur. Yine araştırmamızda var olduğu söylenen ve belirlenen Türk düşmanlığı/karşıtlığının Avrupa'da yaşayan Türk seçmenlerin oy verme davranışlarını ne yönde etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Seçim kavramının sınırsız bir alan sahipleniyor oluşundan ötürü bu tespitler 24 Haziran 2018 yılında yapılan Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı seçimlerine yönelik daraltılmış ve ele alınmıştır.

Sonuç olarak, çalışmada Avrupa'ya göç etmiş Türklerin Avrupa'da olan Türk düşmanlığı/karşıtlığına olan bakış açıları değerlendirilip; Almanya'ya göç edip orada yaşayan, Türkiye Cumhuriyeti seçimlerinde mevzuatlardan gelen seçme hakkına sahip Türk seçmenlerin, 24 Haziran 2018'de yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki oy eğilimleri ve davranışları hakkında sonuçların tespiti yapılmaya çalışılmıştır.

1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Irkçılık, Zenofobi (Yabancı Düşmanlığı), İslamofobi, Türk düşmanlığı, Anti-Türkizm gibi kavramlar üzerine bazı çalışmalar yapılmış olsa da literatür açısından hepsini bir araya tutarlı şekilde toplayarak bu olguların seçmen eğilimleri ile olan ilişkilerini ortaya koyan, seçmenlerin bu olgulardan nasıl etkilendiğini ortaya koyan çalışmalar çok azdır. Özellikle tezimize konu Avrupa'daki Türk düşmanlığının yine Avrupa'da ve özelinde Almanya'da yaşayan Türk seçmenlerin eğilimleri üzerine etkilerini araştıran çalışma bulunmamaktadır.

Bu çalışmayla birlikte literatüre Anti Türkizm/Türkofobi gibi kavramlar dâhil edilerek sonraki çalışmalarda konunun çalışma referanslarının elde edilmesi sağlanacaktır. Ayrıca, bu etkilerin belirlenmesi, iradelerin ne yönde değiştiğinin de tespit edilerek gelecekte Avrupa'daki Türk seçmenleri için üretilen politikalara da bir çerçeve olmasının sağlanması hedeflenmektedir.

Tezin ana konusu olan Anti Türkizm kavramı literatürümüzde sınırlı olarak mevcut olsa da yapılacak çalışma, bu alandaki tezler arasına girerek özgün bir nitelik ortaya koymaya çalışacaktır. Bununla beraber bu kavram ve konunun bir sorun olarak ele alınarak etkilerinin araştırılması, sorunun sebeplerinin daha iyi anlaşılmasına olanak vereceği öngörülmektedir.

Sonuç olarak tezimiz; literatürümüze yeni kavramların dahil edilmesi, çalışmamızın bundan sonraki çalışmalara referans olması açısından önem arz etmektedir. Avrupa'daki Türkofobi'nin Türk seçmenlere olan etkisi de göz önünde bulundurularak Avrupa ve Almanya özelinde, Türk vatandaşlarımız için üretilecek politikalara faydalı olması beklenmektedir.

1.3. ARAŞTIRMANIN TÜRÜ VE KISITLILIKLARI

Genel olarak nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derinlemesine görüşme/mülakat bu çalışmamızda kullanılmıştır. Çalışmamıza en uygun veri toplama

aracı olarak yüz yüze görüşmelerle gerçekleştirilen mülakatlar ve yarı yapılandırılmış soru formu şeklinde belirlenmiştir. Derinlemesine görüşme şeklinde gerçekleştirilen mülakatlar sayesinde araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayan ve açık uçlu soruların sorulduğu bir çalışma yapılmıştır. Derinlemesine görüşme, yüz yüze gerçekleştirilip daha detaylı cevapların alınmasına imkan sağlayan bir bilgi toplama aracıdır. Karşıdaki kişinin duygu, düşünce, bilgi ve gözlemlerine ulaşma konusunda daha başarılıdır (Tekin, 2006: 101).

Görüşme tekniklerinin farklı şekillerde sınıflandırıldıkları olsa da en çok bilinen ve literatürde geçen ayrımlar yapılandırılmış görüşme/yarı yapılandırılmış görüşme ve yapılandırılmamış görüşme şeklindedir (Tekin, 2006: 104). Yapılandırılmış görüşme belirli sorulara verilen belirli cevaplar şeklinde olurken, yapılandırılmamış görüşme ise açık uçlu sorulara verilen açık uçlu cevaplar şeklindedir. Buradan da anlaşılacağı üzere yarı yapılandırılmış görüşme hem açık uçlu soruların bulunduğu hem de belirli cevapların seçilmesinin mümkün olduğu görüşme tekniğidir.

Araştırmalar esnasında geniş kapsamlı bir bilgi edinebilmek adına seçilen seçmenlerin farklı yaşam standarları içerisinde olmalarına dikkat edilmiştir. Görüşme yapılacak seçmen kişiler için belirlenen kriter *Almanya'da yaşayan ve göçmen durumunda olan, Türkiye'deki 24 Haziran 2018 seçimlerinde oy kullanmış* kişiler arasından seçilmişlerdir.

Araştırmamızın literatür açısından da kısıtları bulunmaktadır. En önemli kısıt şüphesiz yurt dışında yaşayıp 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy kullanan yurttaşlara dair kapsamlı bir çalışmanın yapılmamış, yapılan çalışmaların ise kısıtlı bilgiler içeriyor oluşudur. Diğer yandan araştırma konumuza en uygun ve benzer olan kapsamlı çalışma ise Unat ve arkadaşları (2014) tarafından 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimine dair yapılan araştırmadır. Diğer yandan, yurt dışında yaşayan Türk seçmenlerin davranışlarını Türkofobi açısıyla da değerlendirme imkanı tanıyan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Araştırmamız bu kısıtlamarda yapılan ve literatüre referans kaynak olmayı amaçlayan bir çalışma olmayı hedeflemektedir.

1.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM

Her çalışmada olduğu gibi "***Avrupa'daki Anti – Türkizm'in Türklerin 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerindeki Oy verme Davranışları Üzerine Etkisi: Almanya Örneği"*** isimli çalışmamızda evren ve örneklem sınırlandırılmıştır. Çalışmamızın evreni

Almanya'da yaşayan ve 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy kullanan Türk vatandaşlarıdır. Örneklemimiz ise Almanya'da yaşayan ve 24 Haziran 2018 Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy kullanan 40 seçmenden oluşmaktadır. Seçmenlere en çok bilinen tekniklerden biri olan kartopu tekniği ile ulaşılmıştır. Yani ulaştığımız bir kişinin bir başka kişiye ulaşmasını sağlayarak toplamda 40 kişiye erişim sağlanmıştır.

Bu kapsamda Almanya'da evrenimize ve örneklememize uyan 40 Türk ile Mart 2020 içerisinde görüşülmüştür. Görüşmelerimizden büyük kısmı yüz yüze görüşme şeklinde gerçekleştirilmiş olup görüşmelerimizin yapıldığı tarihlerde dünya genelinde başlayan COVİD-19 pandemi sebebiyle bir kısmı da Türkiye'den online olarak gerçekleştirilmiştir.

1.5. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN TOPLANMASI

Nitel çalışmamız esnasında yapılan derinlemesine görüşmelerde 40 kişiye yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak sorular sorulmuştur. Katılımcılara ***"Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimsel Yayın Etik Kurulu"*** tarafından onaylanan 15 mülakat sorusu sorulmuştur. Sorulan sorularda katılımcıların nitelikleri belirlendikten sonra öncelikle Anti-Türkizm olgusuna dair sorular sorulurken diğer yandan da seçmen davranışlarının ölçümü yapılmaya çalışılmıştır. Katılımcılara sorulan sorular EK-1'de belirtilmiştir.

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Yayın Etik Kurulu tarafından onaylanan bu sorular katılımcılara sorulmuş ve katılımcılar ile yapılan mülakatın cevapları not edilmiştir. Katılımcıların nitelikleri aşağıdaki başlıkta ele alınmıştır.

1.6. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

Araştırma verilerinin analizinde 'içerik analizi' kullanılmıştır. İçerik analizinde toplanmış olan verilere odaklanılır ve katılımcıların yoğun vurgu yaptığı olay ve olgulardan tema ile kodlar çıkarılır. Buradan hareketle birbirine benzeyen ve birbiriyle ilişkili olduğu düşünülen veriler (kodlar) ve kavramlar (kateogoriler) belirli temalar çervesinde bir araya getirilerek yorumlanır. İçerik analizinde katılımcıların görüşlerinin içeriği sistematik şekilde ayrıştırılır.

"Nitel araştırmalarda toplanan verilerin analizinde yaygın olarak betimsel analiz veya içerik analizi kullanılır. İçerik analizi, araştırmanın özüne ilişkin kalıpları, temaları, önyargıları ve anlamları belirlemek hedefiyle verilerin dikkatli, detaylı ve sistematik olarak incelenmesi ve yorumlanmasıdır. İçerik analizinde amaç, katılımcıların görüşleri ile dosya ve belge incelemesi yoluyla elde edilen verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Betimsel analizle özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analiziyle derinlemesine bir işleme tabi tutulur ve yeni kavramlar veya kavramlar arası ilişkiler keşfedilir. İçerik analizinde birbirine benzeyen verileri, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlemek esastır" (Baltacı, 2019: 377).

1.7. ARAŞTIRMAYA KATILAN KATILIMCILARIN NİTELİKLERİ

Araştırma kapsamında görüşme yapılan katılımcılardan; *kadınlar için* K1, K2, K3…. şeklinde *erkekler için* ise E1, E2, E3… şeklinde kodlamalar yapılmıştır. Araştırmaya katılanların meslek, eğitim, yaş, cinsiyet, vb. gibi nitelikleri aşağıda sırası ile gösterilmiştir.

Buna göre; Tablo-2'de belirtilen toplam 40 katılımcının yüzde 55'e tekabül eden 22'si erkeklerden oluşurken, yüzde 45'e tekabül eden 18 kişisi kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 2. *Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı*

Cinsiyet	n	**%**
Erkek	22	55 %
Kadın	18	45 %
Toplam	**40**	**100** %

Tablo-3'te ise görüldüğü üzere; erkek katılımcıların 11'i (yüzde 50) 18-29 yaş aralığında, 5'i (yüzde 22,72) 30-40 yaş aralığında, 4'ü (yüzde 18,18) 41-54 yaş aralığında bulunurken 2'si (yüzde 9,10) ise 55 yaş üstünde olan erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Kadın katılımcıların yaş dağılımına baktığımızda da 13'ünün (yüzde 72,22) 18-29 yaş aralığında,4'ü (yüzde 22,22) 30-40 yaş aralığında, 1'i (yüzde 5,56) ise 55 yaş ve üstündedir. Kadın katılımcılardan 41-54 yaş arası katılımcı bulunmamaktadır.

Tablo 3.Araştırmaya Katılanların Yaş Dağılımları

Yaş Aralığı	Erkek	%	Kadın	%
18-29	11	% 50	13	% 72.22
30-40	5	% 22.72	4	% 22.22
41-54	4	% 18.18	0	% 0
55+	2	% 9.10	1	% 5.56
TOPLAM	22	% 100	18	% 100

Tablo 4'te ise bizlere katılımcıların eğitim düzeyleri gösterilmiştir. Buna göre; ilkokul ortaokul düzeyinde bulunan 1 kadın (yüzde 5,26) 1 erkek (yüzde 4,25) katılımcı bulunurken, lise düzeyinde ise 5 erkek (yüzde 22,73) 4 kadın (yüzde 22,22) katılımcı bulunmaktadır. Lisans düzeyinde 10 erkek (yüzde 45,45), 10 kadın (yüzde 55,55) katılımcı bulunmaktadır. Yüsek Lisans/Doktora düzeyindeki katılımcılara baktığımızda ise erkek katılımcıların 6'sı (yüzde 27,27), kadın katılımcıların ise 3'ünün (yüzde 16,67) bu eğitim düzeyinde olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 4.*Katılımcıların Eğitim Düzeyleri*

Eğitim Düzeyi	Erkek	%	Kadın	%
İlkokul/Ortaokul	1	% 4.55	1	% 5.56
Lise	5	% 22.73	4	% 22.22
Lisans	10	% 45.45	10	% 55.55
Yüksek Lisans/Doktora	6	% 27.27	3	% 16.67
TOPLAM	22	% 100	18	% 100

Tablo 5'te görüldüğü üzerere görüşme yaptığımız 40 katılımcının meslek gruplarına baktığımızda şu şekilde ayrım görülmektedir. Öğrenci grubunun 6 erkek (yüzde 27,27) 8 kadından (yüzde 44,44) oluştuğu tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların 11'i işçi (yüzde 50), 3'ü (yüzde 13,63) serbest meslek erbabı, 2 kişisi ise (yüzde 9,10) çalışmadığını ifade etmiştir. Kadın katılımcılardan 3'ü (yüzde 16,67) işçi, 3'ü (yüzde 16,67) bulunduğu ülkede memur, 4'ü ise (yüzde 22,22) çalışmadığını ifade etmiştir. Erkek katılımcılar arasında memur bulunmazken, kadın katılımcıların arasında da serbest meslek erbabı katılımcı bulunmamaktadır.

***Tablo 5**.Katılımcıların Meslek Grubu Durumları*

Meslek Grubu	Erkek	%	Kadın	%
Öğrenci	6	%27.27	8	%44.44
İşçi	11	%50	3	%16.67
Memur	0	%0	3	%16.67
Serbest Meslek	3	%13.63	0	0
Çalışmıyor	2	%9.10	4	%22.22
TOPLAM	**22**	**100%**	**18**	**100%**

Tablo 6 ve tablo 7'de ise katılımcıların nitelikleri gösterilmiş olup, erkek ve kadın katılımcıların sınıflandırması ve kodlamaları yapılmıştır. Katılımcıların nitelikleri aşağıda bulunan tablolardaki gibidir.

***Tablo 6.**Kadın Katılımcıların Nitelikleri*

İsim	Eğitim	Meslek	Yaş
K1	Lise	Çalışmıyor	33
K2	İlkokul-Ortaokul	Çalışmıyor	55
K3	Lise	Çalışmıyor	37
K4	Lisans	Çalışmıyor	23
K5	Lisans	İşçi	20
K6	Yüksek Lisans/Doktora	İşçi	26
K7	Lise	İşçi	33
K8	Lisans	Memur	24
K9	Yüksek Lisans/Doktora	Memur	25
K10	Lisans	Memur	28
K11	Yüksek Lisans/Doktora	Öğrenci	23
K12	Lisans	Öğrenci	21
K13	Lisans	Öğrenci	18
K14	Lise	Öğrenci	29
K15	Lise	Öğrenci	18
K16	Lisans	Öğrenci	35
K17	Lisans	Öğrenci	28
K18	Lisans	Öğrenci	20

***Tablo 7**.Erkek Katılımcıların Nitelikleri*

İsim	Eğitim	Meslek	Yaş
E1	Lisans	Çalışmıyor	25
E2	Yüksek Lisans/Doktora	Çalışmıyor	27
E3	Lise	İşçi	39
E4	Lisans	İşçi	34
E5	Lisans	İşçi	39
E6	Lisans	İşçi	35
E7	Lisans	İşçi	31
E8	Lise	İşçi	56
E9	Lise	İşçi	52
E10	Lisans	İşçi	48
E11	Lise	İşçi	23
E12	Lisans	İşçi	27
E13	İlkokul-Ortaokul	İşçi	82
E14	Yüksek Lisans/Doktora	Öğrenci	27
E15	Yüksek Lisans/Doktora	Öğrenci	26
E16	Yüksek Lisans/Doktora	Öğrenci	23
E17	Yüksek Lisans/Doktora	Öğrenci	25
E18	Lisans	Öğrenci	24
E19	Yüksek Lisans/Doktora	Öğrenci	29
E20	Lisans	Serbest Meslek	25
E21	Lise	Serbest Meslek	51
E22	Lisans	Serbest Meslek	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ VE YORUMLANMASI

1.ANALİZ VE BULGULARA DAİR KISA BİLGİLENDİRME

Katılımcılara 'yarı yapılandırılmış soru formu' çerçevesinde sorulan sorulara verdikleri cevaplar aşağıda aktarılmıştır. Ancak, 15 soru ve bunlara ait alt soru ve cevapların da olması oldukça hacimli ve geniş bir tez yapısı gerektireceğinden ötürü toplamda 40 katılımcının verdiği cevaplar ve detaylar sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırmalar verilen cevapların benzer olanlarının birleştirilmesi birbirine yakın olanların bazılarının elenmesi şeklinde olmuştur. Her katılımcının sorulara verdiği cevaplar her başlıkta belirli bir düzen içerisinde ele alınmıştır.

1.1. SİYASETE OLAN İLGİNİN DÜZEYLERİ VE KATILIM DURUMU

Hızla değişen ve küreselleşen dünya ile birlikte insan davranışlarının da değiştiği düşünülmektedir. Bu değişimi hızlandıran etmenlerin başında da teknolojinin geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Adaylar ve partiler bu değişen düzene ayak uydurmak, seçmen tercihlerini kendi lehlerine kullandırmak adına en uygun kampanya modellerini aramaktadırlar. Bu yüzden seçmenlerin siyasete katılımları ile ilgi düzeyleri önem arz etmektedir. Adayların ve partilerin amacı siyasete olan ilgi düzeyini ve katılımı arttırmaktır. Bu durum demokratik katılımın arttığı anlamı da taşımaktadır.

