

Almanya'daki Türk Medyası

Dr. Dirk Halm - Dr. Martina Sauer

Medya Gettoları mı Yoksa Medya Entegrasyonu mu? Almanya'daki Türk Göçmenler

Girifl

Medya, insanların gerek toplum gerekse siyasi ve ekonomik şartlarla ilgili görüşlerini büyük ölçüde etkilemektedir ve fikirlerin oluştuğu ana merkezlerdir. Medya, Almanya'da bulunan ve en büyük grubunu 2,4 milyon Türk kökenli göçmenin oluşturduğu çeşitli etnik azınlıkların entegrasyonunun başarılı olmasına katkıda bulunabilir.

Türk kökenli göçmenler –bütün Almanya'da 2,6 milyon ve Kuzey Ren Vestfalya eyaletinde 750.000 kişiyle en büyük göçmen grubu– için ana dilde yayınlanan medya, göç tarihinin başından itibaren Almanya'daki yaşamın bir parçasıydı. Bunlar, öncelikle göçmenlerin günün birin-

de geri dönmek istedikleri anavatanlarına bir köprü vazifesi görüyorlardı. Bunun ötesinde ilk gelen işçiler hemen hemen hiç Almanca bilmiyorlardı. Sözde Almanya'da kısa süre kalınacağı için ne Alman toplumu tarafından, ne de göçmenlerin kendileri tarafından Almanca'nın öğrenilmesine hiç önem verilmedi. Bu nedenle de Türk gazeteleri göçmenlerin faydalanabilecekleri yegane medya aracıydı.

Anadildeki Medyadan Yararlanmanın Birbiriyile Çeliffen Değerlendirmeleri

Göçmenlerin entegrasyon eksikliklerinin farkına varılmasının artalanında, araştırmalarda anadildeki medyanın bir medya gettolaşmasına yol açıp açmayacağı ve göçmenlerin entegrasyonu için olumsuz sonuçlarının olup olmayacağı sorusu ortaya çıkmıştır.

Entegrasyona etkisi bakımından Türkçe medyadan yararlanma çelişkilili değerlendirilmektedir: Bir taraftan bu medya, Alman medyasında göçmenlerin ilgileri ve sorunları bakımından mevcut olan bir açığı kapatabilir. Göçmenlerin memleketlerinin diliyle yayınlanan medya, yalnız onların memleketlerinde olup bitenler hakkında bilgi vermekle kalmaz. Bunlar aynı zamanda göçmenlerin durumunu ortaya koyan ve Alman medyasının onlara sunmadığı bir platform görevi de görürler. Bunlar kültürel kimliğin takviyesi için ve böylece entegrasyon için küçümsemeyecek bir öneme sahiptirler. Ayrıca medyanın, çok defasında dil sorunlarıyla mücadele etmek zorunda olan birinci nesil göçmenler açısından, güncel toplumsal politika ile ilgili gelişmeleri ve Almanya'daki siyasi tartışmaları -örneğin emeklilik veya vergi reformundan tutun da, yabancılar yasasına kadar- kendi anadillerinde takip edebilmeleri bakımından büyük önem taşıdığı da dikkate alınmak zorundadır.

Diğer taraftan bu gelişme, özellikle de hemen hemen sadece Türk medyasının tüketilmesi halinde, medyadan kaynaklanan bir toplumsal kopmaya neden olabilir. Kendi anadillerindeki medya arzının fazla olmasından dolayı özellikle Türk kökenli göçmenlerde kitle iletişim araçlarından kaynaklanan bir izolasyon tehlikesi bulunmaktadır. Şüphesiz bu gelişme entegrasyonu olumsuz etkiler. Çünkü Türk haberleri bir taraftan Türkiye'nin güncel öncelikleri ile Türkiye'nin bakış açılarından bir enformasyon akışı ve Almanya'da önemli olan belirli konuları gündemine almayan sınırlı bir fikir çeşitliliği sunmaktadırlar. Sadece Türk medyasından yararlanma, insanların geldikleri topluma yönelmelerine destek olabilir. Diğer taraftan da göçmenlerin memleketlerinin dilinde yayınlanan medyaya ki burada özellikle televizyona ağırlık vermeleri, Türk kökenli çocukların Almanca bilgilerinde, birçok kişinin yakındığı ve çoğu kez Türk televizyonlarının aşırı izlenmesinden kaynaklanan gerilemeye destek olabilir.

Almanya'daki Türk Medyası

Gazeteler:

Türkçe gazeteler 60'lı yılların sonlarından itibaren Almanya'da satılmaya başlamıştır (Tercüman, Akşam). Almanya'daki Türk gazetelerinin oluşturduğu piyasa hızlı değişim süreçlerine yenik düşmektedir – hızlı dalgalanmalar içinde bazı gazeteler Avrupa piyasasına çıkmakta ve yine aynı hızla piyasadan silinmektedirler.

