



TÜRKİYE'DE ALMANYA ALGISI ARAŞTIRMASI

Kalitatif Araştırma (Odak Grup Çalışması) Raporu | Ocak 2022

PROF. DR. MUSTAFA AYDIN

Proje Ekibi

- **Proje Koordinatörü:** Prof. Dr. Mustafa Aydın
- **Proje Asistanı:** Sezen Kaya
- **Akademetre Proje Ekibi**
 - **Stratejik Planlama Uzmanı:** Dr. Halil İ. Zeytin
 - **Kantitatif Proje Koordinatörü:** Aybike Şen
 - **Kantitatif Proje Uzmanı:** Türkan Gözgöz, Muhammed Akkaya
 - **Üretim Müdürü:** Ercan Balcı
 - **Veri Kontrol & Raporlaştırma:** Sündüs Tetik, Rukiye Atar, Büşra Süsler, Seda Ay
 - **Müşteri İlişkileri Yöneticisi:** İrem Torun

Bu araştırma Türkiye ile Federal Almanya arasında 30 Ekim 1961'de imzalanan İşgücü Anlaşması'nın 60. yıldönümü vesilesiyle Heinrich Böll Stiftung Derneđi Türkiye Temsilciliđi'nin desteğiyle gerçekleştirilmiştir.

İÇİNDEKİLER

ARAŞTIRMA PROJESİ
GEREKÇELERİ

ARAŞTIRMA GEREKÇELERİ

ARAŞTIRMANIN AMACI

ARAŞTIRMA
TASARIMI

METODOLOJİ

ÖRNEKLEM YAPISI

BULGULAR

ALMANYA ALGISI

ALMANYA'NIN TÜRKİYE EKONOMİSİNE KATKISI

SOSYAL BOYUTUYLA ALMANYA

STK BOYUTUYLA ALMANYA

ALMAN MEDYASI

SONUÇ & ÖNERİLER

Araştırma Projesi Gerekçeleri



GEREKÇELER

Hedef kitle nezdinde Türkiye'deki Almanya algısını anlamak amacıyla kalitatif bir araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu ihtiyacı karşılamak amacıyla önceden belirlenen çerçevede oluşturulan odak gruplarla kalitatif bir araştırma gerçekleştirilmiştir.



AMAÇ

Araştırmanın ana amacı, hedef kitlenin Almanya ile ilgili algısını anlamaktır.

Bu bağlamda irdelenen konular:

- Almanya'nın Türkiye için Anlamı
- Almanya'nın Türkiye'ye Ekonomik Katkısı
- Sosyal Boyutuyla Almanya
- STK Boyutuyla Almanya
- Alman Medyası

Araştırma Tasarımı

Metodoloji & Örneklem



Odak Gruplar

- Toplam 6 odak grup oluşturulmuştur.
- Çalışma 14-23 Aralık 2021 tarihlerinde çevrimiçi gerçekleştirilmiştir.



Katılımcı kriterleri

- Tüketiciler
 - AB,C1,C2 SES
 - 18+ yaş
- İş insanları
- STK yetkilileri

Odak Grup Sayısı	SES	Yaş	Hedef Kitle
1	AB	18-35	Tüketici
1	C1C2		
1	AB	36+	
1	C1C2		
1	-	-	İş İnsanları
1	-	-	STK Yetkilileri

Türkiye'de Almanya Algısı

Almanya'nın Türkiye Kamuoyu İçin Anlamı

- Almanya görüşmelerin gerçekleştirildiği kitle algısında çok uzun yıllara yayılan, Birinci Dünya Savaşındaki müttefikliğini Soğuk savaş döneminde NATO müttefikliği ve 1960'lı yıllarda gerçekleşen işçi göçü ile daha derin ve uzun süreli bir zemine taşıyan, sürekli ve açık iletişim sayesinde diğer Avrupa ülkelerine kıyasla Türkiye için daha yakın bir ülke anlamı taşımaktadır.
- Almanya'ya dair çok boyutlu izlenim, gözlem ve takip etme gibi sosyal unsurların toplum geneline yayılması, resmi ifadesiyle 'Misafir işçi' olarak adlandırılan işçi göçüyle birlikte başlayıp, toplumun geniş bir çoğunluğunun bir akraba ya da tanıdığına Almanya'ya göç etmesiyle yaygınlaşmıştır.
- Bu özelliğiyle Almanya Türk toplumu için yalnızca bir Avrupa ülkesi olmanın ötesinde, artık duygusal bir bağın oluştuğu ve bu bağlamda çok fazla duygu, angajman ve beklentiyi de kapsayan özel bir yere ve anlama kavuşmuştur.
- Toplumsal, sosyal ve kültürel bağlar açısından Türkiye kamuoyu için diğer tüm ülkelerden ayrılan ve temelde kamuoyu algısında «acı vatan» ifadesiyle yerleşen yakınlık boyutunu yıllar içerisinde çeşitlenen hikayelerle sürdüren bir ülkedir.