Bireylerin siyasete katılımları demokrasi açısından büyük önem taşıdığı genel geçer bir kural olsa da her bireyin bu katılımı ve ilgi düzeyini ortaya koymadığı da bilinmektedir. Görüşme yaptığımız katılımcıların katılım ve ilgi düzeylerini belirleyen cevaplar aşağıda sunulmuştur.

Katılımcılara **"Siyasete katılım ve siyasi konulara ilginiz ne düzeydedir?"** Şeklinde sorulan soruya erkek katılımcılar tarafından verilen cevaplar şu şekildedir:

> **E2,** *"…Benim siyasete ilgim sadece takip düzeyindedir. Siyasete katılım noktasında sadece kitle iletişim araçlarını takip ediyorum…Özellikle sosyal medya ve uydu aracılığıyla Türkiye'deki kanallarını takip ettiğimi söyleyebilirim. Zaten burada Türk siyasetini takip edeceğimiz alanlar sınırlı bu yüzden siyasete ilgim sınırlı olabilmektedir…"* şeklinde görüş belirtmiştir.
>
> Yine bir diğer katılımcı **E8,** *"… Sadece kitle iletişim araçlarını takip ediyor ve oy kullanıyorum. Bunun haricinde ekstra bir vakit ayırdığımı söyleyemem. Siyasetin karmaşası dediğimiz o süreçler içerisinde çok fazla vakit harcayıp kaybolmayı sevmiyorum…"* diye görüş bildirmiştir.

E17 kodlu katılımcımız *"...Siyasi meseleleri genellikle kitle iletişim araçlarından takip etmekteyim ancak gündemde kendimce önemli gördüğüm konularda ise ayrıca araştırma yapmaktayım. Araştırmalarımı seçerken genelde sosyal medya ve siyaseti takip ettiğim alanlarda gördüğüm ve merak ettiğim konulara göre tercih ediyorum..."*

şeklinde belirttiği görüş ile kitle iletişim araçlarının önemini vurgularken sadece bu araçlar ile bağımlı olmayıp desteklediği partiye özel önem verdiği ortaya çıkmaktadır.

E8, E2 ve E17'nin verdiği cevaplar üzerine yapabileceğimiz değerlendirmelerin başında şüphesiz kitle iletişim araçlarının önemli olduğuna yönelik yapılacak yorum olacaktır. Bununla beraber kitle iletişim araçlarının siyasete katılım düzeylerine etki ettiğini söylemekte doğru bir çıkarım olacaktır. Kitle iletişim araçları sayesinde katılım düzeyleri artmakta ya da azalmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte seçmenler üzerinde daha da etkili olacağı düşünülmektedir. Dilber'e göre (2012); kitle iletişim araçları siyasal sistem içerisinde giderek önem kazanmaktadır. Dilber (2012), kitle iletişim araçlarının, seçmenleri hem haberdar etmek üzere yapılacak bilgilendirmelerde hem de yönlendirme de etkili olduğunu belirtmiştir. Bu görevin yıllar içerisinde daha da önem kazanacağı düşünülmektedir (Dilber, 2012: 102-103).

E8, E2 ve E17'nin aktardığı bu hususlar, birinci bölümde seçmen davranışını etkileyen faktörlerden olan propaganda ve iletişim faktörlerinin etkileri olarak değerlendirilebilir.

Görüşme yapılan **E14;**

"...siyasete yönelik okumalar ve araştırmalar yapıyorum. Gündemi takip ediyorum, videolar izliyorum, panellere ve açık oturumlara katılıyorum. Özellikle siyasi kitapları çok okuyorum aynı zamanda partinin üyesi olarak çalışmalara aktif katılım sağladığımı söyleyebilirim..." şeklinde görüş belirtmiştir. Yine bir başka katılımcı olan

E22; *desteklediğim partinin çalışmalarına aktif olarak katılıyorum. Özellikle desteklediğim partinin etkinlikleri veya yapmamız gereken şeyler olduğunda katkı sağlıyorum. Onun haricinde zaten partimizi sürekli takipteyim..."* diye görüş belirterek siyasete olan ilgi düzeyini tanımlamıştır.

> **E4;** *"…Televizyondan takip ediyorum ve sadece oy kullanıyorum. Ekstra ayıracak çok vakit bulamıyorum. Vatandaşlık görevi denilen oyu kullanıp geri kalanda işte TV falan takipteyim hep…"* demiştir.

E14'ün verdiği cevaptan özellikle siyasete katılım ve ilgi düzeyinin değerlendirildiğinde geniş araştırmalar yapıldığı, E14'ün kararının ve eğiliminin bu şekilde oluştuğu iddia edilebilir. E22'nin verdiği cevaplardan ise sadece desteklediği bir partinin olduğu ve ilgi düzeyinin de desteklediği parti ekseninde oluştuğu söylenebilir. E22'nin siyasete ilgi ve alakasının sadece desteklediği parti ile sınırlı oluşu oy eğiliminin değişimlerinin daha zor olacağını düşündürmektedir. E4 ise siyasete olan ilgi düzeyi düşük ve sadece TV'den izlediği siyasi konular ile katılım sağladığı bir siyasi ilgisinin bulunduğu değerlendirilebilir.

Kadın katılımcılarımızla aynı soru üzerinden yapılan görüşmelerde ise aşağıda belirtilmiş sonuçlar ortaya çıkmıştır;

> **K1;** *"…Yalnızca oy verdiğim partiyi takip ediyorum. Takip dediğim ise işte televizyondan, tv den, sosyal medyadan vs. Onun haricinde çok katılım sağladığımı söyleyemem, sevdiğimiz adamı destekliyoruz işte…"*
>
> **K7** ise; *"…Pek ilgili değilim sadece haberlerden takip ediyorum. Vaktim olmuyor vakit ayıracak eşim daha çok ilgili siyasete…"*
>
> **K12'**de *"…Aslında ilgim hiç yok ama oy veriyorum bu benim için yeterli oluyor…"*

şeklinde görüş belirtmişlerdir.

K1, K7 ve K12'nin ortaya koyduğu görüşlerden anlaşılacağı üzere kadın katılımcıların siyasete ilgi düzeylerinin düşük olduğu yalnızca oy verme tutumu sergiledikleri söylenebilmektedir.

Kamusal Politika ve Demokrasi Çalışmaları Derneği'nin (PODEM) tarafından 2019 yılında yapılan ve BBC'nin aktardığı bilgiye göre Türkiye'de yaşayan kadınların siyasete ilgi düzeyi yalnızca yüzde 21'dir. Şekil 20'de araştırmadan alınan bilgide de görüldüğü üzere siyasi etkinliğe katıldım diyen kadın oranı yalnızca yüzde 24 ile sınırlıdır. Dolayısıyla kadınların siyasete ilgi düzeylerinin hem Türkiye'de hem de Avrupa'da tarafımızca yapılan çalışmaya göre az olduğu söylenebilmektedir.

***Şekil 20**. Kadınların Siyasi Etkinliğe Katılım Oranı*

Kaynak: PODEM, 2019'dan akt. BBC, (2019).

Katılımcılardan **K9,**

> *"…Siyaset benim için çok önemli çünkü memleketimiz siyaset ve onu iyi kullanabilen kişilerin uygulamaları ile gelişmektedir. Bu sebeple tüm siyasi partilerin misyonlarını bilmekte ve araştırmaktayım…"* şeklinde görüş bildirmiştir.
>
> **K17** ise; *"…Uluslararası İlişkiler okuduğum için siyasi konulara ilgiliyim. Gerek kitle iletişim araçlarından olduğu gibi okuyup araştırma yaparak siyaseti takip ediyorum…"*

diyerek görüşünü ortaya koymuştur.

K17 ve K9'un ortaya koyduğu görüşlerden anlaşılacağı üzere siyasete katılım ve ilginin yüksek olduğu kadın katılımcılar da bulunmaktadır. Kadınların gerek kitle iletişim araçları sayesinde gerekse bireysel araştırmalar ile ilgi düzeylerini arttıkları ve siyasete katılım sağladıkları görülmüştür.

Sonuç olarak siyasete katılım ve ilgi düzeylerine yönelik farklı görüşler de bulunmaktadır. Örneğin; demokratik olarak gelişmiş olduğu varsayımı yapılan Batılı toplumlarda dahi siyasete katılımın düşüklüğü ve ilgisizliği olduğuna dair iddialar

bulunmaktadır. Diğer yandan aksi görüş olarak; siyasi katılımın demokrasi açısından olmazsa olmaz bir unsur olduğunu ve değişen dünya ile birlikte teknolojinin ve farklı birçok yöntemin katılımını yönlendirdiğini belirten düşünceler de bulunmaktadır. Buna göre; teknoloji ve değişen dünya ile birlikte siyasete katılım azalmamış aksine katılma yöntemi değişerek katılım oranı yükselmiştir (Özdemir, 2019: 256). Katılımcıların verdiği cevaplar da bu teoriyi destekler niteliktedir. Değişen ve gelişen teknoloji siyasal katılım ve ilgi düzeylerinin kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleşmesini sağlamıştır.

1.2. SİYASİ TERCİHLERİN ORTAYA ÇIKMASINDA AİLE VE ÇEVRE FAKTÖRÜNÜN ETKİSİ

Katılımcıların siyasi tercihlerinin ortaya çıkmasındaki etkili faktörlerin belirlenmesi için katılımcılara ***"Siyasal tercihinizin oluşmasında öncelikli etmenler nedir?"*** sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan bir kısmının sorulara verdiği yanıtlar aşağıda paylaşılmıştır.

> **E5,** *"...Aile bu işin fırını, arkadaş çevresi tuzu, karakterin de mayası bunlar sağlamsa vatan cennetindir bu dünyada..."* diyerek sorumuza yanıt vermiştir.
>
> **E18** de *"...Öncelikle oluşması aşaması aile olarak söylemek isterim. Ancak bu düşüncelerimin devamlılığı ve sağlamlığı konusunda ise kendi araştırmalarım, haber kanalları ve sosyal medya gelmektedir. Bu yüzden de önce aile şekillenen görüşlerin sonrasında hem çevre hem de kendi araştırman maruz kaldığın sosyal medya gibi araçlardan etkilenerek ortaya çıktığını söyleyebilirim..."* diye görüş bildirirken
>
> **E14** ise;*"...Kendi araştırmalarım ve çevrem (aile) ile konular hakkında fikir alışverişlerim etkilidir. Siyasi konularda eve geldiğimde genellikle ailem ile istişare eder tartışmalar yaparız e zaten sonrasında da genelde tartışmalar çevremdeki arkadaşlarla oluyor doğal olarak..."* şeklinde görüş bildirmiştir.
>
> **E12** de *"...Aile ve TV kanalları etkili. Genelde tartışma programları filan etkili oluyor. Aile ile beraber izlenen programlar ve geçmişte ailenin üyelerine kattığı siyasi görüşler sonrasında siyasi tercihlerimiz ortaya çıkmış oluyor..."* diyerek sorumuza katkıda bulunmuştur.
>
> **E17,** *"...En başta ailemden almış olduğum temel eğitimden kaynaklanan bir dünya görüşüm bulunmakta. Bu dünya görüşüm temelinde kitle iletişim araçlarından edindiğim bilgiler çerçevesinde şekillenmektedir. Ailemin bana kattığı siyasi tercihler zaman içerisinde kendi görüşlerim oluyor ve kendi düşüncelerim ile aslında şekilleniyor diyebilirim..."* demiş ve siyasal tercihlerinin oluşmasında etkili olan faktörleri belirtmiştir.

> **K3** te *"…Aile, çevre bir de sosyal medya etkili oluyor. Ancak, ailenin etkisi daha çok diye düşünüyorum. En azından benim için bu durum böyle…"* şeklinde görüş bildirmiştir.
>
> **K18'**de *"…Aile kurumu benim için çok önemlidir. Kararlarımda onlara nasıl danışıyorsam siyaseten karar verirken de sorarım onlara. Tabi sadece aile etkili oluyor diyemem ama en çok ailem etki eder benim kararlarıma. Yani aile, sosyal çevre ve iletişim araçları etkilidir diyebilirim…"* diye cevap vermiştir.
>
> **K2** ise; *"…Eşim ve ailem ile yapılan fikir alışverişi etkili oluyor. Onlar siyaseten daha bilgililer daha çok takip ediyorlar diye düşünüyorum bu yüzden de sorarım yani aileme ne düşündüklerini beni de etkilediklerini düşünüyorum…"*
>
> diye görüş bildirmiştir.

E5, E18, E14, E12, E17, K3, K18, K2 şeklinde kodladığımız katılımcılarımızın sorularımıza verdiği yanıtlardan görüldüğü üzere 'aile' kurumunun siyasal tercihlerin oluşumunda en fazla etkili olan yer olduğu söylenebilmektedir. Aile etrafında temelini kuran siyasal tercihler sonrasında kitle iletişim araçları sayesinde şekillenmekle birlikte diğer çevresel etmenlerden de etkilendiği düşünülmektedir. Örneğin;

> **E7** ile yapılan görüşmede E7, *"…Sosyal çevre ve iş çevresi en çok etkili olanlar. Sosyal çevrem, ailem ülkücüydü. Ama öyle ciddi siyaset takip ederim konuşurum diyemem şimdi. Ben R.T. Erdoğan'ı destekliyorum o kadar…"*
>
> şeklinde cevap vererek diğer çevresel etmenleri belirtmiş olmaktadır.

Aile faktörünü önceleyen görüşlerden hareketle bu görüşün Colombia Üniversitesi'nden Lazarsfeld ve arkadaşları tarafından ortaya koyulan seçmen davranışlarını etkileyen *sosyolojik yaklaşım* görüşü olarak değerlendirebiliriz. Sosyolojik yaklaşım modeline göre; bireyler mensubu olduğu gruplar içerisindeki siyasi tercih ve görüşlerden etkilenmektedirler. Model aile içi tercihlerin aile üyesi diğer bireyleri de etkilediğini ortaya koymuştur. Colombia ekolü denilen bu ekole göre; bireysel oy vermenin yerine bireyler oy verme eğilimlerini gruplar halinde gerçekleştirmektedirler. Seçmen aidiyet içerisinde bulunduğu ortam ile paralel oy tercihinde bulunabilmektedir (Lazarsfeld, vd., 1968). Nitekim, aile kurumunun o ya da bu yolla bir şekilde siyasal tercihleri etkilediğine yönelik görüşler bulunmaktadır. Aile toplum için en önemli kurum olarak görülmektedir. Siyasi partilerin/adayların buna göre strateji üretmeleri yerinde olacaktır. Siyasi partiler ve adaylar aynı zamanda aile kurumunun önemine vurgu yapacak bir imaja sahip olmaları da siyasi tercihlerin kendilerine dönük olmasında etkili olabileceğini düşünülmektedir (Aydın ve Özbek, 2004: 165).

Diğer yandan; seçmen tercihini etkileyen faktörleri *araçsal faktörler* ve *yapısal faktörler* olarak iki gruba ayıran Özhan (2018) *aile* faktörünün uzun vadede etkili olan yapısal faktörlerden biri olduğunu belirtmiştir. Özhan'a göre; toplumsal yapı taşlarının başında gelen aile, siyasi tercihlerin oluşmasında ilk ve en etkili kurumdur. Aile kurumu bireyin erken dönemde siyasal sosyalizasyonunu sağlayarak yine bireylerin siyasi partiler ile bağ kurmasına da yol açabilmektedir. Bu konuda bir araştırma yapan Uysal ve Toprak'a göre (2010); ailesi siyasi olarak sağa yakın bireyler sağa oy verirken, ailesi sol partiyi destekleyen bireyler ise sol partilere yakınlık göstermektedir (Uysal ve Toprak, 2010: 60).

Katılımcımız **E6** ise;

> *"…Gazete, televizyon ve sosyal medyadan aldığım haberler. Ayrıca siyasi partilerin vaatlerini ne kadar yerine getirip getirmediklerini dikkate alıyorum. Genelde seçim zamanları söylediklerini unutuyorlar ben de tercihlerime karar verirken öncesinde ne söylemiş şimdi ne kadar sözünde duruyor diye bakarım açıkçası. E tabi sosyal medya haber, TV'den de takip ediyorum siyaseti…"*

şeklinde görüş belirtmiştir. Bu görüş bizlere kitle iletişim araçları ve kişisel olarak parti/aday vaatlerinin takiplerinin de etkili olduğunu göstermektedir.

> **K9** verdiği cevapta *"…Tercihlerimde sadece ve sadece yapılan hizmetler önceliklidir. Adayların oy isterken yaptığı hizmetlere bakarım hizmetleri iyiyse ben de onlara ona göre oy veririm yoksa hangisinin hizmetini icraatını beğenirsem oyumu ondan yana kullanırım…"*

şeklinde belirttiği görüş ile tercihlerinin oluşmasına aile faktörünün etkili olmadığını yapılan hizmetlerin siyasal tercihlerini oluşturmasında etkili olduğunu belirtmiştir.

E6 ve K9 tarafından ortaya koyulan bu görüşler Rasyonel Tercih olarak da adlandırılan Ekonomik Oy Verme modeline uygun bir görüştür. Ekonomik oy verme modeline göre seçmenler; oy tercihlerinde bulunurken gerek mevcut icraatlar gerekse muhtemel icraatları göz önünde bulundurarak karar vermektedirler. Anthony Downs tarafından ortaya koyulan bu modele göre aslında seçmenler çıkarları en yakın partiye oy vermektedirler. Bu durum seçmenin çıkarı nereyi işaret ederse oraya göre oy kullanır şeklinde yorumlanabilmektedir.