Şimdilerde Almanya'da çıkan gazetelere, özellikle Avrupa'da yaşayan Türklerin sorunlarının ve bu ülkelerdeki siyasal ve toplumsal gelişme-

lerin yer aldığı "Avrupa Sayfası" denilen (ilk olarak Hürriyet 1972'den beri) bir sayfa ilave edilmektedir. Bütün bu gazetelerin Almanya'da büroları bulunmaktadır ve bu gazeteler, haberleri okuyucular tarafından büyük ilgi ile izlenen yaklaşık 130 bölgesel gazeteciden oluşan bir ağa sahiptirler. Gazetelere Avrupa Sayfaları'nın eklenmesi, geçici ikametlin bilinçli olarak yerini kalıcı ikamete bırakmasından ve göç alan ülkeye ve göçün özel durumuna ilginin belirgin bir şekilde artması ve Türk gazetelerinin de Avrupa'daki okuyucularını kaybetmemek için buna cevap vermek istemeleri gerçeğine borçludur.

Siyasi ve ideolojik eğiliminden bağımsız olarak Türk basını bugün kendini açıkça okuyucularının avukatı gibi görmektedir ki bu da haberlerin türünü etkilemekte ve basını, kamu kurum ve kuruluşlarına karşı okuyucularının çıkarlarından yana tavır almaya zorlamaktadır.

Bugün Almanya'da farklı siyasi eğilimlere sahip yedi tane bölgeler üstü yayınlanan Türk gazetesi mevcuttur.

Televizyon Kanalları

Göçmenler için 80'li yılların sonlarına kadar 1964'ten beri devlet radyo ve televizyonlarında anadilde yapılan radyo ve televizyon yayınları vardı. Türkiye'de de Almanya ile eşzamanlı ortaya çıkan uydu ve kablolu yayınların gelmesiyle birlikte, Almanya'da yaşayan Türklere yönelik televizyon yayınları, anadillerinde yayın yapan televizyonlarla daha genişledi.

1990 yılına kadar Almanya'da sadece, program içerikleri iktidarda olan hükümetin politikalarına göre şekillenen Türkiye Radyo ve Tele-

vizyon Kurumu TRT yayın yapıyordu. 1991 yılından itibaren de sadece göçmenler için kurulan (TRT-Int) kablolu yayından seyredilebilmektedir. Bu kanalda haber ve bilgi amaçlı yayınların payı, özel kanallara oranla oldukça fazladır, eğlence programları ise sadece Türk yapımlarıyla sınırlıdır. TRT-Int yurtdışında, özellikle Almanya'da oldukça geniş bir personel kadrosuna sahiptir, yayınların bir kısmı Almanya'da ve Almanya için üretilmektedir. Ama bu kanalın birincil amacı, Türk göçmenlerin Türkiye ile olan bağlarını güçlendirmek ve sürdürmektir.

1990'dan itibaren yine aynı şekilde Almanya'da kendilerine ait büroları bulunan bir dizi özel televizyon kanalı daha bunlara eklendi. Bu özel kanalların çoğu büyük medya gruplarına aittir. Özel kanallar ağırlıklı olarak ticari amaçlıdır ve programları eğlence yayınları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bütün kanallar, programların Türk Medya Kanunu'na uygun olup olmadıklarını denetleyen "Türkiye Radyo ve Televizyon Üst Kurulu" nun (RTÜK) mevzuatına tabidir.

Fakat 1985'ten bu yana yayınları sadece Berlin'le sınırlı olan TD1 (Berlin Türk-Alman Televizyonu) mevcuttur ve bu kanal şimdiye kadar tam yayın yapan tek kanal olup, Türkiye'de yerleşik bir kanalın şubesi değil, aksine programları bağımsız olarak ve tamamen Almanya'da yapılan bir kanaldır. Bu kanalın programları doğrudan doğruya Almanya'da yaşayan göçmenlerin ihtiyaçlarına yöneliktir. Anadilde yapılan yayının yanı sıra, programların bazı kısımları Almanca da yayınlanmaktadır. TD1 kendisini, kendi kültürel kimliğini kaybetmeden entegrasyona yönelik politik yaklaşımları olan, çoğulcu liberal bir yayın kuruluşu olarak görmektedir. Bu kanal Berlin'de en çok seyredilen (%37) kanallar arasında yer almaktadır.

Sorular:

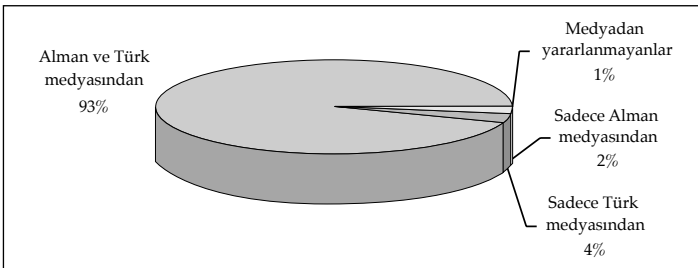
Alman ve Türk medyasından hangi ölçüde yararlanılmaktadır? Hangi medya türleri hangi sosyal gruplar tarafından kullanılmaktadır? Dil yeterliliği nasıldır? Dili bilmenin medyadan yararlanmaya ne gibi etkisi olmaktadır?

Veri tabanı:

Türkiye Araştırmaları Merkezi'nin Kuzey Ren Vestfalya Eyaleti Sağlık, Sosyal İşler, Kadın ve Aile Bakanlığı için yılda bir defa yaptığı ve Kuzey Ren Vestfalya eyaletinde Türk kökenli 1.000 yetişkin göçmenle telefonla yapılan çok konulu temsili bir anket çerçevesinde, 2004 yazında Alman ve Türk medyasından yararlanma oranları araştırıldı. Sizlere bu araştırmayla ilgili şu rakamları sunmak istiyorum:

Sonuçlar:

Alman ve Türk Medyasından Yararlanma



Ankete katılanların neredeyse tamamı (%93) hem Türk hem de Alman medyasından yararlanmaktadır ve eski anketlerin sonuçlarıyla karşılaştırıldığında, bu oranın arttığı görülmektedir. Yalnız %4'lük bir grup sadece Türk medyasını ve %2'lik bir kesim de sadece Alman medyasını kullanmaktadır.