Almanya'nın Türkiye Kamuoyu İçin Anlamı

- Ekonomik, siyasi, ticari ve sosyal açılardan değerlendirildiğinde, Almanya Türkiye ile ilişkilerinde çok boyutlu, sürdürülebilir bir dayanışma anlayışı temelinde özellikle göçmen sorunu gibi kritik konuların çözümünde ortak çözüm yollarının bulunabildiği bir ilişkiyi temsil etmektedir.
- Almanya'nın diğer Avrupa ülkelerine kıyasla, yüzü Türkiye'ye daha dönük, diyaloga açık, sağ duyu çerçevesinde Türkiye'yi dinleyen, anlayabilen bir yaklaşıma sahip olduğu düşünülmektedir.
- Tartışmasız teknolojik kalite üstünlüğüyle tüm dünyada olduğu gibi Türkiye pazarında da tercih edilen özellikle otomotiv, beyaz eşya, tekstil alanlarında varlığını hissettiren global markalarıyla Türk toplumunun Almanya'ya bakışını belirlemekle kalmayıp, tüketim davranışını da derinden etkilemektedir.
- Almanya Türk toplumuna kendi ülkesinde ve Türkiye'de iş olanağı sunma, ithalat-ihracat yoğunluğuyla önemli bir ticari iş ortağı olma ve göçmen sorunlarında Türkiye'ye destekçi bir politikaya sahip olma unsurlarında Türkiye için önemini hissettiren konumdadır.

Almanya'daki Türkler

- Araştırma kapsamında görüşülen gruplar nezdinde irdelendiğinde, Almanya'daki Türklerle ilgili yaygın ve belirgin bir algı mevcuttur.
- Buna göre; geleneklerine bağlı, gelişim ve değişime dirençli ve ağır çalışma koşullarında ağırlıklı «mavi yaka» çalışanı olarak hayatını kazanmış ve sürdürmüş ilk nesil göçmenlerin ardından, Almanya toplumu, kültürü ve normlarıyla eğitim ve gelişim sayesinde daha iyi entegre olan ikinci ve üçüncü kuşak yerleşiklerle birlikte değişen bir Türk göçmen algısı oluşmaktadır.
- Bununla birlikte, halihazırda güçlü bir algı olan Almanya'da sağlam bir sistem, sıkı bir disiplin ve esnemeyen kurallar içerisinde çok çalışıp birikim yapma ve birikimlerini Türkiye'de değerlendirerek konforlu yaşama tercih ve davranışına dair daha önce oluşmuş gözlem ve izlenimler ile çalışmak üzere Almanya'ya gitmiş Türkiye kökenlilerle ilgili «Almancı» nitelmesi ve beraberinde gelen önyargılar geçerliliğini korumaktadır.

Almanya'daki Çalışma Şartlarına Dair Algılar

- Almanya'da oturmuş, sağlam bir sistem bulunduğu, mevcut sistemin kurallara bağlı olarak işletildiği ile katı kurallar ve çok çalışmayı gerektiren bir iş yaşamı ve kazanç anlayışı olduğuna dair yaygın bir kanı ve farkındalık söz konusudur.
- Katılımcılar bu denli yoğun ve sosyal yanı zayıf bir çalışma sistemini kendilerine yakın bulmayıp, bu sıkı sisteme uyumun Türk toplumu için zor olduğunu ifade etseler de, böyle bir sistemde çalışanın emeğinin karşılığını alıyor olması ve çalışana değer verilen, haklarının korunduğu bir çalışma yaklaşımı bulunmasını son derece özendirici ve cazip bulmaktadırlar. Söz konusu bu cazibe, hedef kitleyi Almanya'daki veya Alman şirketleri tarafından sunulan olası iş olanaklarına açık ve istekli hale getirmektedir.
- Bu bağlamda, hedef kitlenin Almanya ile ilgili duygu ve düşünceleri, Türkiye'deki esnek ve sosyalleşmeyi de içeren çalışma koşullarında çalışmak, ancak Almanya'da var olan sistemli, emeğin karşılığının alındığı, çalışan haklarının korunduğu ve çalışana değer verilen çalışma kültürü içerisinde korunmaktan yanadır.