Bununla beraber E6 başta olmak üzere bazı katılımcıların TV ve sosyal medya gibi iletişim araçlarından siyaseti takip edip oy tercihlerini belirlediğine dair görüşler de

bize *araçsal faktörler*den olan *medya ve propaganda faktörü*nü işaret etmektedir. Ancak bu etkinin 'aile' kurumu içerisindeki etki kadar olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle modern toplumlar medyanın egemen bir rolü olduğu bilinmektedir. Medya sayesinde toplum hem gündelik hem de sosyo – politik bilgilere erişim sağlamaktadırlar. Bu şekilde yapılan bir değerlendirmede seçmenlerin siyasal bilgilere erişiminde medyanın kullanıldığı görülebilmektedir. Bu ve buna benzer sebeplerledir ki adaylar ve partiler siyasal bilgiye erişimde medyayı kullanan topluma yönelik medya üzerinden çalışmalar yapabilmektedirler (Berelson, 1979: 535).

1.3.PROPAGANDALARIN SEÇMEN DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Katılımcılarla yapılan mülakatlarda "***Türkiye'de yapılan siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir ?"*** sorusu da katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya verdiği cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

> **E4,** *"...Kesinlikle hiçbir şekilde etkilemiyor. Benim görüşüm ideolojik. Eskiden çok sıkıntı yaşadık kimi zaman hala daha yaşıyoruz. Hatta sırf bu durumdan dolayı da Avrupa'ya yerleşme kararı aldık. O zaman hakkımızı savunacak imkanlar verilmedi. Propagandalara bakmadan oyumu ideolojik olarak veriyorum ve sandığa gidiyorum…"*
>
> **E5** ise; *"...Hiç etkilemiyor. Propaganda bilgisiz insanı etkiler bilen insan sadece bunları dinler o kadar…"*
>
> **E17** de *"...Yapılan propagandalar oy verme tutumunu etkilemez. Etkileyemiyor çünkü ben birçok şeyi kendim gözlemleyebiliyorum. Zaten bu konuda bazı partilerin yetersiz olduğunu düşünüyorum. Yani özellikle parti lideri olarak görünen kişi veya kişiler kitleleri peşinden sürükleyecek bir parti başkanı olmalı ama Türkiye'de böyle adamlar çok az..."*
>
> **K7,** *"...Propagandalar itici geliyor fikrimi değiştirmez…"*
>
> **K11,** *"...Düşüncelerim sabittir, propagandalar beni etkilemez…"*

şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Görüldüğü üzere hem kadın katılımcılar hem de erkek katılımcıların propagandalardan ya çok az etkilendiği ya da hiç etkilenmediği tespit edilmiştir. Seçmenlerin propagandalara daha az önem verdiği, bazı düşüncelerin sabit olduğu da katılımcıların bizlere gösterdiği sonuçlardandır. Katılımcılar tarafından ortaya koyulan fikirlerdeki genel eğilime göre seçmenler propagandaları kötü bir şey olarak yorumlamaktadır. Seçmen propaganda yerine hizmetlere göre eğilim göstermektedir. Örneğin;

K9 kodlu katılımcı, *"…Sesi çok çıkınca mutlu ve haklı olduğunu sanan kişiler için propaganda etkili olabilir ama ben hizmete bakarım hizmet en güzel propagandadır. Verdiği sözleri tutan ülkesine milletine hizmet eden kişi zaten kendi propagandasını yapmış oluyor bağırmasına çağırmasına gerek kalmıyor. Bu yüzden ben karar verirken propagandaya bakmıyorum…"*

şeklinde görüş belirmiştir. Bu görüş propagandanın değil yapılan hizmetlerin seçmenleri etkilediğini göstermiştir.

E18 ise; propagandaların kısmı olarak görüşlerini etkilese de genelde yaptığı kişisel araştırmalar neticesinde seçmen davranış eğilimi gösterdiğini belirtmiştir. E18 görüşmede verdiği cevapta, *"…Bazı propagandalar oy verme düşüncemi etkilese de genel anlamda oy vermeden önce kendi okuma ve araştırma yaparak kendi fikir dünyamda sentezliyorum. Bundan dolayı verdiğim oyda bir etkileme sonucunda meydana gelmiyor…"* şeklinde görüş belirtmiştir. E18 tarafından verilen cevaba benzer görüşler diğer bazı katılımcılar tarafından da sergilenmiştir.

E12, bazı propagandalardan etkilense de sabit fikirlerinin de bulunduğunu söylemiştir. E12 *"…Yapılan propaganda tabi ki düşüncelerimin şekillenmesinde etkili olabilir ama sabit ve kendi fikirlerim de var…"*

şeklinde görüş ortaya koymuştur.

Az sayıda olsa da propagandalardan etkilendiğini söyleyen katılımcılar da bulunmaktadır.

E6*"…Yapılan propagandalar oyumu etkileyebilir. Sonuçta siyasal propagandalar ile uzakta kaldığımız Türk siyasetine karşı bir şeyler şekilleniyor zihninizde. Uzakta olduğunuz ve sadece vatandaşlık bağınız dışında hiçbir temasınızın olmadığı bir ülkenin siyasetini yapılan propagandalar ile takip etmeyi çok normal görüyorum. Propagandayı sanırım en iyi Recep Tayyip Erdoğan kullanıyor çünkü baktığımızda Avrupa'da en çok oyu alan kendisi, demek ki Erdoğan'ın propagandaları Avrupa'da başarılı oluyor…* şeklinde;

E10 de *"…Yapılan propagandalar oy verme tutumumu etkiliyor. Yani propaganda diye sorduğunuz şey eğer siyasetçilerin konuşmaları mitinglerde vs söyledikleri ise etkilemez olur mu? Sonuçta biz onları izliyoruz söyleyen kişilere dair fikir sahibi oluyoruz. Siyasiler kendi propagandalarını yaparak bizim oylarımızı almaya çalışıyorlar, kendilerini anlatıyorlar. E işte bu durum da sonuçta propaganda oluyor. Ben açıkçası söylemlere, konuşmalara dikkat ediyorum kim ne diyor takip ediyorum ona göre de çoğu zaman oy veriyorum. Tabi*

görüşüm de bulunuyor ama dediğim gibi konuşmaları, söylemleri takip ederim…" şeklinde ve

K3 ise; *"…Düşüncelerim yapılan propagandaya göre şekillenebilir. Ben sevdiğim siyasetçiyi dinliyorum gidiyorum oy veriyorum herhalde etkiliyor beni de propaganda…"*

şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Propagandayı önemli siyasal pazarlama araçlarından biri olarak gören yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşıma göre; oy almak amacıyla mevcut seçmenler ile iletişim ve etkileşim içerisine girmek, görüşmek ve konuşmak propaganda faaliyetleri arasında yer almaktadır. Propagandanın faaliyet unsurları içerisinde bulunan bu davranışlarla; karşılıklı dostluk, arkadaşlık geliştirme; dinleme ve karşılık verme zorunluluğu da ortaya çıkmaktadır. Bu unsurlar propaganda yapanın seçmen hakkında bilgi toplamasına da fırsatını vermektedir. Propaganda hem en eski iletişim ve etkileme sanatı hem de seçmenle ilişki kurmada kimi zaman en etkili iletişim yolu olabilmektedir (Tan, 2002: 74). Propaganda vesilesiyle iletişim kurmanın seçmen üzerinde olumlu etkisinin olduğuna dair araştırma bulguları da bulunmaktadır. Eroğlu ve Bayraktar (2010) tarafından yapılan bir çalışmada örneklem katılımcılar bilgilendirme amaçlı propagandadan, yüz yüze iletişim şeklinde yapılan ve kitle iletişim araçlarıyla yapılan propagandalardan olumlu/olumsuz etkilendiklerini dile getirmişlerdir. Aynı çalışmada dile getirmenin önemli olduğunu düşündüğümüz bir diğer husus ise; seçmenlerin büyük çoğunluğunun ideolojik olarak oy verdiği sonucudur. Yani seçmenler her ne kadar siyasal pazarlama yöntemlerinden biri olarak değerlendirdiğimiz propagandadan belli ölçüde etkilenmiş olsalar da ideolojik olarak oy vermeyi daha önceledikleri görülmüştür (Eroğlu ve Bayraktar, 2010: 204-206).

Propaganda daha önce de belirttiğimiz üzere seçmeni etkileyen faktörler içerisinde *araçsal faktörler* altında ele alınmaktadır. Araçsal faktörlerden olan bu faktör, belirttiğimiz üzere aynı zamanda siyasal pazarlama araçlarıyla da yakından ilişkili bir unsurdur. Propaganda ile seçmenleri etkilemek isteyen adaylar ve partiler hem medya kanalıyla hem de yüz yüze yapacakları propaganda çalışmaları sayesinde seçmenleri kendilerine oy vermeleri yönünde ikna etmeye çalışırken, rakiplerine neden oy vermemesi gerektiği konusunda da bir ikna çabası içine girebilmektedirler. Dolayısıyla propaganda çok yönlü faktörleri içerisinde barındıran önemli iletişim unsurlarından biri olarak düşünülebilir.

1.4.KÜLTÜREL DEĞERLERİN SEÇMEN DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Avrupa'daki Türkiye Aleyhine yapılan propagandaların Almanya'daki seçmenlerin eğilimlerini ne yönde etkilediğini belirlemek adına katılımcılara "***Yaşadığınız ülkedeki Türkiye karşıtı siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir?"*** sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların görüşmeler esnasında tarafımıza verdiği cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

Görüşme yapılan katılımcı;

> **E4** *"…Çok etkilidir, ayrı bir milliyetçilik motivasyonu veriyor. Bu milliyetçilik motivasyonu oy verme eğilimimde etkili oluyor. Yani mesela ben oy vermeye bazen gitmek istemeyebiliyorum ama böyle bu yaptıkları Türklere karşı yapılanlar aklıma geldikçe gidip inadına oy kullanmak geliyor içimden. Bence özellikle Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan üzerinden bize karşı olumsuz şeyler yapıyorlar. Ben öyle yaptıkları için açıkçası daha da bağlanıyor inadına Erdoğan'a oy veriyorum…"* şeklinde görüş belirtmiştir.
>
> **E5** *"…Türkiye karşıtı eylem ve ifadeler sadece vatanımızın kıymetini kat kat daha iyi hissetmemizi sağlıyor. Onlar bize ne derse desin biz ülkemizi, vatanımızı seviyoruz. Oy verip vermemem önemli değil onların söyledikleriyle alakalı olmasa da durum ben açıkçası ülkem, vatanım için daha içten gidiyorum sandığa. Bizi engellemeye çalışsalar da aslında daha da perçinliyorlar…"* şeklinde,
>
> **E19;** *"…Türkiye karşıtı propagandalar ülkeme bağlılığımın artmasına neden oluyor. Oy verme tutumumda buna göre şekillendiği zamanlar oluyor. Özellikle bir ara bu referandumda ülkemizin bakanlarını vs hatırlarsanız engellediler buraya gelip konferans yapmasını o zaman baya kızmıştım açıkçası. Resmen Türkiye aleyhine çalıştılar çifte standart yaptılar. Herkese izin verdiler ama ülkemin, vatanımın resmi bakanlarına vs izin vermediler. Ben buna inat oy kullandım, kullanıyorum…"* şeklinde cevap verirken
>
> **K4** kodlu katılımcı; *"…Yapılan propagandalar milliyetçi duyguları tetikliyor bu da oy vermemde oldukça etkili. Oyumu verirken lider odaklı oy veriyorum yani kim daha milliyetçi konuşuyorsa ben ona göre oyumu veriyorum çünkü burada Türkiye düşmanlığı yapıyorlar açıkçası…"* diyerek sorumuza yanıt vermiştir.
>
> **K7** ise; *"…Hoş karşılamıyorum tabi ki ve bu durum karşısında Türkiye daha güçlü olsun ki kimsenin sesi çıkamasın istiyorum. Her zaman oyumu kullanırım ülkem, vatanım için…"*
>
> şeklinde görüş belirtmiştir.

E4, E5, E19, K4 ve K7 olarak kodladığımız katılımcıların sorumuza verdiği yanıta baktığımızda Avrupa'da yaşanan Türk karşıtı propagandaların seçmenlerin oy eğilimlerinde etkili olduğu görülmüştür. Türkiye aleyhine yapılan propagandaların

Türklerin daha milliyetçi tutum sergilemesine neden olduğuna dair görüşler de bulunmaktadır. Katılımcılar kimi zaman oy tercihlerinde Türk karşıtı propagandaları da göz önünde bulundurmaktadır. Bu durum yine *araçsal faktörler* içerisinde ele aldığımız seçmen davranışını etkileyen *psikolojik faktör* olarak değerlendirilebilir. Seçmenler oy eğilimlerini sergilerken etraflarında olan bitenden etkilenmekte ve bir davranış sergilerken duygusal durumlarından etkilenebilmektedir. Hem psikolojik faktör olarak adlandırdığımız faktör neticesinde hem de seçmenin bireysel kararları neticesinde aleyhte propagandaların seçmenlerin sandığa katılımlarını arttırdığını söyleyebiliriz. En son 2018 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde seçmenlerin katılım oranı bir önceki seçimlere nazaran artış göstermiştir.

Katılımcılardan **E18** verdiği cevapta:

> *"…Burada bizim de Türk olduğumuz için başımıza gelenler ve seçim süreçlerinde yapılan propagandalar seçim anlamında bir düşünce kayması ya da fikirsel kopukluklar yaşatmamaktadır. Çünkü oluşan bu propagandaları takip edip ve hızlı bilgiye ulaşım aracı olan sosyal medya aracılığı ile bilginin doğruluğu çeşitli kaynaklardan teyit edilmektedir. Bundan dolayı verdiğim oyu, Türkiye aleyhine yapılan propagandalar etkilememektedir…"* şeklinde görüş bildirmiştir.
>
> **E10** ise; *"…Burada Türkiye aleyhine yapılan propagandalar benim Türkiye'de oy kullanmamı etkilemiyor. Sadece bu durumları kendi zihnimde not etmiş oluyorum diyebilirim yani bizim aleyhimizde iş yapsalar ki zaten öyleler ben yine de kendi görüşüme göre oy veririm benim duruşumu etkilemez, etkilemiyor…"* şeklinde görüşünü belirtmiştir.
>
> **K6;** *"…Almanya'daki propaganda beni hiç etkilemez, Türkiye'ye bakar, Türkiye'yi dinlerim. Önemli olan benim siyasilerim, siyasetçilerim. Liderim ne diyor yoksa elin Alman'ına ne benim verdiğim oydan…"* derken
>
> **K11** ise; *"…Hiçbir şekilde etkilemiyor çünkü Almanya'daki Türkler Almanya'nın yalancı basınına kulak asmıyor. Biz kendi Türk haberlerimize bakıyor Türk siyasetimizi takip ediyoruz Almanların yanlı ve Türk düşmanı haberlerini değil ben oy verirken yapılan olumsuz propagandalardan etkilenmiyorum…"*
>
> şeklinde sorumuza yanıt vermiştir.

E18, E10, K6 ve K11'in ortaya koyduğu görüşlerden anlaşılacağı üzere ise; bir kısım seçmenin de yapılan propagandaları hiçbir şekilde önemsemediği, kendi görüşlerine sahip çıkıp Türkiye'de desteklediği partiler tarafından gelecek işarete kulak astığı belirlenmiştir. Seçmenlerin olumsuz propagandaların gerçekliğine dair net bilgiyi bulmak adına kendi yöntemleriyle araştırmalar yaptığı da saptanmıştır. K11 katılımcısı

ise; aleyhte yapılan propagandanın hem etkilemediğini belirtmiş hem de Almanya basınını 'yalancı basın' olarak tanımlamıştır.

Katılımcılardan bazıları bu sorumuza Almanya seçimlerindeki oy davranışlarına göre yanıt vermeyi tercih etmişlerdir. Bu bağlamda;

> **E12,** *"…Muhakkak her ülkede ve millete olduğu gibi burada da aşırı sağcı gruplar var ve ben oy verirken daha yumuşak bir partiye oy veriyorum daha az etnik politika üreten partilere diyelim…"* şeklinde fikir beyan ederken
>
> **E17** ise; *"…Elbette çoğu Avrupa ülkesinde olduğu gibi Almanya'da da Türkiye karşıtı bir siyasi propaganda var. Bu Türk karşıtlığına karşı bizi en iyi savunan siyasi parti elbette muhabbetimi celp edecektir. Yoksa zaten çoğu Türkiye karşıtı konuşmalar yapıyor. Özellikle son zamanlarda Türkiye düşmanlığına dair baya söylemleri oluyor partilerin…"* şeklinde cevap vermiştir. Yine katılımcılardan
>
> **K2** de; *"…Bu propagandaların varlığı beni o sağcı gruplarla birlikte hareket edenlerin tersi yöndeki partilere oy vermeme sebep oluyor…"* şeklinde görüş belirtmiştir.
>
> **K15;** *"…Etkiler. Faşist bir yapıya tabi ki oy vermeyeceğim. Beni yok sayan ırkımı yok sayanlara neden oy vereyim…",*
>
> **K17** ise; *"…Bir dönem DIE LINKE adlı siyasi partinin görüşlerini seviyordum. Terör örgütü PKK'ya destek verdiklerini öğrendikten sonra desteklemekten vazgeçtim…"*

şeklinde fikirler ortaya koymuşlardır.