Sosyodemografik Özelliklere Göre Alman ve Türk Medyasından Yararlanma (Satır yüzdeleri)

Medyadan yararlanma				
		Sadece Alman medyası	Sadece Türk medyası	Alman ve Türk medyası
Cinsiyet	Kadınlar	2,3	5,4	91,3
	Erkekler	1,7	1,9	96,4
Yaş grupları	30 yaşın altında	3,0	0,3	96,3
	30-44 yaş arası	2,2	3,5	94,3
	45-59 yaş arası	0,5	5,3	92,3
	60 yaş ve üzeri	-	13,8	86,2
Öğrenim durumu	Herhangi bir okuldan mezun olmayanlar	1,2	11,2	86,1
	Temel eğitim okulu mezunları	4,7	2,0	93,3
	Türkiye’de Ortaokul mezunları	-	1,8	98,2
	Realschule/Orta derece	0,9	0,9	97,3
	Lise (Türkiye’de en yüksek mezuniyet derecesi)	0,9	0,5	98,6
	Abitür/ Bakalorya	1,3	-	98,7
Toplam		2,0	3,5	94,0

Sadece Türk medyasından yararlanan ve buna göre hem Alman, hem de Türk medyasından nadiren yararlanan kadınların sayısı, erkeklere oranla daha fazladır. Beklentiler doğrultusunda yaş faktörü de yararlanan medya üzerinde etkili olmaktadır, şöyle ki: Ankete katılanların yaşı düştükçe, sadece Alman medyasından yararlanma oranı artmakta ve sadece Türk medyasından da nadiren yararlandıkları görülmektedir. Yaşları ilerledikçe de sadece Türk medyasını kullanma oranı artmaktadır. Nadiren her iki dili bilen ama çoğu kez sadece Türk medyasından yararlanan 60 ve üzeri yaşta kişiler hariç, pratik olarak yaş grupları medyadan birbirini tamamlayıcı şekilde yararlanma bakımından birbirinden ayrılmamaktadır.

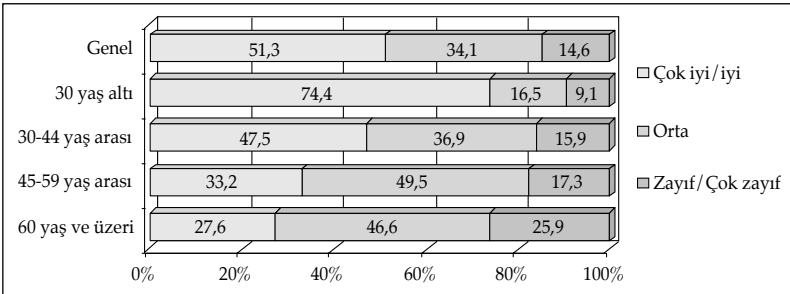
Yaş ile bağlantılı olan eğitim durumu da medya kullanımında oldukça dikkat çekmektedir. Örgün eğitim seviyesi ne kadar düşükse, sadece Türk medyasını kullanım da o derece artmaktadır. Okulunu Almanya'da bitirenler, Türkiye'de okula gitmiş olanlardan daha sık sadece Alman medyasından yararlanmaktadırlar.

Alman ve Türk medyasından birbirini tamamlayıcı şekilde yararlanma, eğitim durumuna göre çok az farklılık göstermektedir. Sadece burada nitelikli bir eğitim almamış göçmenler bir istisna teşkil etmektedir.

Dil Yeterliği

Alman medyasından yararlanma tabii ki Almanca dil bilgisini gerektirir. Çoğu kez Türk göçmenlerine Almanca bilgilerinin eksik olduğu suçlaması yapılır ve Almanca bilgilerinin yetersizliği, onların okuldaki ve meslek eğitimindeki başarısızlıklarının sebebi olarak gösterilir. Birçok öğretmen, özellikle Türk medyasını takip ettiklerinden dolayı Türk çocuklarının Almanca bilgisinin yine kötüye gittiğinden şikayet etmektedir. Fakat şimdiye kadar bu konuda ne yetişkinlerde, ne de çocuklarda geniş tabanlı objektif araştırma veya testler yapılmamıştır. Türkiye Araştırmaları Merkezi'nin yaptığı çok konulu ankette çare olarak dil bilgisinin subjektif değerlendirilmesi soruldu.

Subjektif Dil Bilgisi: Almanca Anlayanlar Genel ve Yaş Gruplarına Göre



Ankete katılanların yarısından fazlası (%51) Almanca'yı anlamayla ilgili olarak kendi Almanca bilgilerini iyi, bunlardan %23'ü çok iyi, %29'u ise iyi olarak değerlendirmektedir. Üçte biri Almanca'yı orta düzeyde anladıklarını, %15'i Almanca'yı iyi anlamadıklarını ve %3'ü ise Almanca'yı anlamalarının çok zayıf olduğunu belirtmiştir.