Almanya'nın Türkiye Ekonomisine Katkısı

- Almanya'nın Türkiye ekonomisine katkısı, hedef kitle tarafından ithalat ve ihracat hacminin büyüklüğü de dahil ederek yorumlanmakla birlikte, ağırlıklı olarak göçmen işçiler ve işçi yakınlarının hayatlarına doğrudan sağladığı olumlu etkiler çerçevesinde değerlendirilmektedir. Çalışmaya katılanlar nezdinde Almanya'da iş bulabilmek, çeşitli iş seçeneklerine ve iş yerinde haklara sahip olmak, para biriminin değerli ve alım gücünün yüksek olması, en önemlisi de emeğinin karşılığını alıyor olmak en önemli katkı unsurları olarak öne çıkmaktadır.
- Almanya'daki Türk toplumunun Almanya'da kazanıp Türkiye'de harcama ve yatırım yapma eğilimleri de dikkate alındığında, Türkiye ekonomisine özellikle döviz üzerinden yapılan katkı değerli bulunmaktadır.
- Alman firmalarının Türkiye'deki üretim yapılanmalarının hem Türkiye'deki istihdam hem de çalışan haklarına verdikleri önem dikkate alındığında, insan kaynakları politikaları açısından Türkiye ekonomisi ve sosyal politikalara katkısının öneminin altı çizilmektedir.

Türkiye'nin Almanya Ekonomisine Katkısı

- Türkiye ve Almanya'nın ekonomik katkıları karşılıklı değerlendirilmektedir. Türk tüketicinin Alman marka ve ürünlerine olan güven ve tüketim eğilimi, iş söz konusu olduğunda üretimde güven ve çalışma motivasyonuna dönüşmektedir. Alman sisteminde yer almak, emeğinin karşılığını alıyor olmak ve değerli hissetmek ana motivasyon unsurları olarak öne çıkmaktadır.
- Almanya'nın Türkiye'ye ekonomisine katkılarının yanı sıra, ekonomik anlamda Türkiye'nin de Almanya'ya iş gücü ve üretim boyutundaki katkıları hedef kitle tarafından özellikle dile getirilmektedir.
- Türk işçilerin Almanya ekonomisine katkısı, gerek Almanya'daki gerekse Türkiye'deki üretim süreçlerine katkıları bakımından da değerlendirilmekte ve bu önemli katkının altı çizilmektedir. Türk çalışanların çalışkan, adil, paylaşımcı ve iletişime açık olma özellikleriyle Alman çalışma kültürü ve üretim süreçlerine olumlu katkıda buldukları ve sisteme adapte olabilen Türk çalışanların bu özellikleri sayesinde beyaz yaka pozisyonlara gelebildikleri belirtilmektedir.
- Otomotiv, beyaz eşya, tekstil başta olmak üzere, farklı sektörlerde parça üretiminin Türkiye'de yapılması ve Almanya'da birleştirilip Türkiye'ye nihai ürün olarak satılması Türkiye'nin katkısı olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye pazarında söz konusu ürünlere daha uygun fiyatla ulaşabilmek beklentiler arasında yer almaktadır.

Sosyal Boyutuyla Almanya

- Almanya, hedef kitlenin sosyal devlet anlayışını şekillendiren bir ülkedir. Önemli sayıda Türk vatandaşının yaşadığı bir ülke olarak, kendi vatandaşlarına sunduğu sağlık, eğitim, barınma ve maddi yardımlar kadar, Almanya'da yaşayan Türk toplumuna da statüleri çerçevesinde aynı olanakları sunması dolayısıyla takdir edilmektedir.
- Almanya katılımcılar nezdinde, toplumun eşit haklarla yararlanabildiği sağlık, eğitim ve temel yaşam standartlarını sağlayacak şekilde maddi kaynak sağlama, işsizlik maaşı, anne ve çocuk maaşı gibi toplumun tüm kesimlerini koruyan bir sistem sunması nedeniyle hayranlık uyandırmaktadır.