Görüldüğü üzere; E12, E17, K2, K15, ve K17 kodlu katılımcılar, Almanya'daki oy kullanım eğilimlerini sergilerken Almanya'da Türkiye aleyhine yapılan propagandalardan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Bu kapsamda Almanya seçimlerinde Türkiye aleyhine propaganda yapan aday ve partilerin Almanya'nın en fazla göçmen nüfusuna sahip Türklerden oy alması zorlaşmaktadır. K17'nin ortaya koyduğu fikir bu düşüncemizi desteklemektedir. Die Linke adlı bir partiye daha önce oy verdiğini belirten K17, daha sonra Die Linke'nin PKK'ya destek vermesinden ötürü oy eğiliminde değişikliğe gittiğini belirtmiştir.

Sonuç olarak seçmenlerin milli değerleri önceleyerek oy eğilimleri gösterdiğine dair görüşler ve doneler ortaya konmuştur. Bu durum seçmenlerin Almanya'da yaşadığı süre zarfı içerisinde Türkiye aleyhine olumsuzluklardan rahatsızlık duyduğunu da ortaya çıkarmıştır. Newman ve Sheth (1985)'in belirttiği ve bizim de şekil 5'te ele aldığımız üzere seçmen davranışlarının birden fazla etmenden etkilendiğini daha önce belirtmiştik. Newman ve Sheth'in varsayımına göre; seçmenin tercih davranışını etkileyen

unsurlardan biri de *duygusal güdüler*dir. Duygusal güdüler teorisine göre seçmen umut, sorumluluk, vatanseverlik gibi durumlardan etkilenerek oy eğiliminde bulunabilirler. Bu durumda seçmenin kültürel bir unsur olarak oy tercihinde milliyetçi bir tutum sergilemesi seçmen bireyin duygusal güdüler ile hareket edebildiğini göstermektedir.

Bu noktada seçmenlerin oy eğilimlerinin iki farklı şekilde vücut bulduğu da söylenebilir. Bazı seçmenler bu Türkiye aleyhine olan propagandalardan rahatsızlık duyarak sırf bu saikle oy vermeye gittiği ve tercihte bulunduğunu belirtirken, bazı seçmenlerin ise Türkiye aleyhine propagandalardan rahatsızlık duysa bile bu durumun sandık tercihlerini etkilemediğini belirtmişlerdir. Diğer yandan seçmenlerin Almanya'daki seçimlerde oy kullanırken de milli değerlere; bir diğer söylemle Türkiye aleyhine olmayan partilere oy verdiği görülmüştür.

1.5.OY VERİLEN ADAYIN/PARTİNİN TERCİHİNDE İDEOLOJİ VE LİDER FAKTÖRÜNÜN ETKİSİ

Katılımcıların oy verdiği adayı ve/veya partiyi tercih etme sebepleri de bu çalışmamız kapsamında araştırılmıştır. Bu kapsamda katılımcılara ***"Oy verdiğiniz adayı tercih sebebiniz nedir ve adayın partisinin tüzük, lider, ideoloji faktörü sizin için ne kadar etkilidir?"*** sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdiği cevaplar aşağıda gösterilmiştir.

Katılımcı **E1:**

> *"…Benim için önemli olan partinin tüzük ve vaatleridir. Yurtdışındaki Türkler gayet iyi yararlanıyor konsolosluk ve resmi işlerden. Herşeye kolayca erişebiliyorum baya da yardımcı oluyorlar. Yani, vaatlerde biz var mıyız yok muyuz ona bakarım ben…"* şeklinde görüş belirtmiş, **E12** ise;*"…Partilerin tüzüklerine, seçtikleri liderlere ve Türk asıllı vatandaşlara hangi gözle baktığına dikkat ediyorum. Biz sonuçta gurbetteyiz bize karşı politikaları söylemleri neler bilmek isterim liderler nasıl düşünüyor benden neye göre oy istiyor ona göre karar veririm…"*

demiştir.

E1 ve E12'nin sorularımıza verdiği yanıtlara baktığımızda tercih etme sebepleri arasında tüzük faktörünün de yer aldığı görülmektedir. E12 verdiği cevapta tüzüğün yanında 'lider' faktörünü de ön planda tuttuğu tespit edilmiştir. E12'nin oy verdiği adayı ve/veya partiyi tercih ederken yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarına bakış açılarını da önemsediği görülmektedir. Bu durum Kalender (2000)'e göre; seçmeni etkileyen altı

faktör arasında saydığımız *siyasal parti ile ilgili faktörler* arasında sayılabilir. Bu unsur seçmenlerin oy eğilimlerini parti programı, parti lideri, parti vaatleri gibi faktörleri önceleyerek gösterdiğini bizlere belirtmektedir.

> **E6;** *"…İdeoloji olarak yakınlık önemli ama daha da önemlisi adayın liderlik profilinin yüksek olması diyebilirim…"* şeklinde görüş belirtmiştir.
>
> **E14'**te *"…İdeolojik yakınlık ve partinin, ülkenin geleceğine yönelik siyasi, ekonomik, sosyal etkisi önemli…"* derken
>
> **E15** ise; *"…İdeoloji tabi ki önemli bir etken ama seçmenler çok olağanüstü durumlar haricinde kafasındaki ideolojinin dışındaki adaylara oy vermezler. İdeolojiden sonra da adayların veya partilerin propagandaları, vaatleri gibi birkaç parametre daha devreye giriyor…"* şeklinde görüş belirtmiştir.
>
> **K15** de; *"…İdeolojik yapıları, düşünceleri, fikirleri ve uygulamaları beni oy verirken etkiler…"*
>
> **K16;** *"…Ülke yönetiminde toplumsal huzur ve güveni sağlayabilecek ideolojiyi yansıtan partiye oy veririm…"*
>
> **K18;** *"…Oy verdiğim adayın ideolojisi ve siyasi çalışmaları benim için oldukça önemlidir. Bunun üzerine lider ruhlu olması ve halkın fikirlerini ve görüşlerini önemseyen biri olması da benim için oldukça etkilidir…"*
>
> şeklinde yanıt vermiştir.

E6, E14, E15, K15, K16 ve K18'in ortaya koyduğu fikirleri birlikte değerlendirdiğimizde 'ideoloji' faktörünün bireylerin oy verme eğilimlerinde etkili olduğunu göstermiştir. Ancak, 'ideoloji' faktörünü önceleyen katılımcıların tek başına yalnızca ideoloji ile sınırlı bir çerçeve çizmedikleri de görülmüştür. Katılımcılar ideoloji ile birlikte 'lider' faktörü, vaatler, ekonomik ve sosyal durumlar da oy verme tercihlerinde etkili olduğunu katılımcılar belirtmiştir.

> Katılımcılardan **E17;**
>
> *"…Birinci kriterim ülke yönetiminde başarılı olup olmadığıdır ikincisi ise bize yurtdışında yapmış oldukları çalışmalardır…"* şeklinde görüş bildirmiştir.
>
> **K4;** *"…Ülke yönetimini doğru bulmamın etkisinin yanında öncelikli olarak dikkat ettiğim nokta yurtdışında Türklere yönelik yapılan çalışmalardır…"* şeklinde cevap vermişken,
>
> **K12** de *"…Benim ve çevremdekilerin haksızlığa uğradığımızda en çok kimin hakkımızı savunduğuna bakarım…"*

şeklinde cevap vermiştir.

E17, K4 ve K12'nin tarafımıza verdiği cevaplardan anlaşılacağı üzere; bazı seçmenler aday/parti tercihlerinde yurt dışında yaşayan vatandaşlara yönelik yapılan çalışmaları da önemsemektedir.

Seçmenlerin aday/parti tercihlerini etkileyen faktörleri anlamak üzere katılımcılarımıza sorduğumuz sorulara yanıt veren E4, E5 ve E19 ise; oy davranışlarında 'lider' faktörünü öncelemişlerdir. E4, E5 ve E19'a göre 'lider' faktörü ön plandadır. Seçmenler oy eğilimlerini lidere göre belirlemektedirler.

E4 verdiği cevapta;

> *"…Güçlü ve doğru bir lider, Avrupa'ya baş eğmeyen bir lider istiyorum…"* şeklinde görüş vermişken,
>
> **E5'**te bu sorumuza verdiği yanıtta; *"…Yönetici tabi ki önemli ama vatan çıkarlarına en yakın parti tercih sebebim olabilir…"*
>
> **E19;** *"…Lider faktörü en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Lider partiyi taşıyan ve yönlendiren kişidir. Diğer faktörler daha sonra etkilidir…"*

şeklinde görüş bildirmiştir.

Sonuç olarak; katılımcılarımızın bu bölümdeki sorulara verdiği yanıtlarda 'lider ve tüzük' faktörünün ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılarımızın verdiği yanıtlara binaen partilerin tüzüklerinin, ideolojilerinin aday profili ile birleşip 'lider' unsurunda birleşmesinin önem taşıdığı iddia edilebilmektedir. Lider faktörü seçmenin *araçsal faktörler*den etkilendiğini ortaya koyması açısından önem taşıyabilmektedir. Lider, tek başına sağlayacağı güven sayesinde bile tercihlerin değişebilmesinde ve seçime katılım oranlarında değişiklikler oluşturabilmektedir. Lider unsuru aslında *aday ile ilgili faktörler* arasında da sayılabilen unsurlar arasındadır. Adayın, yani liderin duruşu konuşması, üslubu, olaylara bakış açısı ve tepkileri gibi durumlar seçmenleri etkileyebilmektedir.

Bir diğer en etkin unsur olan ideoloji unsuru da seçmenler açısından önem taşımaktadır. Seçmenlerin ideolojik olarak kendilerine yakın hissettikleri adaya oy vermesine olası gözle bakılırken, ideolojik olarak uzak hissettikleri parti/adaya oy vermesi beklenmemektedir. Görüldüğü üzere seçmenin oy eğilimleri lider merkezli ideolojiyle bağdaştırılmaktadır.

1.6.KATILIMCILARIN 24 HAZİRAN 2018 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİNDEKİ TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN UNSURLAR

Ülkemizde ve YSK tarafından belirlenen yurt dışı temsilciliklerimiz gümrük kapılarında yapılan 24 Haziran 2018 CB seçimlerine yönelik seçmen tercihlerini etkileyen unsurların tespiti için katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Bu kapsamda araştırmamıza katılan katılımcılarımıza ***"2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Oy Eğiliminde Neyi Ön Planda Tuttunuz?"*** sorusu sorulmuştur. Katılımcılarımızın verdiği cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

> **E7,** *"...Adayın açık sözlü olması ve yapılan çalışmalarda gerek olduğunda belgelerle destekleyebiliyor olması beni etkiledi. Sonuçta seçimlerde herkes bir şeyler söylüyor doğruluğuna bakarım kimin ne dediğine ve hangi kanıtlarla konuştuğuna bakarım…"* şeklinde görüş belirtmiştir.
>
> **E11,** *"…Muharrem İnce'nin seçim zamanı söyledikleri 360 ek gösterge ve öğretmenlere verdiği destek bilime verdiği önem. Büyük bilim merkezi kuracağım demesi beni etkiledi. Vizyoner ve geleceğe dönük planları olan bir aday olduğunu düşünüyorum bu yüzden de ona verdim…"* şeklinde cevap vermiştir.
>
> **E17,** *"…Ülkemizin geçirmiş olduğu bu zor günlerde tabiri caizse fırtınalı denizde gemiyi sağ salim idare edebilecek bir kaptan kim olabilir diye düşünüp karar verdim…"* şeklinde görüş bildirmiştir.
>
> **E18,** *"…Beni genellikle etkileyen husus oy verdiğim adayın siyasi tecrübe ve birikimleridir. Yıllardır siyasetin içinden gelmesi ve fidandan yetişerek bir ağaç oluşturması bende etki uyandıran sebeplerdendir. Gurbette hayatını sürdüren bir vatandaş olarak ben milliyetçi fikirleri ve vatanseverliği ile de beni cezp ettiğini söylemek isterim. Genel anlamda donanımsal anlamda bilgileri ve yapıcılığı beni etkilemiştir…"* şeklinde sorumuza yanıt vermiştir.
>
> **E15'**te *"…Türkiye'ye çağ atlatacağını düşündüğüm bir adaydı. Vaat ettikleri diğer adayların vaatlerinden farklı ve yapıcıydı…"* şeklinde görüş belirtmiştir.

E15 koduyla kodladığımız erkek katılımcıların verdiği yanıtları kısaca bu şekilde sıraladığımızda siyasi tecrübe ve bilgi birikim üzerine vurgu yapıldığı, milliyetçi söylemlere önem verildiği görülmektedir. Bununla birlikte; seçim sürecinde adaylar tarafından verilen vaatler de seçmenlerin davranışlarını etkilemiştir. Vaatleri önemseyen seçmenler, oy eğilimlerini bu vaatlere göre belirledikleri söylenebilmektedir. E17 tarafından verilen yanıtta ise; zor zamanlarda özellikle liderlik vasfıyla ortaya çıkan bir adayın tabiri caizse kriz yönetmesini bilen bir adayın seçmenleri etkilediği tespit

edilmiştir. Genel itibariyle; 2018 CB seçimlerinde erkek seçmenler aday vaatlerini önemsemiş; bilgi, birikim ve tecrübeyi ön planda tutmuştur.

Kadın katılımcılardan

> **K3;** *"...Duruşu fikirleri ve ilkeli birisi olması etkiledi. Almanya'da Türklere karşı artan düşmanlığa karşı Tayyip Erdoğan bize sahip çıktı..."*

şeklinde görüş belirtmiştir. K3'ün bu söylemi oy verirken liderlik vasıflarını ve özelliklerinin K3 üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bununla beraber K3 Almanya'da artan bir Türk düşmanlığı olduğunu belirterek Erdoğan'ın buna karşı Türklere destek söylemlerinden etkilendiğini bu yüzden de Erdoğan'a oy verdiğini belirtmiştir.

> **K4** kodlu katılımcımız ise; *"...Liderlik vasfi, vatandaşına sahip çıkması oy vermemi etkiledi..."*

şeklinde belirttiği görüşten anlaşılacağı üzere hem liderlik özellikleri hem de yurt dışında yaşayan vatandaşlara sahip çıkıcı politika ve söylemlerde bulunması seçmeni etkilemiştir ve oy eğiliminin oluşmasında etkili olmuştur.

> **K11** *"...Ülkenin gelişimi etkiledi. Senede bir kere geldiğimiz için gelişmeleri daha iyi idrak edebiliyoruz, her sene gittikçe ülkenin düzelmesi görüldüğünü için..."*

şeklinde görüş belirtirken seçmen davranışını belirlerken, ülkenin gelişme düzeylerini yurt dışından ziyaret için Türkiye'ye her geldiğinde daha iyi gördüğünü söylemiştir. Yurt dışında yaşayan K11 ülkesinin gelişmesi önceleyerek oy davranışı gösterdiği görülmektedir.

> **K13** de *"...Öğretmen kökenli bir aday olması ve söyledikleri mantık içerisinde mantıklı bulmam..."*

şeklinde görüş belirterek adayın mesleki özelliklerinden mesleği olan öğretmenliği ön plana çıkarmıştır.

Türklerin Almanya'da en fazla desteklediği parti olan SPD'nin eski genel başkanı Martin Schulz'a göre de Türkiye'deki seçimlerde Türklerin oy eğilimlerini Erdoğan olarak belirlemelerinin temel sebebi Almanya'da hala ayrımcılık yaşıyor olmalıdır. Erdoğan'ın Almanya'daki oy oranının yüzde 64'ün üzerine çıkması Türklerin Almanya'da hala gerçekçi bir eşitliğe sahip olamayışlarıyla alakalıdır. Türkler yaşadıkları ayrımcı politikalar nedeniyle oy eğilimlerini Almanya'da Erdoğan lehine kullanmaktadırlar. Schulz'a göre; Almanya'da Türklere günlük hayatta sorulan

“Almanca da konuşuyor musunuz?” sorusu ve ev, iş ararken yaşadıkları sıkıntılar da bu davranışlarda etkili olmaktadır (DW Türkçe, 2018).

1.7.KATILIMCILARIN ALMANYA SEÇİMLERİNDEKİ PARTİ TERCİHLERİ

Katılımcıların Almanya seçimlerindeki parti tercihlerini anlayabilmek ve tespit edebilmek adına “***Yaşadığınız ülkede oy verme davranışınız ne yöndedir? a- Sol Partiler Tercihimdir, b- Sağ Partiler Tercihimdir, c- Almanya’da oy kullanmıyorum”*** sorusu yöneltilmiştir. Yarı yapılandırılmış soru formumuzdaki çoktan seçmeli sorulardan biri olan bu soruya verilen yanıtlarımız aşağıda gösterilmiştir.

Almanya’daki seçimlerde oy kullanan **E1, E2, E8, E16, E19 K4, K6** kodlu katılımcılarımız *“Sol partiler tercihimdir”* yanıtını vermiştir. **K11, K8, E14, E13** ise; tercihini sağ partilerden kullandığını ifade etmiştir. Diğer katılımcılarımız ise; Almanya’da oy kullanmadıklarını ifade etmişlerdir.