Almanca bilgisini yaş gruplarına göre ayırdığımızda ise, beklentiler doğrultusunda aşırı farklılıklar görülmektedir. Ankete katılan 18-29 yaş grubundakilerin 3/4'ü Almanca'yı iyi ya da çok iyi anladıklarını belirtmiştir. Yaş arttıkça Almanca bilgisinin seviyesi de düşmektedir. Böylece aralarında Almanca'yı çok az anlayan küçük bir grup bulunsa bile, ankete katılan gençlerde beklentilere uygun olarak dil problemi oldukça düşük ölçüdedir.

Yaş faktörü yanında bundan bağımsız olarak Almanya'daki ikamet süresi, Almanya'ya geliş sebebi, ama özellikle de hangi ülkede okula gidildiği ve alınan okul eğitimi dil bilgisinin seviyesini etkilemektedir.

Dil Bilgisine Göre Alman ve Türk Medyasından Yararlanma

Alman medyasından yararlanma, Almanca bilgisine göre değişmektedir. Almanca'yı iyi anlamayanların %16'sı sadece Türk medyasından, ama %83'ü hem Türk hem de Alman medyasından yararlanmaktadır. Orta düzeyde Almanca bilenlerin sadece %3'ü, iyi Almanca bilenlerin ise %1'den daha azı yalnız Türk medyasından faydalanmaktadır. Ama iyi Almanca bilenlerde de her iki dildeki medyadan yararlanıldığı, yani iyi Almanca bilmekle Türk medyasından yararlanma oranının otomatik olarak düşmediği görülmektedir. Böylece Türk medyasını tüketmenin sadece Almanca bilgisinin zayıf olmasından değil, aksine belli ki Türk göçmenlerin Alman medyası tarafından karşılanmayan bir enformasyon veya eğlence ihtiyacından kaynaklanmaktadır.

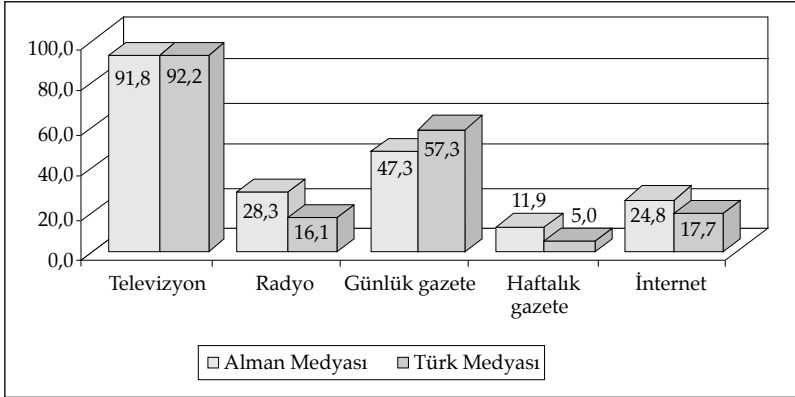
Almanya' daki Türk Medyas›

Sosyodemografik Özelliklere Göre Alman ve Türk Medyas›ndan Yararlanma (Sat›r yüzdeleri)

Medyadan yararlanma				
		Sadece Alman medyas›	Sadece Türk medyas›	Alman ve Türk medyas›
Almanca Bilgisi	Çok iyi / iyi	2,7	0,4	96,7
	Orta	1,7	2,9	94,5
	Zayıf / Çok zayıf	-	16,1	83,2
Toplam		2,0	3,5	94,0

Yararlan›lan Medya Türü

Medya Türüne Göre Alman ve Türk Medyas›ndan Yararlanma (Birden fazla cevap, Yüzde değışerleri)



Elbette medya içinde en önemli rolü televizyon üstlenmektedir, hem de Alman ve Türk televizyonu eşit oranda. Ankete katılanların %92'si hem Alman hem de Türk televizyonundan enformasyon amaçlı yararlandıklarını belirtmişlerdir. Radyo, Türkçe'den daha çok Almanca (yani Alman Devlet Radyosu'nun anadildeki yayını) dinlenmektedir ki burada genel olarak enformasyon aktarma ikinci planda kalmaktadır. Televizyon yanında özellikle günlük gazeteler de bilgi edinmek ama-

cıyla kullanılan önemli iletişim araçlarıdır. Burada Türkçe günlük gazeteler %57 ile Türk göçmenlerin %47'si tarafından okunan Almanca gazetelerden önde gelmektedir. Haftalık gazeteler ve dergiler de bilgi edinmek amacıyla sadece küçük bir grup için önemlidir. Zaman bakımından karşılaştırıldığında günlük gazetelerin önemi azalırken, televizyonun önemi artmaktadır.

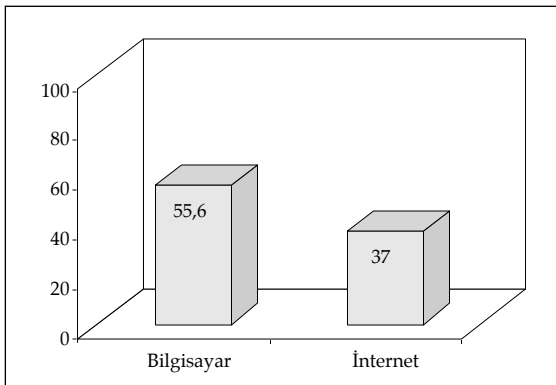
İnternet

Son yıllarda internet gittikçe önem kazanmaktadır. Halihazırda Almanya'da göçmenlerin 1/4'ü tarafından enformasyon aracı olarak kullanılmaktadır, %18'i Türkçe internet sayfalarından bilgi edinmektedir.