Sosyal Boyutuyla Almanya

- Pandemi döneminde Alman devletinin işyerleri ve çalışanlarını maddi kayba uğramayacak şekilde yardım sağlaması takdir edilmektedir. Bu dönemde, Türkiye'deki Alman firmaları çalışanlarının da aynı şekilde avantajlarla korunduğu bilgisi, özellikle iş dünyasından kişiler tarafından ifade edilmektedir.
- Evsizlik probleminin olmadığı, asgari ücretin ve çalışma saat ücretinin temel ihtiyaçları rahatça karşılayacak biçimde belirlendiği, güncel saat ücretinin 9-10 Euro olarak oldukça iyi bir seviyede olduğu değerlendirilmektedir.
- Ebeveyn eğitimleri, çocuk eğitimiyle ilgili veli-okul dayanışması, terapi programları, gönüllü çalışmalar ve bu tür çalışmalara katılanların ödüllendirilmesi beğeniyle yorumlanmaktadır.

STK Boyutuyla Almanya

- Sivil Toplum Kuruluşlarının devlet politikaları ve kurumları tarafından özellikle desteklenmesi, toplumsal konulardaki duyarlılık alanlarında özgürce fikir belirtebilme ve organize olarak hareket edebilme ile toplum faydasına faaliyetlerde bulunma konusunda rahat hareket edebilmeleri ve çalışmaların somut şekilde sonuçlandırılabilirdiği belirtilmektedir.
- Sosyal devlet gerekliliklerinin sistem tarafından yerine getirildiği bir ülke olarak Almanya'daki STK'ların çalışmalarının daha çok göç ve göçmenlik konularında eğitim ve entegrasyon alanında iyileştirme faaliyetleri etrafında yoğunlaştığı kanısı yaygındır.

STK Boyutuyla Almanya

- Mevcut göçmenlerin oryantasyonunun yanı sıra, göçmenlikle ilgili konularda çalışan kurumların diğer ülkelerden eğitilmiş, yetenekli ve yetileri olan işgücünün Almanya'ya transferi konusunda dahi ilgilendikleri ifade edilmektedir. Oryantasyon programına, Türkiye'den Almanya'ya giden doktorların da dahil edilmesi şaşkınlıkla konu edilmektedir.
- Almanya'nın, STK'lar dışında, devlet politikası olarak da son yıllarda özellikle Türkiye'den doktorları Almanya'da çalışmaya teşvik programları oluşturduğu ve Almanya'ya bu kapsamda gitmek isteyen doktorların Almanca öğrenme çabasının yoğunlaştığı ifade edilmektedir.
- Eyalet yönetim sisteminin kişi özgürlük ve haklarını koruyacak şekilde özerk bir yapıda olmasının da toplum lehine faaliyetlerin yürütülmesi ve uygulamaları kolaylaştırmakta olduğu hedef kitlenin beğeniyle yorumladığı unsurlar arasında yer almaktadır. Örneğin, Pandemi sürecinde her eyaletin kendi kapanma süresini kendisinin belirlemesi, belirli süreleri aşması durumunda eyalet yönetiminin dava edilebilmesi gibi benzersiz uygulamaların olması dikkat çekmiştir.

STK Boyutuyla Almanya

- Almanya'da Üniversite öğrencilerinin STK'larda görev alarak aylık kazanç sağlamaları da öğrenciye verilen destek anlamında bir diğer pozitif unsur olarak değerlendirilmektedir.
- Almanya'nın Türkiye'deki bazı üniversite enstitüleri ve araştırma merkezleri ile belediyelere fon sağladığı ve bunun göstergesi olarak yürütülen bazı projelerde Almanya Ekonomi Bakanlığı logosunun kullanıldığı STK çalışanları tarafından ifade edilmektedir.
- STK çalışanları, çalışma koşulları, maddi ve manevi açıdan değer görme ve proje gerçekleştirme süreçleri bakımından Almanya'da çalışma ve yaşama konusunda en fazla heyecan duyan kitle olarak dikkat çekmektedir.