Almanya’daki Türklerin Almanya seçimleri için oy eğilimler genellikle sol yönlü olmaktadır. Almanya’da Türk kökenlilerin geleneksel olarak oy verdikleri parti merkez soldaki Sosyal Demokrat Parti (SPD) olmuştur. Ancak, Almanya’da en son yapılan Eylül 2017 seçimlerinden önce Türkiye karşıtı söylemlerin sol partiler nezdinde de gelişmesi Türklerin oy davranışlarında değişikliğe gitmesine neden olmuştur.

Almanya göç, mülteci ve uyumdan sorumlu devlet bakanı olan Aydan Özdoğan’ın 2016 yılının sonunda Alman Vakıflar Bilirkişi Kurulu Araştırma Bölümüyle yapılan araştırma sonuçlarına dayanarak verdiği bilgilerde Almanya’da yaşayan Türklerin yüzde 70’inin SPD’yi desteklediğini belirtmiştir (Anadolu Ajansı, 2016).

Türkiye’de 2017 Nisan ayında yapılan Anayasa değişikliği referandumunda Almanya’da yaşayan Türklerin ‘hayır’ oy vermesi için çağrı yapan ve Cumhurbaşkanı Erdoğan ile Almanya’daki Türk buluşmasına karşı çıkan SPD lideri Schulz bu değişikliğin temel sebeplerinden biri olduğu düşünülmektedir. Bu duruma dair bilgi veren Avrupalı Türk Demokratlar Birliği Genel Başkan Yardımcısı Asiye Bilgin’in bir röportajda verdiği bilgiler de bu yönde olmuştur. Bilgin’e göre (2017); SPD’nin Türk seçmenlerin oylarını kaybetmesindeki asıl sebep SPD’nin ırkçı söylemler geliştirmesidir. Özellikle SPD’ye yakın olan Türk muhafazakâr seçmen, Türkiye’ye karşı takınılan tutum nedeniyle SPD’ye karşı kopuş içerisinde olduğu düşünülmektedir (Bilgin, 2017).

Duisburg-Essen Üniversitesi ile Köln Üniversitesi'nin birlikte gerçekleştirdiği araştırmada ise; Türklerin Eylül 2017'deki Almanya seçimlerinde oy verdiği partilerin dağılımı şu şekilde olmuştur. Almanya'daki Türk kökenlilerin yüzde 35'i merkez sol partisi SPD'ye, yüzde 20'si merkez sağ partilerinden Hristiyan Demokrat Parti (CDU/CSU)'yu, yüzde 16'sı ise Sol Parti (DIE LINKE)'yi tercih etmiştir (Perspektif, 2018).

1.8.ALMANYA'DAKİ TÜRK KARŞITLIĞININ VARLIĞINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Katılımcıların Almanya'daki Türk Karşıtlığının varlığına ilişkin görüşlerini tespit etmek amacıyla katılımcılara "***Almanya'da Türk Karşıtlığı/düşmanlığı/ korkusu olduğunu düşünüyor musunuz?"*** sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdiği yanıtlar aşağıda belirtilmiştir.

E1 sorumuza verdiği yanıtta;

> *"…Evet. Ancak bunu genelde belli etmemeye çalışıyorlar. Yani yaptıkları düşmanca olaylar sanki normalmiş gibi davranıyorlar böyle yaptıkları oluyor ama zaten Türklere karşı bir düşmanlıkları olduğu çok belli her gün haberlerde görüyoruz geçmişte de bir sürü örnek yaşandı…"*

şeklinde görüş bildirmiştir. E1'in bu söylemi Türk karşıtlığı ve düşmanlığının var olduğunu ancak bunun adeta içten içe yürütüldüğünün iddiası niteliğindedir.

E17'de verdiği cevapta

> *"…Evet bulunmaktadır. Tarihi karanlık ve birçok kötülüklerle dolu olan Almanya bu tehlikeli ideolojilerini halen atabilmiş değiller. Kimi aleni kimi gizlide olsa hala faşist ruhlu insan bulunmakta…"*

şeklinde görüş belirtmiştir. E17 kodlu seçmenin ifadesiyle kötü tarihten gelen şöhreti günümüzde de devam etmektedir. Almanya'da hem aleni şekilde yapılan bir Türk düşmanlığı hem de gizlice içten içe yapılan bir Türk düşmanlığı/karşıtlığı bulunmaktadır.

Katılımcılardan **E4, E6, K13** ve **K15** bahsini ettiğimiz Türk düşmanlığının gözle görülür şekilde olduğunu hatta kimi zaman bu düşmanlığını 'saldırı' boyutlarına ulaştığını söylemişlerdir.

> **E4** *"…Evet, camilere ve Müslümanlara saldırılar oluyor bu saldırılar hem biz Müslümanlara düşmanca tavırlar takınmalarından ötürü oluyor hem de Türklere karşı düşman olmalarıyla da alakalı bir şey bu…"* şeklinde görüş belirtirken

> **E6** da bu durumu *"…Evet. Çifte standart ve ırkçı saldırılar olduğu bir sır değil. Özellikle Türklere ait iş yerlerine veya ibadet ettiğimiz alanlarda daha fazla şiddet, düşmanlık görüyoruz…"* şeklinde ifade etmiştir.
>
> **K13** ise; *"…Evet var. Ne kadar Almanya'da kendini evde hissetsem de ara ara karşına biri çıkar ve öyle olmadığını hatırlatır sana. En son yaşadığım yerde 9 kişi öldürüldü…"* şeklinde görüş bildirerek Almanya'da Türk karşıtlığının ileri boyutlarını ortaya koymuştur.
>
> **K15** de *"…Evet. Otobüste giderken bir grup Türkçe konuştuğumu fark edince 'defol ülkene' dediler sözle ilk defa olsa da davranış ve gözlerle her an yapılıyor…"*

şeklinde görüş belirtmiştir.

> **K17;** *"…Özellikle şu son 3-4 sene içerisinde daha fazla arttığını düşünüyorum. 11 Eylül olaylarından bu yana yabancı düşmanlığını en çok hissettiğimiz zamanlardayız. O zamanlar yabancılara karşı genel bir tutum vardı fakat şu an Türklere karşı böyle bir tutumun arttığını belirtebilirim…"*

şeklinde görüş belirtmiştir.

K17 tarafından ortaya atılan iddiaya göre; Türklere karşı düşmanca tavırlar diğer bir tabirle Türkofobi artmıştır. K17'ye göre özellikle son 3-4 sene içerisinde bu durum daha hissedilir bir hal almıştır. Nitekim; YTB tarafından ve çeşitli kuruluşlar tarafından ortaya konulan raporlarda hem Avrupa'da hem de Almanya'da Türklere karşı saldırılar ve düşmanca tutumlar son yıllarda artış göstermiştir[3]. 2016 yılında Avrupa'da Türklere karşı saldırıların sayısı 128 iken 2019 yılında sadece Almanya'da bu sayı 149'a kadar çıkmıştır. Bu durum katılımcıların verdiği cevapları kanıtlar nitelikte verilerin olduğunu bizlere göstermiştir.

> **E7** kodlu katılımcı *"…Evet. Genelde insanlar kendi ırklarından olanlarla yakınlık kurmak istiyor…"* derken
>
> **E14** *"…Evet, kurumsal ırkçılık zaten var, günlük hayatta da zaten var olan ırkçılık daha görünür hale geldi…"*

şeklinde ifade ettiği 'ırkçılığa' bir diğer ifadeyle yabancı düşmanlığının, Anti-Türkizm'in nasıl hedefi olduklarını ortaya koymuşlardır. Seçmenler Almanya'da Türk karşıtlığının 'ırkçılık' şeklinde vuku bulduğunu ve son zamanlarda artış olduğunu ifade etmişlerdir. E14 ayrıca 'kurumsal ırkçılık' şeklinde bir tanım da yapmıştır.

[3] Konuya dair detaylı bilgiler ve kaynaklar önceki bölümlerden olan "Avrupa'da Türk Karşıtlığı" bölümünde bulunmaktadır.

> **K11'**in *"…Hem de ileri derecede, kendim başörtülü bir Mühendisin ve gözlemleyebiliyorum ki benimle birlikte mezun olan tüm Alman (görünümlü) arkadaşlar anında iş bulabiliyorlar, lakin ben ismim yabancı olduğundan ve başörtülü olmamdan ötürü (başka başörtülü arkadaşlarda da aynı sorun) sıkıntı çekiyoruz maalesef…"*

şeklinde ifade ettiği bir Türk düşmanlığı bulunmaktadır. K11'e göre; Almanya'da Türk ismiyle iş aramak dahi bir problem olmaktadır. Bireylerin görünümleri, isimleri bile Alman toplumunu rahatsız eden figürler olmaktadır. Türkler hem kişisel yaşamlarında hem sosyal hayatlarında hem de iş hayatında bu düşmanlığı hissettiğini belirtmektedirler.

Bir diğer katılımcı olan **K7'**de hem başörtülü olduğu için hem de şekli olarak Almanlara benzemediğinden ötürü ayrımcılığa maruz kaldığını belirtmiştir.

> **K7** *"…Evet kesinlikle var. Dil olarak İngilizce bilseler bile Almanca konuşurlar, sarışın değilseniz ya da başörtülü iseniz yine garip bakışlara maruz kalabilirsiniz…"*.

K7 ifade ettiği bu durumla hem Türkçe konuştuğunda hem de giyim tarzıyla Almanların Türk karşıtı davranışlarına maruz kaldığını ifade etmektedir.

> **E8** *"…Evet, Türkler gibi yabancılara kucak açmıyorlar. İstemediklerini belli eden kesim çok var. Bize bakışları bile düşmanca çıkın gidin buradan der gibi ki zaten kimi zaman yolda ne bileyim otobüste felan denk gelip laf atıyorlar…"*

şeklinde ifade ettiği bir görüşle Türk insanı ile Almanları kıyaslamıştır. Bu kıyaslamada Almanların sıcakkanlı olmadığını ve Türkleri istemediklerini çok belli ettiklerini belirtmiştir. **K2** ve **K3**'te Almanların Türkleri bakışlarıyla bile rahatsız ettiğini, aşağılayıcı gözler ile baktıklarını söylemişlerdir. Bu da bize Almanya'da adeta her fırsatta ve imkanla bir Türk düşmanlığının var olduğunu iddia edebilmemizin dayanağını oluşturmuştur.

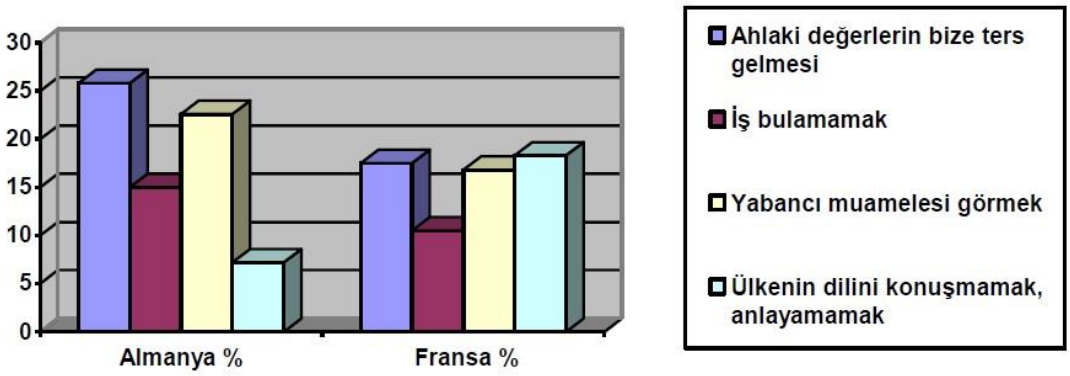
> **K2** *"…Var. Bize hep aşağılayıcı gözle bakıyorlar…"* derken K3 *"…Evet. Komşularım ve Türk olduğumu bilen herkes farklı bir gözle bakar ve konuşmak bile istemezler benimle…"*

diyerek bu durumları açıklamışlardır.

K8 ve **E3** kodlu katılımcılarımız ise bu sorumuza *'Hayır'* cevabı vererek Almanya'da bir Türk düşmanlığı/karşıtlığı olmadığını ifade etmişlerdir.

Nitekim; Almanya'da Türk karşıtlığının olduğuna dair görüşler Türkler tarafından yıllardır dile getirilmektedir. Kaya ve Kentel (2005) tarafından yapılan çalışmada aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Şekil 20. *Almanya/Fransa'da Türkiyeli Olarak Karşılaştığınız En Büyük Sorun Nedir?*



Kaynak: Kaya ve Kentel, (2005: 48).

Şekil 29'da görüldüğü üzere Almanya'da yaşayan Türklerin karşılaştığı en büyük sorun 'ahlaki değerler'den sonra *yabancı muamelesi görmek* olarak tespit edilmiştir. Almanya'da yaşayan Türklerin yüzde 25'ine yakını yabancı muamelesi gördüğünü dile getirmektedir. Yine aynı araştırmaya göre katılımcılara soruların *Almanya'da bir Türkiyeli olarak karşılaştığınız en büyük ikinci sorun nedir?* Sorusuna katılımcılar yüzde 18 ile birinci sıraya 'yabancı muamelesi görmek' sorununu yerleştirmişlerdir. Dolayısıyla Almanya'da var olan ırkçılık ve yabancı düşmanlığı, Türk karşıtlığının geçmişten gelen ve artarak devam eden bir sorun olduğunu bizlere anlatmaktadır.

1.9.ALMANYA'DAKİ TÜRK KARŞITLIĞININ POLİTİK TERCİHLERE ETKİSİ

Almanya'daki Türk karşıtlığının politik tercihlere etkisinin olup olmadığını öğrenmek için katılımcılara ***"Almanya'da yabancı düşmanlığı ve Türk Karşıtlığı oy verme eğiliminizi etkiliyor mu? A)Evet Etkiliyor, b) Hayır Etkilemiyor c)Kararsızım"*** sorusu çoktan seçmeli şekilde sorulmuştur. Katılımcılardan 7'si '*hayır etkilemiyor'* derken 2 katılımcımız *'kararsızım'* şeklinde yanıt vermiştir. Büyük çoğunluğu oluşturan 31 katılımcımız ise Almanya'daki yabancı düşmanlığı ve Türk düşmanlığının oy verme eğilimlerini, politik tercihlerini etkilediğini belirtmiştir.

Sorumuza verilen yanıtlardan da anlaşılacağı üzere Almanya'da Türk seçmenlerin davranışlarını etkileyen unsurlardan biri de Türk düşmanlığı ve yabancı düşmanlığıdır. Nitekim; Almanya'da Türklerin yıllardır en fazla desteklediği ve oy verdiği SPD'ye olan desteğin azalması buna bir örnektir. Bununla beraber, Türkiye'de yapılan seçimlere

katılım oranlarının hızlı bir şekilde artması ve Erdoğan'ın Almanya'da yaşanan ayrımcı politikalara karşı söylemler geliştirmesi sonucunda oylarında oluşan artış da iddiamıza dayanak teşkil etmektedir.

Bu teorimizi destekleyen bir diğer söylem de SPD eski genel başkanı Martin Schulz'un söylemidir. Türklerin Almanya'da en fazla desteklediği parti olan SPD'nin lideri Schulz'a göre; Almanya'daki Türkler Erdoğan'ı bir guru kaynağı olarak görmektedirler. Almanya'daki Türklerin çoğu kendini Erdoğan ile özdeşleştirmiş ve bu sayede yaşadığı onur kırıcı davranışları kendilerince dengelemişlerdir (DW Türkçe, 2018).

2.ÇALIŞMA ALANINDAKİ GÖZLEM VE TECRÜBELER

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurulu tarafından alınan izin ve karar gereği 2020 Mart ayı içerisinde bir kısmı Almanya'da gerçekleştirilen görüşmeler esnasında kişisel gözlemlerimizden kısaca bahsedilmesi akademik etik kurallar gereği yerinde olacaktır.

Almanya'nın Berlin eyaletinde en fazla Türk göçmenin yaşadığı yerlerde gerçekleştirilen görüşmeler esnasında genel itibariyle görüşme yapmak istediğimiz kişiler sıcak davranışlar sergilemiştir. Ancak, görüşme yapmayı kabul eden bireylerden bazıları siyasi sorulara yanıt vermekten kaçınmıştır. Bazıları da bu soruların sorulması esnasında görüşmeyi sonlandırmayı talep etmiştir.

Yapılan çalışmanın etik kurallar ve izinler çerçevesinde yapıldığı, kişisel verilen işlenmeyeceği ve bireylerin isimlerinin çalışmamız açısından önem arz etmediği belirtilse de görüşme yapmaktan çekinen seçmenler de olmuştur. Bahse konu bu durumlar esnasında not almamızı ve ses kaydı yapmamızı eleştiren katılımcılar da olmuştur.

Almanya'da yaşayan daha önceden tanışıklığımız olan bireylerin yardımıyla katılımcı kişilerin gözünde daha güvenilir bir imaj çizilmesi araştırmamıza katılım noktasında katkı sağlamıştır. Ayrıca, katılımcılarımız ile yapacağımız görüşmeler öncesinde farklı konular ve sohbetler edilerek iletişim kanallarının açılabilmesi sağlanmıştır. Almanya'da çalışmamıza katkı sağlayan katılımcılar sorularımız esnasında ve öncesinde yaptığımız sohbetlerde siyasi konulardan da bahsetmişlerdir.