Türkiye Araştırmaları Merkezi 2002 baharında Almanya'daki Türk kökenli 16 yaş ve üzeri 1000 göçmenle yaptığı telefon anketiyle bunların internete erişim imkanları ve internet kullanımlarını araştırdı.

Ankete katılan göçmenlerin %56'sından fazlası bir bilgisayara ve hatta %37'sinin bir internet erişimine sahiptir.

Bilgisayar ve İnternet Erişim İmkanları (Yüzde değerleri, birden fazla cevap)



Beklentiler doğrultusunda bilgisayara ve İnternet bağlantısına erişim oranları sosyo demografik özelliklere göre büyük farklılıklar göstermektedir. Her ne kadar kadınlar da hemen hemen erkekler kadar bir bilgisayara erişim imkanına sahip olsalar bile, yine de bir internet bağlantısına erişimleri daha nadirdir.

*Sosyo-demografik Özelliklere Göre Bilgisayar ve İnternet Erişimi
(Satır yüzdeleri)*

	Bilgisayar	İnternet
Cinsiyet	Erkek	40,1
	Kadın	33,7
Yaşı	16-17 yaş	57,8
	18-24 yaş	46,2
	25-29 yaş	41,6
	30-44 yaş	37,2
	45-59 yaş	29,8
	60 yaş ve üzeri	14,1
Mesleki konumu	İşçi	28,2
	Kalifiye eleman	51,9
	Memur	56,7
	Serbest meslek	62,2
Toplam	55,6	37,0

Elbette yaşlara göre önemli farklar görölmektedir. Ankete katılanların yaşları düştükçe, bilgisayar ve internete erişimleri artmaktadır. Mesleki konum da bilgisayar ve internet erişimini etkilemektedir. Kişinin mesleki konumu ne kadar yüksek ise, bilgisayar ve internete sahip olma payları da o derece yüksektir. Maalesef elimizde internet kullanımıyla ilgili başka veriler bulunmamaktadır.

Televizyondan ve Günlük Gazetelerden Yararlanma

Almanca ve Türkçe Televizyonlardan ve Günlük Gazetelerden Yararlanma (Yüzde değerleri)

	Televizyon	Günlük gazeteler
Sadece Almanca	6,8	16,0
Sadece Türkçe	6,4	30,5
Almanca ve Türkçe	86,9	53,5

Bilgi edinme konusunda en önemli iki iletişim aracı olan televizyon ve günlük gazetelerden yararlanmayı Almanca ve Türkçe olarak aynı zamanda kullanımlarına göre değerlendirdiğimizde, burada da göçmenlerin çoğunluğunun bu iletişim araçlarını birbirlerini tamamlayıcı şekilde kullandıkları görülmektedir. Bu tamamlayıcılık televizyonda günlük gazetelerden daha sık görülmektedir. Ankete katılanların %87'si hem Alman, hem de Türk televizyonundan, %7'si sadece Alman televizyonundan, %6'sı ise sadece Türk televizyonundan yararlanmaktadır. Gazete okuyanların %54'ü hem Alman, hem de Türk gazetelerini okumaktadır, %31'i sadece Türk gazetelerini ve %16'sı ise sadece Alman gazetelerini okumaktadır.

Sosyal gruplara bakıldığında daha ziyade kadınların, yaşlıların ve düşük eğitimlilerin sadece Türk televizyonundan yararlandıkları, buna karşın sadece Alman televizyonunu seyredenlerin daha çok gençler ve yüksek eğitimli kişiler oldukları görülmektedir. Kadınlar Türk televizyonunu daha sık seyretmektedir, ama sadece Alman televizyonunu seyretme oranları erkeklerle aynıdır. Günlük gazeteler açısından bakıldığında kadınlar erkeklere oranla daha sık sadece Alman gazetelerinden yararlanmaktadırlar, ama sadece Türk gazetelerini okuma bakımından da durum aynıdır. Televizyondan yararlanmada olduğu gibi yaş ve eğitim durumu burada da aynı şekilde göze çarpmaktadır.

Dil bilgisiyle bağlantılar elbette televizyon ve gazetelerden yararlanma konusunda da kendini göstermektedir. Sadece Alman medyasından istifade etmek iyi Almanca bilmeyi gerektirir, Almanca bilgisinin zayıf olması durumunda ise çoğu kez sadece Türk medyasından yararlanılmaktadır. Ama Almanca bilgisinin iyi olması, Türk medyasına sırt çevrilmesine değil, aksine her iki medyanın da birbirini tamamlayıcı şekilde kullanılmasına yol açar.