Alman Medyası ve Türkiye Gündemi

- Alman medyasının genel olarak olayları yansıtan, özgür, tarafsız ve yorumсуz bir yaklaşımı olduğu özellikle STK çalışanları ve iş dünyasından kişiler tarafından ifade edilmektedir.
- Almanya'nın gündeminde Türkiye'ye özel yeni bir göçmen programı olduğu ve Türkiye'den Almanya'ya gidecek yeni çalışanlara ihtiyaç duyulduğu bilgisi hedef kitle genelinin heyecanla karşıladığı bir gündem olarak ifade edilmektedir.
- Alman medyasının Almanya toplumuna Türklerle ilgili sürekli bir farkındalık hali oluşturmak amacıyla Türk toplumuyla ilgili genel olarak olumsuz bir söylem ve tema işleme stratejisi izlediğini düşünenler bulunmaktadır.
- Ayrıca, Alman medyasının Türk siyaset dünyasına yoğunlukla yer vermesinin Türkiye'nin kültür, sanat, spor gibi alanlarda öne çıkmamasından kaynaklandığı görüşünün yanı sıra, bu durumu Türkiye ve Almanya arasında birçok alanda var olan ortaklığa bağlayanlar da bulunmaktadır.

Sonuçlar ve Özet

- Türkiye ve Almanya ayrılmaz siyasi, ekonomik ve sosyal ilişki dinamiklerine sahiptir.
- Almanya, sistemsal yönetimin hakim olduğu ve kişisel inisiyatiflere etki alanı bırakmayan, kişi hak ve özgürlüklerinin, eşit ve adil kaynak kullanımının değiştirilemez normlar olarak işletildiği bir yapı olarak algılanmaktadır. Türk toplumunun Almanya ile ilgili disiplin algısını en iyi yansıtan «*Bir işe Türk gibi başla, Alman gibi bitir*» ifadesidir.
- Almanya'nın Türkiye ekonomisine katkısı Almanya'daki Türk işçiler ve Türkiye'deki Alman üretici firmalar aracılığıyla olumlu değerlendirilmektedir.
- Alman markalarının teknik üstünlük ve kalite bakımından Türkiye'deki tercih edilirliğine bağlı olarak tüketici tercihlerini yönlendirme konusunda son derece etkili olduğu gözlemlenmektedir.
- Almanya, değerli para birimi, çalışma koşulları, çalışan hakları ve devlet yardımlarıyla hedef kitle algısında yaşam ve çalışma koşulları bakımından heyecan yaratan sosyal bir devlettir.

- Almanya'daki STK'ların proje oluşturma, yürütme ve sonuçlandırma süreçlerinde devlet politikaları tarafından destekleniyor olduğu ve bu nedenle de süreçlerin pürüzsüz işletildiği algısı mevcuttur.
- Gelişmiş bir ülke olarak, ekonomik olduğu kadar, kişi hak ve özgürlükleri ve sosyal yardımlar bakımından da ülkede yaşayanların avantajlı ve değerli olduğu algısı en özendirici unsurların başında gelmektedir.
- Türkiye'deki bazı üniversite enstitüleri ve araştırma merkezleri ile çeşitli kurumlara Sivil Toplum Kuruluşları projeleri için Almanya tarafından fon sağlandığı bilgisi, ilgili hedef kitle tarafından ifade edilmekte ve Almanya'nın ekonomik ve sosyal devlet gücüne ilişkin pozitif bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

- Evsizlik sorununun olmadığı, eşit ve ücretsiz sağlık hizmetleri, yetenek ve meslek odaklı ve erken dönemde öğrencinin belirli bir alana yöneltildiği eğitim sistemiyle özendirici bulunan bir ülkedir. Almanya'da yaşayan yakınları aracılığıyla Almanya'daki yaşam koşullarından haberdar olan Türkiye'de yaşayan kitle için bir cazibe merkezi olmaya devam etmektedir.
- Alman medya politikasıyla ilgili farklı görüşler belirtilmektedir. Bir yandan medyanın tarafsız, olayları yansıtmaya yönelik, özgür ve yansız bir yayın anlayışı benimsediği görüşü varken, diğer yandan Alman medyasının Türkiye siyaset ve gündemlerine fazlasıyla yer verdiği görüşü de mevcuttur.
- Söz konusu yoğunluğun nedeni olarak bir yandan Türkiye-Almanya arasındaki yakın ilişkiler neden gösterilirken, diğer yandan bu yoğunluğun Alman toplumuna Türk toplumuyla birlikte olduklarının sürekli olarak hatırlatılması amacı taşıdığı da ifade edilmektedir.

TÜRKİYE KAMUOYUNDA ALMANYA ALGISI

Teşekkürler...

İletişim İçin

Global Academy

Tel: +90 (212) 533 65 32

www.globalacademy.org