Özellikle belirtmek gerekir ki; çalışmamızın Almanya'da yapılmaya başlandığı esnada tüm dünyada başlayan COVİD-19 pandemi sürecinin çalışmamıza olumsuz

etkileri de olmuştur. Görüşmeler esnasında siyaset konularının yanı sıra en fazla sözü edilen konu pandemi olmuştur. Pandemi sürecinin çalışmamıza yapmış olduğu en büyük olumsuz etki ise yüz yüze görüşmelerimizin yarıda kesilip Türkiye'den online olarak ya da Google Form üzerinden devam etmek zorunda kalınmasıdır. Tüm dünyada hızlıca yayılan ve başlayan kısıtlamalar nedeniyle sınırların kapatılmasına yakın Türkiye'ye dönüş yapılmıştır.

Kişisel gözlemlerimize dayanarak belirtmek gerekirse, Almanya'da *zenofobi'*nin *Anti-Türkizm/Türkofobi/Türk Karşıtlığı* nın var olduğudur. Özellikle kişilerin ten renginden, Türkçe konuşmasından rahatsız olunduğu Almanlar tarafından bariz şekilde hissettirildiği zamanlar yaşanmıştır. Herhangi bir soru sormak gerektiğinde yabancı olduğunuzu anlayan Almanların ısrarla Almanca konuşmaya çalışması da bu noktada bahsini ettiğimiz soruna dayanak teşkil etmektedir.

Son olarak; seçmenlerin Türkiye'de farkı partilere oy vermiş olsa da Almanya'daki oy eğilimleri esnasında Recep Tayyip Erdoğan etrafın birleştikleri görüşmeye katılanlardan ve çevrede sohbet ettiğimiz kişilerden aldığımız dönütlerle anlaşılmıştır. Bu kişiler ayrıca söylemlerinde Türkiye'ye haksızlık yapıldığına dair birtakım görüşleri de ortaya atmıştır. Ancak, bu görüşlere karşı çıkan bir kesimin de bulunduğu bilinmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Avrupa kıtasında irili ufaklı 48 ülke bulunmaktadır. Bu 48 ülkenin toplam nüfusu da 2019 sonu itibariyle 745 milyona yakındır. Diğer yandan Avrupa Birliği üyesi 28 ülkeyi temel alacak olursak bu nüfusun da 513 milyonun üzerinde olduğu bilinmektedir. Bu denli nüfusun birlikte yaşaması zorunluyken yabancı düşmanlığını Avrupa toplumunun dışarı çıkarmak gerekmektedir. Çalışmamız bir kez daha göstermiştir ki; her geçen gün artarak varlığını sürdüren 'yabancı düşmanlığı'nın son bulması gereken, üzerine çalışılıp yok edilmesi gereken bir olgu olduğudur. Ancak, siyasi söylemlerin ve aşırı sağın hızla artarak destek gördüğü bu dönemlerde sorunun derinine ve kaynağına inerek detaylı çalışmaların yapılması gerekliliği de bir gerçektir.

Derine inilerek detaylı araştırılması gerektiğini dile getiriyor oluşumuzdaki saiklerden biri de günümüzde vuku bulan yabancı düşmanlığının somut çıktılarının tarihten etkilenen unsurlardan oluşmasıdır. Şöyle ki; aşırı sağcı teröristler tarihten gelen ötekileştirme ve düşman görme politikalarının da etkisiyle yabancı gördüğü topluluklara karşı düşmanca eylemler gerçekleştirmektedirler. Somut çıktı olarak adlandırdığımız bu durumlara en güncel örnekler 2011 yılında Norveç'te saldırı gerçekleştiren ve 1'i Türk 77 kişinin ölümüne sebep olan Anders Behring Breivik ve 15 Mart 2019'da Yeni Zelanda'nın Christchurch eyaletinde Brenton Tarrant tarafından 50 kişinin ölümüne sebep olan terörist saldırıdır. Teröristlerden Tarrant tarafından yayımlanan ve 70 sayfalık manifestoda "Türklere" başlığı altında "*Topraklarınızda huzur içinde yaşayabilirsiniz, size zarar gelmeyecek. Boğaz'ın Doğu yakasında. Ama Boğaz'ın Batı yakasında bir yerde yaşamayı denerseniz, Avrupa'ya gelirseniz sizi öldüreceğiz. Konstantinopolis'e gelir, tüm cami ve minareleri yıkarız. Ayasofya minarelerden kurtulacak ve Konstantinapol hak edildiği gibi tekrar Hristiyan şehri olacak"* söyleminde bulunurken Norveç'teki terör saldırısını gerçekleştiren Breivik'te 1500 sayfadan fazla olan manifestosunda kendisini takip edecek aşırı sağcılar için motivasyonlar belirlemiş ve sunmuştur. Breivik "Avrupa Bağımsızlık Bildirgesi" adını verdiği manifestosunda Anti Türkizm içerikli söylemlerde bulunmuştur. İki saldırının da planlı ve programı yapıldığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca Hristiyan terörist Breivik'in manifestosunda Türkiye'nin Avrupa'dan uzaklaştırılması gerektiği; Türkiye'de Ermeniler, Kürtler ve azınlıkların baskı gördüğü, Kıbrıs Barış Harekâtından dolayı Türklerin Kıbrıs'ta işgalci olduğu ve Türkiye'nin NATO'dan atılması gerektiği gibi iddiaları da savunmuştur (Turan, 2011). Bu saldırıların tohumunda

Anti-Türkizm olduğu ve hedefte de Türklerin olduğuna dair güçlü emareler bulunmuştur (Özcan, 2019).

Görüldüğü üzere günümüzde hala daha var olan Türklere karşı kin ve nefretin tarihsel kökenden etkilendiğine dair tespitler de bulunmaktadır. Bu kin ve nefretin Avrupa'da hızla yükselen 'aşırı sağ'dan etkilendiği de bilinmektedir. Ayrıca, Avrupa'da aşırı sağ artarken buna karşı önlemlerin yeterli düzeyde alınmadığı da tespt edilmiştir. Avrupa'nın aşırı sağ ile mücadele etmeyip ayrıştırıcı politikalara devam ettiğine dair kanıtlarımız ise yine Avrupalı politikacıların söylemleri olmuştur. Avrupa'yı siyasi anlamda yöneten ve karar alıcı olan siyasetçiler aşırı sağ ve ayrımcılık ile mücadele etmenin ötesinde bu politikaları destekleyen argümanlar ve söylemlerde bulunmaktadırlar. Bu söylemlere güncel bir örnek şu şekilde verilebilmektedir; İtalya'da Başbakan yardımcısı ve İçişleri Bakanı Matteo Salvini *"Bizim için Türkiye, Avrupa değil ve asla da olmayacak. Katılım süreci durdurulmadı, kapatılıyor, tamamen kesiliyor çünkü Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ne alakası var. Bunu bana Halk Partisi ve sosyalistler açıklamalı. Bizim bu konuyla ilgili fikrimiz çok açık"* söyleminde bulunmuştur (Salvini, 2019).

Avrupa'da Anti Türkizm söylemlerinin kimi zaman daha da ileri giderek Erdoğanfobi ile birleştirildiği de görülmüştür. Özellikle 15 Temmuz sonrası FETÖ üyelerinin faaliyetleri Avrupa'da; bilhassa İngiltere, Fransa, Almanya Hollanda, Belçika gibi ülkelerde Türkofobi, ve Erdoğan düşmanlığının en önemli enstürmanları olarak karşımıza çıkmıştır. Hıdır'a göre (2016); FETÖ'nün Avrupa'da yaptığı Türkiye karşıtı çalışmalar Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarına, Türk kamu kurum ve kuruluşlarına ve sivil toplum örgütlerine de bakış açılarının değişmesine sebebiyet vermiştir. Bu çalışmalar geçmişte Türkler üzerinden kurulan askeri ve daha sonra dini temelli karşıtlık ve korkunun yerini şimdilerde bir takım kesimler tarafından Erdoğan korkusu ile birleştirilip Türkofobi'nin zihinlerde canlı tutulmasını hedeflediği düşünülmektedir. Bununla beraber; Batı'da AB çözülme içine girip, aşırı sağcı popülist söylemler artarken, kimi zaman da Türkofobi ve Anti – Türkizm; Cumhurbaşkanı Erdoğan üzerinden Avrupa'da hortlatılmaya da çalışılmıştır. 15 Temmuz hain darbe girişimi sonrası *"Erdoğansız bir dünya görecektim; 15 Temmuz'un başarısız olmasına üzüldüm"* diyen, Hollanda'daki ırkçı parti (PVV) lideri Geert Wilders Batı'daki kin ve nefretin seviyesini de bizlere göstermiştir (Hıdır, 2016).

Avrupa'da artan Anti – Türkizm'e Türkiye'den de söylemler ile cevap verildiği görülmüştür. Örneğin; 2019 yılında Yeni Zelanda'da camilere yönelik terör saldırısı gündemiyle bir araya gelen İslam İşbirliği Teşkilatı Acil İcra Komitesi Toplantısı'nda Cumhurbaşkanı Erdoağn tepkisini şu şekilde dile getirmiştir; *"Neonazi örgütler, ırkçı çeteler, fanatik sağ partiler, İslam düşmanlığı üzerinden iktidar hevesi kuran muhteris siyasetçiler; işte bu insanları, sayıları yüz milyonlarla ifade ettiğimiz böyle bir kitleyi hedef alıyor. İslamofobi, Zenofobi veya aşırı sağ diye tarif edilen bu yapılar artık politik akımlar olmaktan çıkmıştır. Artık bu kavramlar karşımızdaki gerçeği anlatmakta yetersiz kalmaktadır. Şu anda karşımızda açıkça bir İslam düşmanlığı, Müslüman nefreti yaşanmaktadır"*. Erdoğan, insanlığın Holokost sonrasında antisemitizm ile nasıl mücadele etmişse, yükselen İslam düşmanlığıyla da aynı kararlılıkla mücadele etmesi gerektiğini de vurgulamıştır (Erdoğan, 2019). Böylelikle Erdoğan, Avrupa'da mücadele edilmesi gerekenin sadece Anti Türkizm değil İslam düşmanlığı ve İslamofobi olduğunu da dile getirmiştir.

Sovyetlerin yıkılmasıyla birlikte Avrupa'nın ideolojik olarak boşlukta kalmasını İslamofobi'yi alevlendirerek doldurmak isteyen bir kitle Avrupa'da var olduğu belirlenmiştir. Bu kitle olan ve olabilecek her türlü ekonomik, siyasi vb. olumsuzlukların kaynağını göçler aracılığıyla Müslümanlara yükleyerek nefret ve düşmanlığı ayakta tutmaktadır. Avrupa'nın tarihsel olarak kendisine miras bıraktığı ırkçılık ve akabinde yabancı düşmanlığı kendi alt dallarında adeta ayrılarak 'İslamofobi' olarak evirilmiş ve buna yönelik politikalar Avrupa'da vücut bulmuştur (Kedikli ve Akça, 2017: 89).

Avrupa'nın başından beri kendi içerisinde kurmaya çalıştığı 'ulusüstü kimlik' çalışmaları da böylece mevcut haliyle başarısız olmuştur. Bunun sebeplerinden biri de kendini Müslüman olarak tanımlayan bazı terör odaklarının eylemlerinin tüm Müslümanlara mal etmesi olmuştur. Bu durumlar aslında sonuç olarak Avrupa'da aşırı sağın önce siyasette sonrasında sokağa yansıyarak artmasına neden olmuştur. Aşırı sağ, bu algıları kullanarak kendine Avrupa'da alan açıp kendi görüşlerini Avrupa'ya dayatan rantlar da sağlamıştır.

Şüphesiz Avrupa'da artan bu İslamofobi; tek bir sebep ile yükselen bir olgu değildir. Adeta planlanmış ve bilinçli olarak attırılan olaylar üzerinden yükselişe geçirilen bir olgu olarak görülebilir. Öyle ki; bireyleri Avrupa'da aşırı sağa yönlendirme adına tüm araçlar kullanıldığı da iddia edilebilir. Örneğin; kişiler sosyal medya hesapları üzerinden bir kişiyi/seçmeni 70 bin ayrı veri noktası üzerinden tanımlayarak, çeşitli algoritmalar ile

onları manipüle ederek, istedikleri yere, istedikleri şekilde yönlendirebildikleri de ortaya çıkmıştır. Bunun gerçekleştiği son olay ise İngiltere'de yapılan Brexit oylaması olmuştur. Brexit oylaması sonrasında ortaya çıkan skandala göre; Brexit oylaması öncesinde sosyal medya üzerinden seçmenlerin verilerinin işlenerek çeşitli algoritmalara ayrıldığı ve bu sağlanan veriler ile algoritmaların üzerine çalışmalar yapılarak kitlelerin yönlendirildiği belirlenmiştir (Amer & Noujaim, 2019).

Tüm bu bilgiler ışığında, İslamofobi'nin Avrupa'da tekrar tanımlanması, ayrı bir suç olarak değerlendirilmesi ve mücadele edilmesi gerekliliği açıktır. Ayrıca, İslamofobi'ye karşı tüm ön yargılar yıkılsa dahi Avrupa'da başka bir gruba öfke, nefret büyütülmeyeceğinin garantisi yoktur. AB'nin kuruluş ilkesi olan 'birlik – ulu üstü kimlik' unsurları Avrupa'da ön plana çıkartılmalı ve birlikte yaşama unsurları ön planda tutulmalıdır. Avrupa'da bu birlik ve beraberliğin sağlandığı taktirde radikal görüşlerin silineceği ve Avrupa'nın da 'birlikte' çok daha dayanıklı ve verimli bir birlik olacağı da ortadadır (Kedikli ve Akça, 2017: 90).

Araştırmamızdan ortaya çıkan sonuçlardan biri de Avrupa'da ve özellikle Almanya'da yaşayan Türk seçmenlerin Anti Türkizm'den etkilendiğini ve bu Anti Türkizm'in oy eğilimlerine de yansıdığı tespit edilmiştir. Seçmenlerin milliyetçi aday ve partilere Avrupa'daki Anti Türkizm'den ötürü daha yakın davrandığı, Almanya'ya ve Avrupa'ya entegrasyonunu da tam olarak sağlayamadığı görülmüştür. Türklerin birçoğu hala kendini Almanyalı ya da Avrupalı olarak adlandırmayı ikinci planda tutarak anavatanlarına bağlılık hissetmektedirler. Oy eğilimlerini ve davranışlarını sergilerken de propagandalardan etkilenmenin aksine milliyetçi söylemleri ve Almanya'daki Türkleri ön planda tutan söylemlere göre oy davranışları sergilemektedirler. Bununla beraber siyasi tercihlerinin oluşmasında en önemli faktörlerin başında 'aile' gelmektedir. Seçmenlerin siyasi parti tercihlerini 'lider' ve 'aile'ye göre şekillendirmekte akabinde ise kitle iletişim araçları ve diğer çevresel faktörlere göre davranışlar sergilemektedirler.

Araştırmamızdan çıkan sonuçlar ve tespitlerimize göre özellikle Avrupa'da yaşayan Türklere yönelik politikaların daha da hissedilir derecede arttırılmasının yararlı olacağını, 15 milletvekili çıkaracak bir potansiyele ve seçmen sayısına sahip Almanya'nın bir sistem ile kendilerine özel temsilcilerini seçmenin fayda sağlayacağını düşünmekteyiz.

Diğer yandan; Avrupa'da göç hareketleri ve açıkladığımız diğer unsurlardan ötürü hızla artan Anti Türkizm için yapılan çalışmaların arttırılması gerektiği, Anti Türkizm ile mücadelede bu alana özgü bir kurum, kuruluşun kurulmasının önem arz ettiği de araştırmamızın önerilerindendir. Almanya'da artık dördüncü, beşinci nesile dayanan Türk kökenlilere yönelik özel çalışmaların Türklerin anavatanlarına bağlılıklarını ve kendilerini Türkiye'ye ait hissetme konusunda, sahipsiz olmadıklarını görmeleri noktasında etkili olacağını düşünmekteyiz.

KAYNAKÇA

Ajansı, Anadolu. (2016, 11 16). *Almanya'daki Türk asıllılar SPD'yi Tercih Ediyor*. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/almanyadaki-turk-asillilar-spdyi-tercih-ediyor/686908 (Erişim Tarihi: 16.01.2020)

Akal, D. (2019, 06 13). DW Türkçe https://www.dw.com/tr/almanyadaa%C5%9F%C4%B1r%C4%B1-sa%C4%9Fc%C4%B1-ter%C3%B6r-tehdidi/a-49149475 (Erişim Tarihi: 02.08.2020)

Akgönenç, O. (2011). İslama Fobya İle Mücadele. *İslamafobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi* (s. 17-24). Sivas: Kemal İbn-i Hümam Vakfı.

Akgün, B. (2000). "Türkiye'de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeoloji ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O Dergisi*(4), 75-92.

Akgün, B. (2007). *Türkiye'de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven.* Ankara: Nobel Yayınları.

Aktaş, M. (2014). Avrupa'da Yükselen İslamofobi Ve Medeniyetler Çatışması Tezi. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 13*(1), 31-54.

Aliboni, R. (2006, 02). The EU, Islamophobia and Immigration,. 2-4.

Alkan, N. M. (2015). Avrupa'da Yükselen Irkçılık: Pegida Örneği. *Akademik Barış, 8*(16), 275-289.