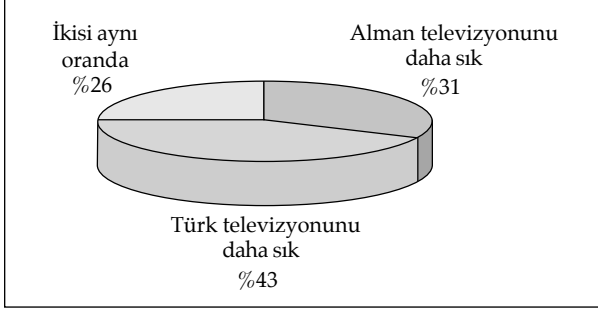
Dil Bilgisine Göre Almanca ve Türkçe Televizyon ve Günlük Gazetelerden Yararlanma (Yüzde değerleri)

	Televizyon			Gazete		
	Sadece Almanca	Sadece Türkçe	Almanca ve Türkçe	Sadece Almanca	Sadece Türkçe	Almanca ve Türkçe
Almanca'yı anlama						
Çok iyi / iyi	8,9	4,3	86,8	23,7	17,8	58,5
Orta	5,0	6,2	88,9	7,4	38,7	53,9
Zayıf / Çok zayıf	0,7	16,9	82,4	6,3	65,0	28,8
Toplam	6,4	6,8	86,8	16,0	30,5	53,5

Televizyondan Nitelikli Yararlanma

Ocak 2003'te Berlin'de Türk kökenli 500 yetişkin göçmenle yapılan temsili bir ankette medyadan genel yararlanma yanında, Almanca veya Türkçe televizyonundan yararlanma sürelerinin oranı da araştırılmıştır. Ankete katılanların %43'ü normalde ve ortalama olarak Türk televizyonunu Alman televizyonundan, %31'i ise Alman televizyonunu Türk televizyonundan daha sık seyrettiklerini belirtmiştir. Dörtte biri ise (%26) Alman ve Türk televizyonlarından aşağı yukarı aynı seviyede yararlandıklarını ifade etmiştir. Böylece televizyondan yararlanmanın zamansal dağılımı da Türk televizyonunun Alman televizyonuna karşı aşırı bir üstünlüğe sahip olmadığını göstermektedir. Ankete katılanların aşırı şekilde Türk televizyonlarına odaklandıklarını söylemek mümkün değil.

*Alman ve Türk Televizyonlarından Yararlanmanın Görece Sıklığı
(Yüzde değerleri)*

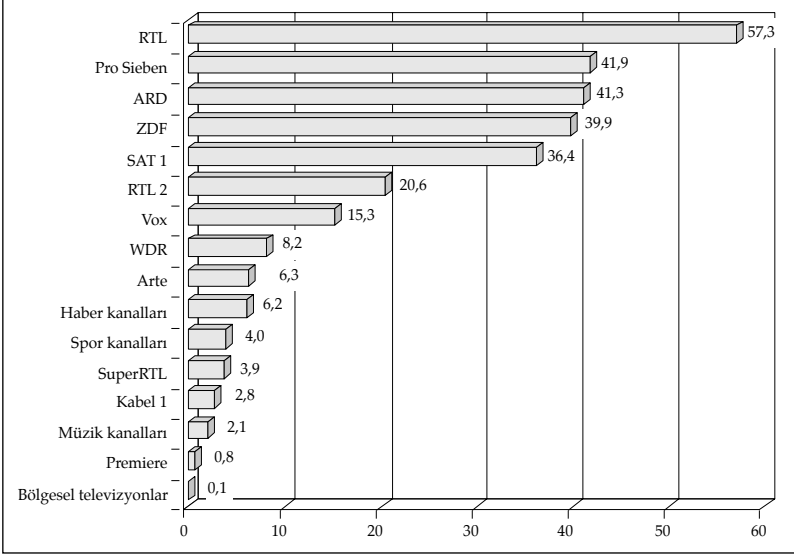


Alman Televizyon Kanallarının Seyretme Oranları

Ankete katılan Türk kökenli göçmenler, hangi Alman kanalını en fazla seyrettikleri sorusuna en fazla RTL (%57) ve ProSieben (%42) cevabını verdiler. Bunların ardından Almanya'nın iki devlet televizyonu ARD (%41) ve ZDF (%40) ve Sat1 (%36) gelmektedir. Daha sonra %21 ile RTL2, %15 ile Vox ve %8 ile WDR ile her biri %6'lık oranla Arte ve haber kanalları geliyor.

Karşılaştırma: Allensbach Kamuoyu Araştırmaları Enstitüsü'nün¹ bir araştırmasına göre Almanya'da ARD (%64) ve ZDF (%54) kanalları her gün televizyon seyredenlerin çoğunluğuna ulaşmaktadır. Almanya'da her gün insanların %43'ü RTL ve %34'ü Sat1 kanalını seyretmektedir. Bunların ardından %23 ile ProSieben kanalı gelmektedir. Bu verileri, Türkiye Araştırmaları Merkezi'nin anket sonuçlarıyla doğrudan karşılaştırmak mümkün olmasa bile, yine de toplam nüfusa oranla göçmenlerin devlet kanallarını biraz daha seyrek, özel kanalları ise biraz daha sık izlediklerini söylemek mümkündür.

En Fazla Seyredilen Alman Televizyon Kanalları
(Birden fazla cevap, Yüzde değerleri)



Türk Televizyon Kanalları›n› Seyretme Oranları

TRT / TRT-INT: Bunlar devlet kanallarıdır, yayınları haber ve bilgi ağırlıklıdır.