Allen, C. (2007). Islamophobia And Its Consequences. C. Allen, V. Amiraux, T. Choudhurry, B. Godard, I. Karich, I. Rigoni, S. Silvestri, S. Amghar, A. Boubekeur, & M. Emerson (Dü) içinde, *European Islam Challenges For Public Policy And Society* (s. 148). Brüksel, Belçika: Centre For Eurpean Policy Studies.

Altun, F. (2020, 06 20). İletişim Başkanı Altun, 2019 Avrupa İslamofobi Raporu'nun Tanıtıldığı Web Panelinin Açılış Konuşmasını Gerçekleştirdi. Ankara. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-2019-avrupa-islamofobi-raporunun-tanitildigi-web-panelinin-acilis-konusmasini-gerceklestirdi/ (Erişim Tarihi: 22.06.2020)

Amer, K., & Noujaim, J. (Yönetenler). (2019). *The Great Hack* [Sinema Filmi].

Anadolu Ajansı. (2018, 05 13). *Sayılarla Yurt Dışında 24 Haziran Seçimleri*. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/sayilarla-yurt-disinda-24-haziran-secimleri/1143586 (Erişim Tarihi: 01.06.2020)

Anonim. (1961). Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun. https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.4.298.pdf (Erişim Tarihi: 02.01.2020)

Anonim. (1982, 10 18). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası.

Anonim. (1982). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf (Erişim Tarihi: 10.05.2020)

Anonim. (1983, 06 10). Milletvekili Seçimi Kanunu. https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2839.pdf (Erişim Tarihi: 12.06.2020)

Anonim. (2019, 12 17). *Tercihini Yap*. https://www.tercihiniyap.net/ozel-haber/avrupa-ulkeleri-nufusu-2019-h6402.html (Erişim Tarihi: 08.02.2020)

Aydın, K., ve Özbek, V. (2004). Ailenin Seçmen Davranışları Üzerindeki Etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 144-167.

Ayvaz, M. E. (2017). *2017 Almanya Federal Meclis Seçimleri Sağ Popülizmin Normalleşme Tehlikesi.* Ankara: SETA Vakfı.

Bade, P. (2011). 50.Yılında Göç Gerçeği Belgeseli. VTR Production.

Baers, H. (2018, 11 07). *DW Türkçe*. https://www.dw.com/tr/ara%C5%9Ft%C4%B1rma-almanyada-yabanc%C4%B1-d%C3%BC%C5%9Fmanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-y%C3%BCkseli%C5%9Fte/a-46190366 (Erişim Tarihi: 08.02.2020)

Baltacı, C., ve Eke, E. (2012). Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Seçmen Algısı: Isparta Örnek Olayı. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 4*(1), 115-126.

Basın İlan Kurumu (BİK). (2019, 02 07). *Hangi Ülkede Kaç Türk Vatandaşı Yaşıyor?* (F. Esnek, Editör) 01 19, 2020 tarihinde https://www.bik.gov.tr/hangi-ulkede-kac-turk-vatandasi-yasiyor/ adresinden alındı

Baştürk, L. (2015, 02 04). *Beş soruda İslamofobi*. https://www.dunyabulteni.net/dubam/bes-soruda-islamofobi-h320807.html (Erişim Tarihi: 20.05.2020)

Bayraklı, E. (2019, 03 15). Enes Bayraklı'dan Yeni Zelanda'daki Terör Saldırısına Yönelik Flaş Açıklamalar. (S. Gazetesi, Röportaj Yapan)

Bayraklı, E. (2019, 03 15). Enes Bayraklı'dan Yeni Zelanda'daki Terör Saldırısına Yönelik Flaş Açıklamalar. *Camilere Yönelik Saldırıların Perde Arkası*. AHaber. https://www.sabah.com.tr/video/turkiye/enes-bayraklidan-yeni-zelandadaki-teror-saldirisina-yonelik-flas-aciklamalar (Erişim Tarihi: 27.04.2020)

BBC. (2019, 05 15). Government Rejects Islamophobia Definition Ahead of Debate. Londra, İngiltere: BBC News. https://www.bbc.com/news/uk-politics-48283337 (Erişim Tarihi: 16.05.2020)

BBC. (2019, 04 26). *Türkiye'de Kadınlar Siyasete Ne kadar İlgi Duyuyor?* (N. Elden, Editör) https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48060043 (Erişim Tarihi: 09.02.2020)

Berelson, B. (1979). *Communication And Public, Opinion", Mas Communication.* (W. Schramn, Dü.) Urbana: University of Illinois Press.

Bernasconi, R. (2015). *Irk Kavramını Kim İcaat Etti?* (Z. Direk, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Bilgin, A. (2017, 08 24). *Almanya'daki Türkler SPD'den Uzaklaşıyor*. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/almanyadaki-turkler-spdden-uzaklasiyor-/892911 (Erişim Tarihi: 16.01.2020)

Boccagni, P., Lafleur, J. M., & Levitt, P. (2015). Transnational Politics as Cultural Circulation: Toward a Conceptual Understanding of Migrant Political Participation on the Move. *Mobilities, 11*(3), 1-20.

Büyükkara, M. A. (2019, 03 16). "Batı'da İslam'ın Temsilcisi Türkler Görülür". (Z. Demirci, Derleyici) Ankara: Anadolu Ajansı https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/yeni-zelandadaki-teror-saldirisinin-temelinde-islam-ve-turk-karsitligi-var/1419958 (Erişim Tarihi: 19.03.2020)

Canatan, K. (2007). *Batı Dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm.* (D. Hıdır, Dü.) Ankara: Eskiyeni Yayınları.

Cesari, J. (2006). *Securitization and Religious Divides in Europe-Muslims in Western Europe After 9/11: Why the Term Islamophobia is More a Predicament than an Explanation. Submission to the Changing Landscape of Citizenship and Security 6th PCRD of European Commission.* Use Of The Term "Islamophobia" In European Societies. 01 14, 2020 tarihinde https://issuu.com/drchrisallen/docs/pdf_challenge_project_report adresinden alındı

Collyer, M. (2014). A Geography Of Extra-Territorial Citizenship: Explanations Of External Voting. *Migration Studies, 2*(1), 55-72.

Coşkun, R. (2012, Şubat). "Mamma Li Turch!" veya "Missa Contra Turcos!": Rotterdamlı Erasmus ve Ardılları Örneğinde Batı Hümanizmi "Türk Sorunu". *Düşünce Dünyasında Türkiz*(13), 9-26.

Crush, J., & Ramachandran, S. (2009). *Xenophobia, International Migration and Human Development.* United Nations Development Programme.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (CSGB). (2010). *2009 Yılı Faaliyet Raporu.* Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.

Çetinkuş, H. (2010). Niğde'nin Sosyolojik Yapısının Seçmenlerin Siyasal Tercihlerine Etkisi. Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Ensitüsü.

Çötok, N. A., ve Taşdelen, H. M. (2013). Avrupa Ekseninde Yabancı Korkusu ve İslamofobi Algısının Değerlendirilmesi. *Turkish Studies - International Periodical for The Language, Literature and History of Turkish of Turkic*, 1-13.

Damlapınar, Z., ve Balcı, Ş. (2005). eçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması. *Selçuk İletişim Dergisi, 4*(1), 58-79.

Demir, H. (2017, 03 21). Avrupa'da yükselen Türk/İslam Korkusu: Kullanışlı Bir Düşman. *El Cezire Türk*. http://www.aljazeera.com.tr/gorus/avrupada-yukselen-turkislam-korkusu-kullanisli-bir-dusman (Erişim Tarihi: 14.04.2020)

Demirtaş, M. C. (2010). Seçmen Tercihlerinin Siyasal Pazarlama Karması Açısından Analizi: İzmir İlinde Bir Uygulama. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dikshit, R. D. (1975). *The Political Geography of Federalism: An Inquiry Into Origins and Stability.* John Wiley & Sons.

Dilber, F. (2012). Seçmenlerin Kitle İletişim Araçlarından Aldığı Siyasal İçerikli Bilgilerden Etkilenme Düzeyi; Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1*(4), 83-105.

Dışişleri Bakanlığı. (tarih yok). *Yurtdışında Yaşayan Türk Vatandaşları*. http://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-

turkler_.tr.mfa#:~:text=Yurtd%C4%B1%C5%9F%C4%B1nda%20ya%C5%9Fayan%206%2C5%20milyonu,Bat%C4%B1%20Avrupa%20%C3%BClkelerine%20yerle%C5%9Fmi%C5%9F%20bulunmaktad%C4%B1r (Erişim Tarihi: 05.05.2020)

Dursun, D. (2004). *Siyaset Bilimi.* İstanbul: Beta Yayınları.

DW Türkçe. (2017, 07 26). *Almanya'daki Türkler Seçimde Kime Oy Verecek?* https://www.dw.com/tr/almanyadaki-t%C3%BCrkler-se%C3%A7imde-kime-oy-verecek/a-39847211 (Erişim Tarihi: 01.03.2020)

DW Türkçe. (2017, 08 22). *Seçim Kurulu: Türk Kökenli Seçmen Sayısı 720 Bin*. https://www.dw.com/tr/se%C3%A7im-kurulu-t%C3%BCrk-k%C3%B6kenli-se%C3%A7men-say%C4%B1s%C4%B1-720-bin/a-40194026 (Erişim Tarihi: 02.02.2020)

DW Türkçe. (2018, 06 27). *Schulz: Erdoğan Almanyalı Türklere Gurur Hissi Veriyor*. https://www.dw.com/tr/schulz-erdo%C4%9Fan-almanyal%C4%B1-t%C3%BCrklere-gurur-hissi-veriyor/a-44420623 (Erişim Tarihi: 06.05.2020)

Eke, E. (2008). Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Isparta Örnek Olayı. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

Er, T., ve Ataman, K. (2008). İslamofobi ve Avrupa'da Birlikte Yaşama Tecrübesi Üzerine. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 747-770.

Erdoğan, M. (2013). *Türkiye Kökenli Alman Vatandaşlarının Almanya Federal Meclisi (Bundestag) Seçimlerinde Siyasal Davranışları.* Ankara: Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi.

Erdoğan, M. M. (2015). Avrupa'da Türkiye Kökenli Göçmenler ve 'Euro - Turks - Barometre' Araştırmaları. *Göç Araştırmaları Dergisi, 1*(1), 108-148.

Erdoğan, R. T. (2019, 03 22). "Ümmetin bekasını ilgilendiren hususlarda tek yürek, tek bilek olup beraberce hareket etmeliyiz". Ankara. https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/102635/-ummetin-bekasini-ilgilendiren-hususlarda-tek-yurek-tek-bilek-olup-beraberce-hareket-etmeliyiz- (Erişim Tarihi: 19.05.2020)

Eren, M. (2019, 09 30). SETA'dan "Avrupa'da İslamofobi" Raporu. *Avrupa'da Bazı Ülkere Göre İslamofobi Vakaları (2018) İnografik*. Ankara: Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/15673#! (Erişim Tarihi: 01.12.2020)

Ergin, V. (2020). Carl Schmitt'e Göre Modern Devlette İdeal Egemen. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eroğlu, H. A., ve Bayraktar, S. (2010). Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercihleri Üzerine Etkileri–İzmir İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2*(12), 187-207.

Filiz, U. (2019). Seçmen Davranışlarını Etkileyen Sosyo - Psikolojik Faktörler: Pamukkale Üniversitesi Örneği. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Genel, M. G. (2014). Almanya'ya Giden İlk Türk İşçi Göçünün Türk Basınındaki İzdüşümü "Sirkeci Garı'ndan Munchen Hauptbahnhof'a. *Selçuk İletişim Dergisi*(8), 301-338.

Göle, N. (2012). *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar.* İstanbul: Metis Yayınları.

Grace, J. (2007). External and Absentee Voting. *Challenging the Norms and Standards of Election Administration*, 35-58.

Gülmen, Y. (1979). *Türk Seçmen Davranışı 1960 - 1970.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.

Güngör, F. Ş. (2018). *Zenofobi.* Ankara: Maarif Mektepleri.

Handelsblatt. (2017, 09 10). *Wie stimmen Die Deutsch-Türken Ab?* https://www.handelsblatt.com/politik/international/erdogan-und-die-bundestagswahl-wie-stimmen-die-deutsch-tuerken-ab/20294414.html?ticket=ST-1603285-QTXrpmDoNJQbmUldkbLZ-ap4 (Erişim Tarihi: 01.03.2020)

Heywood, A. (2019). *Siyaset.* (F. Bakırcı, Çev.) Felix Kitap.

Hıdır, P. (2016, 10 03). Batıda Türkofobinin Yükselişi ve FETÖ. *Anadolu Ajansı*. https://www.aa.com.tr/tr/analiz-haber/batida-turkofobinin-yukselisi-ve-feto/657227 (Erişim Tarihi: 14.01.2020)

Hürriyet. (2010, 10 19). Dünya Merkel'in İtirafını Konuşuyor: https://www.hurriyet.com.tr/gundem/dunya-merkelin-itirafini-konusuyor-16071304 (Erişim Tarihi: 25.01.2020)

Hürriyet. (2010, 09 17). *Mladiç'in Günlüklerinin İçeriği Yayımlandı*. https://www.hurriyet.com.tr/dunya/mladicin-gunluklerinin-icerigi-yayimlandi-15796961 (Erişim Tarihi: 20.05.2020)

IMF. (2011). *World Economic Outlook Database.* IMF. https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/weodata/index.aspx (Erişim Tarihi: 09.05.2020)

İnan, Ö., ve Meder, M. (2008). *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı.* İstanbul: Ege Yayınları.

International Institute for Democracy and Electoral Assistance, The Federal Electoral Institute of Mexico. (2007). *Voting from Abroad The International IDEA Handbook.* Sweden: Trydells Tryckeri AB.

International, M. R. (2001). NGO Working Group on Migration and Xenophobia: Migration, Refugees and Xenophobia; a Global NGO Program of Action.

Kalaycıoğlu, E. (1994). Elections and Party Preferences in Turkey, Changes and Continuties İn The 1990s. *Comparative Political Studies, 27*(3), 402-424.

Kalender, A. (2000). *Siyasal İletişim. Seçmenler ve İkna Stratejileri.* Konya: Çizgi Kitapevi.

Kalender, A. (2003). Seçmenin Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Önemi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2*(4), 30-41.

Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri.* Konya: Çizgi Kitapevi.

Karlsson, I. (2006). The Turks As a Threat And Europe's "Other". *Turkey Sweden and the European Union Experiences and Expectations* (s. 6-13). içinde Stockholm: Swedish Institute for European Policy Studies.

Kaya, A. (2015). Euro-Türkler, Kuşaklararası Farklılıklar, İslam ve Entegrasyon Tartışmaları. *Göç Araştırmaları Dergisi, 1*(1), 44-79.

Kaya, A., ve Kentel, F. (2005). *Euro-Türkler: Türkiye ile Avrupa Birliği Arasında Köprü mü Engel mi? Almanya-Türkleri ve Fransa-Türkleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Göç Araştırmaları ve Uygulamaları Merkezi.

Kaya, M. (2018, Aralık). Avrupa'da İslamofobi ve Türkofobi: Gümülcine'de Yeni Mahalle Camii'nin Kundaklanması Örneği. *Hars Akademi Uluslararası Hakemli Kültür - Sanat - Mimarlık Dergisi*(2), 131-149.

Kaya, M. (2018). Avrupa'da İslamofobi ve Türkofobi: Gümülcine'de Yenimahalle Camii'nin Kundaklanması Örneği. *Hars Akademi*, 131-149.

Kaytazoğlu, O. (2015, 01 12). *Aljazeera Türk*. http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/pegida-gocmenlere-karsi-yurudu (Erişim Tarihi: 08.02.2020)

Kedikli, U., ve Akça, M. (2017). Soğuk Savaş Sonrası Avrupa'da Artan İslamofobi. *TESAM Akademi Dergisi*, 57-95.

Keller, C. (2019, 08 14). *Euronews Türkçe*. https://tr.euronews.com/2018/09/12/almanya-da-asiri-sagin-yukselisi-yuzlesmek-zorundayiz (Erişim Tarihi: 08.02.2020)

Kiriş, H. M. (2005). Kent ve Köy Ayrımının Seçmen Davranışlarının Şekillenmesine Etkisi Isparta Kenti ve Köyleri Örnek olay Araştırması. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

Koşak, Ç. (2018, 12 16). 'İngiltere'de İslamofobi Yeniden Tanımlanmalı'. Ankara: Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ingilterede-islamofobi-yeniden-tanimlanmali/1340599 (Erişim Tarihi: 01.04.2020)

Köylüoğlu, S. (2019). Yurtdışında Yaşayan Türk Seçmenlerin Oy Davranışları: Kulu Örneği. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Lau, R., & Redlawsk, D. (2006). *How Voters Decide Information Processing During Election Campaigns.* Cambridge: Cambridge University Press.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign.* Columbia University Press; 3rd Edition.

Lewis, B. (1990, 09). *The Roots of Muslim Rage.* The Atlantic: https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1990/09/the-roots-of-muslim-rage/304643/ (Erişim Tarihi: 14.01.2020)

Mengüç, D. (2019, 05 27). *Independent Türkçe*. https://www.independentturkish.com/node/36041/d%C3%BCnya/a%C5%9F%C4%B1r%C4%B1-sa%C4%9F%C4%B1n-ap-se%C3%A7imlerindeki-ba%C5%9Far%C4%B1s%C4%B1ndan-sonra-avrupay%C4%B1-ne-bekliyor-uzmanlar (Erişim Tarihi: 08.02.2020)

Mete, Ş. (Yöneten). (2015). *Srebrenitsa'da Neler Yaşandı?* [Sinema Filmi]. https://www.youtube.com/watch?v=cv9J9tQVjiI (Erişim Tarihi:14.05.2020)

Mora, N. (2009). *Alman Kültüründe Düşman İmgesi.* Alt Kitap.