Kanal D: Doğan Medya Grubu'na aittir (Hürriyet ve Milliyet)

ATV: Ticari eğilimli eğlence kanalıdır

Show TV: Ticari eğilimli eğlence kanalıdır

TGRT: İhlas Grubu'na aittir (Türkiye), sağ eğilimlidir

Star TV: Ticari eğilimli eğlence kanalıdır

Kanal 7: Muhafazakar-geleneksel çizgiyi temsil etmektedir

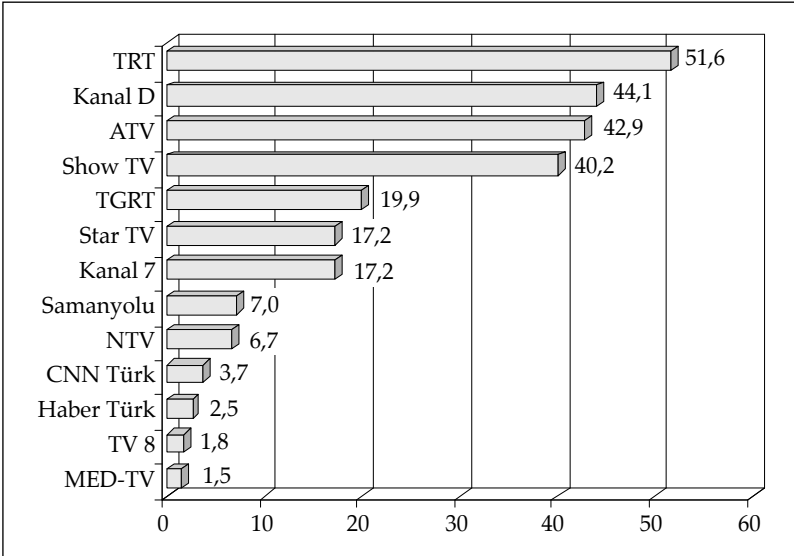
Bunların yanında daha başka birçok kanal: Pay-TV-kanalları, müzik kanalları, özel haber kanalları

Türk televizyon kanallarından en fazla hangisini seyrettikleri sorulduğunda ise, ankete katılanlar %52 ile en fazla TRT'yi, bunun ardından %44 ile Kanal D ve sonra StarTV ve Kanal 7 (her biri %17) cevabını vermişlerdir.

Bir enformasyon kanalı olan Samanyolu da bir haber kanalı olan NTV gibi %7 oranında seyredilmektedir. Yine haber kanalı olan HaberTürk ve TV8 ile CNN-Türk de %2 ile %4 arasında seyredilmektedir.

En Çok Seyredilen Türk Televizyon Kanalları

(Birden fazla cevap, Yüzde değerleri)



Alman Günlük Gazetelerinden Yararlanma

Alman Günlük Gazetelerinden Yararlanma

(Birden fazla cevap, Yüzde değerleri)

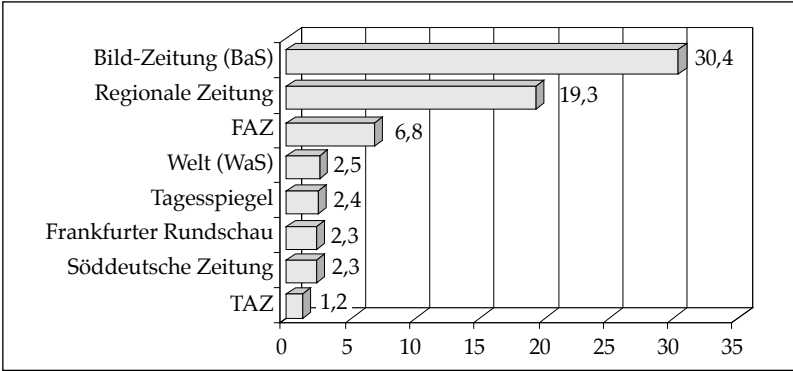


Bild-Zeitung, Alman gazeteleri arasında en çok okunan gazetedir. Bütün göçmenlerin %30'u bu gazeteyi okumaktadır. Bunun ardından göçmenlerin 1/5'i tarafından okunan bölgesel gazeteler gelmektedir. Bunlar arasında ilk sırayı WAZ, ardından Rheinische Post, Kölner Express, Kölner Stadtanzeiger ve NRZ gelir. Bölgeler üstü gazeteler ancak az bir kesim tarafından okunmaktadır, bunlar arasında özellikle de Frankfurter Allgemeine Zeitung (%7) az okuyucu bulmaktadır. Karşılaştıracak olursak²: Bölgesel günlük gazeteler Almanya'da halkın %59'u tarafından okunmaktadır. Bild-Zeitung %16'lık bir okuyucu kitlesine ulaşmaktadır. Bölgeler üstü günlük gazeteler (FAZ, FR, SZ) ise %1 ile %2 arasında bir kitle tarafından okunmaktadır.

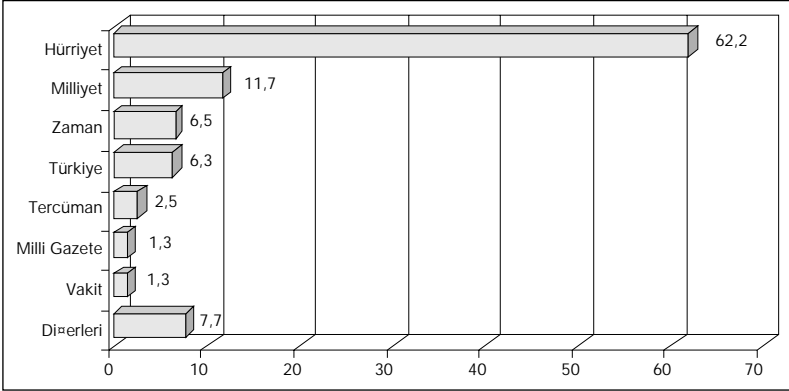
Okunan Türkçe Günlük Gazeteler

Türk gazeteleri arasında Hürriyet gazetesi ankete katılan Türk kökenli göçmenlerin %62'si oranında bir okuyucu kitlesiyle büyük farkla en

çok okunan gazetedir. Bu gazete, liberal-muhafazakar olarak bilinmekte, ama büyük ölçüde bulvar gazetelerinin stilinde bir çizgi takip etmektedir. Bunun ardından %12 ile liberal sol kategorisine giren Milliyet, %7 ile Zaman ve %6 ile Türkiye gazeteleri gelmektedir, ki son ikisi muhafazakar-dindar olarak bilinmektedir. Liberal sağ bir gazete olan ve şimdi artık yayınlanmayan Tercüman ise %2'lik bir kitle tarafından okunmaktadır. Dindar-kökten dinci gazetelerden Milli Gazete ve halkı tahrik ettiği gerekçesiyle Şubat 2005'te İçişleri Bakanlığı tarafından yasaklanan Vakit gazetesi de ankete katılanların %1'lik bir kesimine ulaşmaktadır (Almanya'daki baskı adedi 3.000).

Türkçe Günlük Gazetelerin Okunma Oranları

(Birden fazla cevap, Yüzde değerleri)



Sonuç

Türk mediasından etkili biçimde yararlanma, çoğu kez düşünüldüğü gibi hiçte öyle otomatik olarak bir "medya gettolaşması"nın işareti değildir, tam aksine gençler arasında Alman mediasından tamamlayıcı şekilde yararlanılması azalmaktan çok, artmaktadır. Yine aynı şekilde Alman mediasının daha fazla kullanılmasıyla anadildeki

medyadan kopma arasında bir bağlantı olmadığından, genç yaş grubunda medyadan yararlanma konusunda bir asimilasyon eğilimi kendini göstermektedir. Medyadan yararlanma daha ziyade göçteki yaşam gerçeği ile alakalıdır. Bu gerçek, ne göçmenlerin geldikleri ülkenin, ne de göç alan ülkenin medyasının göçmenlerin ihtiyaçlarına gereği gibi cevap veremediğine işaret etmektedir.

Dolayısıyla göçmenlerin, göçmenlere sunduğu otantik programlar yalnız vazgeçilmez değil, aynı zamanda başarılıdır da. Örneğin Türkçe yayın yapan ve Berlin'deki Türk gençlerinin en çok dinlediği "Metropol FM" adlı özel radyo kanalı. Kuzey Ren Vestfalya eyaletindeki WDR/Radyoevi de bu alandaki yerini gittikçe sağlamlaş-tırmakta ve geçmiş yıllardaki "Misafir işçi radyosu" imajından belirgin şekilde kurtulmaktadır. Ayrıca Türk kökenli Almanlar tarafından yine Türk kökenli Almanlar için çıkarılan matbuat ürünleri –örneğin halen mevcut olan Elit, Post, Arkadaş, Mavi Gazete, NRW Haber ve Yeni Asya gibi dergiler– de önem kazanmaktadır. Ama iki dilli çıkan ve haftada bir defa taz gazetesiyile birlikte dağıtılan "Perşembe" veya Almanca çıkan "Etap", "Hayat" ve "Türkis" gibi özellikle Türk gençlerine yönelik magazin dergileri gibi istikbal vadeden yaklaşımlar, şiddetli rekabetten dolayı kısa süre sonra kapanmak zorunda kaldılar. Almanya'daki göçmenler tarafından yine göçmenler için üretilen medya ürünlerinin yayılması, daha fazla entegrasyon için atılmış önemli bir adım olur.

Ama aslında göçmenlerin Türk medyasından yararlanmasının entegrasyonu olumsuz yönde etkileyeceği konusunda bir tahmin yürütmek için mevcut bilgiler yeterli gelmemektedir. Özellikle Alman ve Türk medyasından (niceliksel) yararlanma konusundaki mevcut bilgilerden öte, medyanın etkisi hakkında nitelikli bilgi eksikliği bulunmaktadır. Ama göçmenlerin yararlandıkları medyaya karşı tamamen

eleştirel yaklaşıtlarına dair ampirik çalışmalar da vardır³. Göçmenler Alman ve Türk medyasını ne kadar güvenilir bulmaktadırlar? Medya araştırmaları önce bu sorulara cevap aramalıdır.

Kaynakça:

1. Institut für Demoskopie Allensbach: Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2004, www.awa-online.de
2. Institut für Demoskopie Allensbach: Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2004, www.awa-online.de
3. Bu konuda şimdiye kadar yapılan tek araştırma için bkz. Hafez, Kai: Türkische Mediennutzung in Deutschland: Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. / *Almanya'da Türk medyasından faydalanma: Toplumsal entegrasyon için bir engel mi, yoksa bir fırsat mı? Federal hükümet Basın ve Enformasyon Dairesi için yapılan niteliksel bir araştırma*. Hamburg/Berlin 2002.