Ne Yapmalı ? Türklerin Almanya'da Yaşadığı İşsizlik, Eğitim Ve Ayrımcılık Sorunları... (2019). [Sinema Filmi]. https://www.youtube.com/watch?v=Je1FveNBLj8 (Erişim Tarihi: 14.01.2020)

Newman, B., & Sheth, J. (1985). A Model Of Primary Voter Behavior. *The Journal of Consumer Research*, 178-187.

Oda TV. (2017, 08 19). *Almanyalı Türkler Kime Oy Veriyor*. 09 02, 2019 tarihinde https://odatv4.com/almanyali-turkler-kime-oy-veriyor-1908171200.html adresinden alındı

Olson, M. (2009). *The Logic of Collective Action.* Harvard: Harvard University Press.

Öke, M. K. (2018, 04 30). Batı,Türk İslamı'na Düşman. (A. Değermenci, Röportaj Yapan) Takvim Gazetesi. https://www.takvim.com.tr/guncel/2018/04/30/batiturk-islamina-dusman (Erişim Tarihi: 01.09.2020)

Özcan, N. A. (2019, 03 16). Yeni Zelanda'daki Terör Saldırısının Temelinde İslam ve Türk Karşıtlığı Var. (Z. Demirci, Röportaj Yapan) Ankara: Anadolu Ajansı. https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/yeni-zelandadaki-teror-saldirisinin-temelinde-islam-ve-turk-karsitligi-var/1419958 (Erişim Tarihi: 16.03.2020)

Özdemir, G. (2019). Siyasal Katılmayı Etkileyen Sosyoekonomik Faktörler Üzerine Bir Araştırma - Çankırı Örneği. *Sakarya İktisat Dergisi, 8*(3), 252-283.

Özer, Y. (2015). *Türkiye ve Fransa Örnekleriyle: Uluslararası Göç ve Yabancı Düşmanlığı.* İstanbul: Derya Yayınevi.

Özhan, M. (2018). Türkiye'de Seçmen Davranışları: Güneydoğu Anadolu İncelemesi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özsöz, M. (2014). *2014 Avrupa Parlamentosu Seçimlerinin İlkleri, Enleri, Aşırıları, Kazananları ve Kaybedenleri.* İktisadi Kalkınma Vakfı.

Öztepe, E., Yıldırım, H., ve Duru, S. (2018, 10 02). Yabancı Düşmanlığı (Zenofobi) Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması: Gerçeklik ve Güvenilirlik Çalışması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*(40/2), 191-209.

Perspektif. (2018, 03 08). *Almanya | Türkiye Kökenliler Son Seçimde Kime Oy Verdi?* https://perspektif.eu/2018/03/08/turkiye-kokenliler-son-secimde-kime-oy-verdi/ (Erişim Tarihi: 15.01.2020)

Perşembe, E. (2005). *Almanya'da Türk Kimliği - Din ve Entegrasyon.* İstanbul: Araştırma Yayıncılık.

Polat, C., Gürbüz, E., ve İnal, M. E. (2004). *Hedef Seçmen: Siyasal Pazarlama Yaklaşımı* . Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Runneymede Trust. (2004). *İslamphobia: Issues, Challenges and Action.* Londra: Runneymede Trust.

Sabah. (2013, 04 10). Bosna Kasabı'ndan Türklere Hakaret. Lahey: Sabah Gazetesi. https://www.sabah.com.tr/dunya/2013/04/10/bosna-kasabindan-turklere-hakaret (Erişim Tarihi: 30.04.2020)

Sakın, B. (2018). Almanya Türklerinin Dil Tutumları Üzerine Toplumdilbilimsel Bir Araştırma. *Current Research in Social Sciences, 1*(4), 1-17.

Salvini, M. (2019, 04 09). *Avrupa Aşırı Sağının AP Stratejisi: İslam, Göçmen ve Türkiye Karşıtlığı*. TRT Haber: https://www.trthaber.com/haber/dunya/avrupa-asiri-

saginin-ap-stratejisi-islam-gocmen-ve-turkiye-karsitligi-411326.html (Erişim Tarihi: 04.01.2020)

Samur, H. (2016). Avrupa'daki İslamofobinin 'Avrupalı' Sebepleri. *Mukaddime*, 295-319.

SETA. (2019). *European Islamophobia Report (2018).* Ankara: SETA Vakfı.

Sirkeci, İ., Cohen, J., ve Yazgan, P. (2012). Türk Göç Kültürü: Türkiye ile Almanya Arasında Göç Hareketleri Sosyo-Ekonomik Kalkınma ve Çatışma. *Migration Letters*, 373-386.

Strabac, Z., & Listhaug, O. (2008). Anti-Muslim Prejudice in Europe: A Multilevel Analysis Of Survey Data From 30 Countries. *Social Science Research*, 268-286.

Süssmuth, P. (2011). 50.Yılında Göç Gerçeği Belgeseli. VTR Production.

Szyliowicz, J. S. (2017). Türkiye Kırsalında Siyasetin Dinamikleri. (R. BABAOĞLU, Dü.) *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*(61), 493-510.

Şen, F. (2007). *Euro Türkler / Avrupa'da Türk Varlığı ve Geleceği.* İstanbul: Günizi Yayıncılık.

Şen, F. (2011). 50.Yılında Göç Gerçeği Belgeseli. VTR Production.

Şen, F. (2014, 07 26). *Milliyet*. Yurtdışındaki Türklerin Oy Hakları: https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/dusunenlerin-dusuncesi/yurtdisindaki-turklerin-oy-haklari-1917195 (Erişim Tarihi: 01.09.2019)

Tan, A. (2002). *İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama.* İstanbul: Papatya Bilim.

Tanrıkulu, F. (2018). Yaşlanan Alman Nüfusu ve Artan Göçmen İhtiyacı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Yükselen Irkçılık, Yabancı Düşmanlığı ve Ayrımcılık. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 93-122.

Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 3*(13), 101-116.

Teyyare, E., ve Avcı, M. (2016). Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları: 2014 Yerel Seçimleri ve Zonguldak İli Örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 51-76.

Thatcher, M. (2002, 02 12). Islamism is the new bolshevism. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/world/2002/feb/12/afghanistan.politics (Erişim Tarihi: 14.04.2020)

The Runnymede Trust. (1997). *Islamophobia a Challenge For Us All.* Londra: Runnymede Trust Commission on British Muslims.

Turan, E., ve Temizel, M. (2015). *Türkiye'de Seçmen Davranışları.* İstanbul: Kömen Yayınları.

Turan, Ü. (2011, 07 25). *Türk Düşmanı Türkiye turisti*. Hürriyet: https://www.hurriyet.com.tr/gundem/turk-dusmani-turkiye-turisti-18330176 (Erişim Tarihi: 24.03.2020)

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM). (2015). *Avrupa'da Türkiye Kökenlilere Yönelik Irkçı ve Yabancı Düşmanlığı İçerikli Eylemler 2014 Yılı Raporu.* Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM). Ankara: İnsan Hakları İnceleme Komisyonu Başkanlığı.

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM). (2019). *Fransa Raporu.* Ankara: TBMM. https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/belge/fransa_raporu.pdf (Erişim Tarihi: 14.09.2020)

Unat, N. A., Çıdam, V., Çınar, D., Kadirbeyoğlu, Z., Kaynak, S., Özay, B., ve Taş , S. (2014). *Avrupa'da Yaşayan Türklerin Oy Verme Davranışları ve 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçimi.* Boğaziçi Üniversitesi, Friedrich Ebert Stiftung.

Uysal, A., ve Toprak, O. (2010). *Particiler Türkiye'de Partiler Ve Sosyal Ağların İnşası.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Ünal, A. B. (2016). Oy Verme Davranış Modelleri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 95-119.

Yakushko, O. (2009). Xenophobia: Understanding the Roots and Consequences of Negative Attitudes Toward Immigrants. *Educational Psychology Papers and Publications, Published in The Counseling Psychologist*, 45.

Yalçın, C. (2004). *Göç Sosyolojisi.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Yanarışık, O. (2013). Yükselen Irkçılık ve İslamofobi Gölgesinde Yaşayan Avrupa Türkleri:Almanya Örneği. *Yeni Türkiye Dergisi*, 2911-2917.

Yavuzcan, İ. H. (2007). Almanya'da İslamafobi.

Yiğit, M. A. (2018, 06 20). *Yurtdışında Kullanılan Oylarda Rekor*. https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/10437#! (Erişim Tarihi: 14.02.2020)

Yıldırım, D. (2016). Gurbetin Oyları: 7 Haziran'dan 1 Kasım'a Yurtdışı Seçmen Davranışı. *alternatif politika, 8*(2), 376-403.

Yıldırım, N. (2018, 11 28). *İslamofobi, İngiltere'de Resmen Suç Sayılacak.* Londra: TRT Haber. https://www.youtube.com/watch?v=fJW1SNusw84 (Erişim Tarihi: 02.05.2020)

Yılmaz, F. (2008). *Avrupa'da Irkçılık ve Yabancı Düşmanlığı.* Ankara: USAK Yayınları.

Yılmaz, Ö. N. (2020). Avrupa'daki Radikal Sağ Partilerin Türkiye'nin Avrupa Birliği Üyeliği'ne İlişkin Görüşleri. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. (2018, 05 14). *Sayılarla Yurt Dışında 24 Haziran Seçimleri*. https://www.ytb.gov.tr/haberler/sayilarla-yurt-disinda-24-haziran-secimleri (Erişim Tarihi: 08.05.2020)

Yüksek Seçim Kurulu (YSK). (2014, 08 10). *12.Cumhurbaşkanı Seçimi.* https://www.ysk.gov.tr/tr/onikinci-cumhurbaskani-secimi/3456 (Erişim Tarihi: 08.06.2020)

Yüksek Seçim Kurulu (YSK). (2018). Sandık Sonuçları ve Tutanakları: https://sonuc.ysk.gov.tr/sorgu (Erişim Tarihi: 17.10.2020)

Yüksek Seçim Kurulu (YSK). (2018, 06 24). *Cumhurbaşkanı Seçimi ve 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimi.* https://www.ysk.gov.tr/tr/24-haziran-2018-secimleri/77536 (Erişim Tarihi: 15.09.2020)

Yüksek Seçim Kurulu (YSK). (2018, 04 21). Yüksek Seçim Kurulunun 21/04/2018 Tarihli ve 262 Sayılı Kararı. https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/04/20180421M1.htm (Erişim Tarihi: 06.06.2020)

EKLER

Ek 1: Araştırmada Kullanılan Yarı Yapılandırılmış Soru Formu

Sayın Katılımcı;

Bu form; Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyoloji Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Behlül BEŞEN tarafından *"Avrupa'daki Türk Karşıtı Söylemlerin Türklerin Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisi :"Almanya Örneği"* isimli araştırmanın yapılması adına bilgi toplamak için hazırlanmıştır. Kişisel bilgileriniz kesinlikle işlenmemektedir. Form 15 sorudan oluşturulmuş ve "Yarı Yapılandırılmış Soru" tekniği kullanılmıştır.

Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Her türlü soru ve sorunlar için behlulbesen@gmail.com ve +90539 771 5535 üzerinden ulaşabilirsiniz.

Behlül BEŞEN

Afyon Kocatepe Üniversitesi

Sosyoloji Anabilim Dalı

Not: Sorular "Almanya'da yaşayan Türkiye'de oy kullanabilen vatandaşlar içindir. Formu doldurmak için Almanya'da yaşayıp çifte vatandaş olmanız ya da Almanya'da yaşayan Türk vatandaşı olup Türkiye'de 2018 seçimlerinde oy kullanma hakkına sahip olmanı gerekmektedir"

Sorular

1- Katılımcının Kişisel bilgileri (yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, vs.)

2- Siyasete katılım ve siyasi konulara ilginiz ne düzeydedir?

3- Siyasal tercihinizin oluşmasında öncelikli etmenler nedir?

4- Türkiye'de yapılan siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir?

5- Yaşadığınız ülkedeki Türkiye karşıtı siyasal propagandalar oy verme tutumunuzun şekillenmesinde ne kadar etkilidir?

6- Oy verdiğiniz adayı tercih sebebiniz nedir ve adayın partisinin tüzük, lider, ideoloji faktörü sizin için ne kadar etkilidir?

7- Siyasi partilerin liderleri ve medyada yer alan konuşmaları görüşünüzü etkileme düzeyinedir?

8- 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde oy eğiliminde neyi ön planda tuttunuz?

9- Yaşadığınız ülkede oy verme davranışınız ne yöndedir?

a- Sol partiler tercihimdir.

b- Sağ partiler tercihimdir.

c- Almanya'da oy kullanmıyorum.

10- Ülkenin içerisinde bulunduğu maddi ve sosyal durumun değişkenlikleri oy verme davranışınıza yansıyor mu?

11- Almanya'da yabancı düşmanlığının var olduğunu düşünüyor musunuz?

12- Almanya'da Türk Karşıtlığı/düşmanlığı/ korkusu olduğunu düşünüyor musunuz?

a- Bu durum oy verme davranışımı etkiliyor

b- Bu durum oy verme davranışımı etkilemiyor

c- Kararsızım

13- Gündelik hayatta kültürel kimliğinizden dolayı herhangi bir ayrımcılığa maruz kaldınız mı?

14- Türkiye'de yürütülen seçim kampanyaları ve çalışmaları hakkındaki görüşleriniz nedir?

15- Siyasi gündemi takip etmek için kullandığınız kitle iletişim araçları hangileridir?

Ek 2: Etik Kurul Kararı

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLERİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARARLARI

TOPLANTI SAYISI:04 **KARAR TARİHİ:27.05.2020**

EBYS Evrak Tarih ve Sayısı:15/06/2020 –E.17011

KARAR 2020/80

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi Behlül BEŞEN'in "Avrupa'daki Türk Karşıtı Söylemlerin Türklerin Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkisi: Almanya Örneği" başlıklı yüksek lisans tezi kapsamında kullanacağı veri toplama araçlarının, etik açıdan sakıncalı olmadığına, katılanların oy birliği ile karar verildi.

ASLI GİBİDİR

Prof.Dr. İsa SAĞBAŞ

Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurul Başkanı

e-imzalıdır

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.
Evrak Doğrulaması https://ebys.aku.edu.tr/enVision/Dogrula/ZLB15LL adresinden yapılabilir.

ÖZGEÇMİŞ

1992 yılında Bursa'nın Osmangazi İlçesi Demirtaş Nahiyesinde doğdu. İlkokul ve ortaokulu Demirtaş Bucağı İlköğretim Okulunda bitirdikten sonra lise eğitimini Bursa Osmangazi Cem Sultan Lisesinde tamamladı. 2009 yılında aynı liseden mezun olup girdiği ÖSS'de (Öğrenci Seçme Sınavı) Kocaeli Üniversitesi İzmit Meslek Yüksek Okulu (MYO) Yerel Yönetimler bölümüne girmeye hak kazandı. 2011 yılında mezun olup, aynı yıl girmiş olduğu DGS (Dikey Geçiş Sınavı) ile Afyon Kocatepe Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümüne geçiş yaptıktan sonra, 2016 yılında bu bölümden de mezun oldu. Ayrıca eğitim gördüğü dönemde Anadolu Üniversitesi Adalet bölümünü de bitirdi. Tezli Yüksek Lisansını Sosyoloji bölümünde *"Avrupa'daki Anti-Türkizm'in Almanya'daki Türklerin Oy Verme Davranışları Üzerindeki Etkisi: 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Örneği"* konusu ile bitirdi. Yüksek Lisans eğitimi sırasında Polonya'da 4 ay, Bosna Hersek'te ise 8 ay Erasmus eğitimi almıştır. Halihazırda Bursa Teknik Üniversitesi – Uluslararası İlişkiler bölümü 4.sınıf öğrencisidir. Üniversite okuduğu dönemde birçok kulüp ve toplulukta aktif rol aldı. Bunlardan Afyon Kocatepe Üniversitesinde hala aktif olan Genç Liderler Topluluğu kurucu başkanlığını 2011 yılında yapmıştır. Ayrıca, 2013 yılında Gençlik Spor Bakanlığı tarafından Avrupa Parlamentosu davetlisi olarak Brüksel'e 'Liderlik Eğitimi'ne gönderilmiştir. Türkiye Öğrenci Konseyi, Türkiye Gençlik Vakfı (TÜGVA) gibi bazı kurumlarda koordinatörlük, il temsilciliği yapıyor veya yapmıştır. Son olarak birçok eğitim, proje, seminer gibi etkinliklerde bulunmuş ve/veya organize etmiştir. Organizasyon, yönetim konularında kendini geliştirmiş birçok kişisel gelişim eğitimine katılmıştır. Mesleki hayatında; özel bir yurtta müdür yardımcılığı, yerel radyoda spikerlik ve çeşitli yerel gazetelerde köşe yazarlığı tecrübeleri bulunmaktadır. Sosyal medya, gönüllülük, demokratik katılım ve kodlama eğitmenliği bulunmaktadır. 2014 yılından beri Girişimci Genç Liderler Derneği kurucu yönetim kurulu başkanlığını sürdürmektedir.