

MEDYA ARACILIĞIYLA KÜLTÜRLERARASI ENTEGRASYON: ALMANYA ÖRNEĞİ. ALMANYA'DA YAŞAYAN TÜRKLERİN MEDYA SEKTÖRÜNDE GÖREV ALMASININ KÜLTÜRLERARASI ENTEGRASYONA ETKİSİ¹

Eylem Şentürk KARA²

ÖZET

Bu çalışmada, Almanya'nın en büyük göçmen grubunu oluşturan Türk kökenli kişilerin, medya sektöründe görev almasının entegrasyon üzerinde etkileri medya aracılığı ile kültürlerarası entegrasyon bağlamında ele alınmıştır. Çalışmada, problem merkezli görüşme yöntemi kullanılarak Hamburg'da doğup büyüyen toplam 30 Türk gencinin görüşlerine başvurulmuştur. Bu kişilerin görüşleri birbiriyle kıyaslanmış ve araştırma açısından önemli görülen ifadeler makalede yer verilmiştir. Elde edilen verilere göre Türk kökenli kişilerin Alman medyasında görev almasının entegrasyon sürecine sanıldığı kadar olumlu etkilerinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Çok sayıda görüşmeci, Türklerin Alman medyasında çalışabilmek için kendi kültürlerinden, dinlerinden ve dillerinden vazgeçmeleri gerektiğine inanmaktadır. Ayrıca Türk medyasının kültürlerarası entegrasyonu desteklemek amacıyla Almanya'da yaşanan bir takım istisnai olayları yayınlarında tematize etmek yerine geneli ilgilendiren problemlerin ortadan kaldırılabilmesi için daha fazla görevler üstlenmeleri gerektiğini düşünmektedir.

Anahtar kelimeler: Medya aracılığıyla entegrasyon, kültürlerarası entegrasyon, medya aktörü, Almanya medyasında çalışan Türkler

INTERCULTURAL INTEGRATION THROUGH MEDIA: GERMANY EXAMPLE.

THE IMPACT OF TURKISH COMMUNITY WHO LIVE IN GERMANY WORK IN MEDIA SECTOR ON INTERCULTURAL INTEGRATION³

ABSTRACT

In this paper, the various effects of the workforce involvement in media sector of the Turkish Community, who are the largest immigrant community in Germany, on integration is considered in respect to intercultural integration. In this study, problem centered interview method is used and 30 young individuals who grew up in Hamburg and are Turks have been interviewed. The opinions of these individuals are compared with each other and the statements which are important for the research are given in this article. According to these data, it became clear that workforce involvement of the people who have Turkish origins does not affect the

¹ Bu çalışmada Hamburg Üniversitesi Gazetecilik ve İletişim Bilimleri bölümünde kabul edilen doktora tezinden yararlanılmıştır.

² Dr. Hamburg Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Gazetecilik ve İletişim Bilimleri Bölümü. eylemsen2002@yahoo.de

³ In this work, a doctoral thesis which is approved by Hamburg University Journalism and Communication Sciences department is used.

intercultural integration as good as it is expected. Great percentage of these individuals believe that in order for Turks to take office in the German media sector, one needs to abandon his/her own culture, religion and language. Additionally, they think that for the Turkish media to support the intercultural integration, it needs to stop addressing the particular events and it needs to take responsibility such as addressing the problems which affect the general population to take care of them.

Keywords: Integration thorough media, intercultural integration, media sector, Turks who work in the German media sector

1. GİRİŞ

Günümüzde gerek politikada gerekse bilimsel platformda sıklıkla bir parçanın kendi kültürel özelliklerini kaybederek büyük bir parçaya eklenmesi olan asimilasyon ile farklı parçaların kendi özelliklerini kaybetmeden çoğunluğun davranış ve yaşam tarzına adapte olarak yaşaması anlamına gelen entegrasyon kelimesi eş anlamda kullanılmaktadır (Krummacher, 2000: 326; Şahinöz, 2010). Oysa entegrasyon sürecinde, asimilasyondan farklı olarak azınlıkların kendi öz benliklerini yitirmeden içinde yaşadıkları toplumda varlıklarını sürdürmesi çok önemlidir. Bu durumun en başarılı şekilde uygulandığı ülke olan Kanada'da kültürlerarası entegrasyon konsepti benimsenmekte ve desteklenmektedir (Geißler, 2007a).

Son yıllarda Almanya'da göçmenlerin bu ülkeye entegrasyonu, Alman kamuoyunu çok meşgul eden bir konudur. Entegrasyon sürecinin kısaltılması ve desteklenmesi için Almanya'da pek çok iletişim bilimci medyanın kültürlerarası entegrasyon noktasında çok daha aktif ve yoğun bir çalışma içerisine girmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Geißler, 2007b; 2010; Müller, 2005: 83–126; Weber-Menges, 2005: 127–184; Weiß ve Trebbe, 2001). İletişim bilimci Rainer Geißler (2007b) Almanya'da kültürlerarası entegrasyon sürecinin medya aracılığıyla başarılı bir şekilde desteklenmesinin şu üç unsura bağlı olduğunu açıklamaktadır:

- Medya yayınlarının içeriği: Göçmenlerin kültürel anlamda Almanya'ya uyum sağlaması kendiliğinden gerçekleşmeyeceği için Alman toplumunun birtakım politik ve sosyal çabalar içerisinde olması gerekmektedir. Göçmenlerin sürekli olarak Alman medyasında negatif bir şekilde sunulması yerine onların bu ülkede ne kadar faydalı işler yaptıklarının da yayınlarda dile getirilmesi ve özellikle ekonomik anlamda onlara duyulan ihtiyaca işaret edilmesi gerekmektedir. Ayrıca Almanlar ile

göçmenlerin kendi kültürel ve sosyal farklılıklarına rağmen ortak bir dil, kanunlar, temel değerler, karşılıklı saygı çerçevesinde beraberce uyum içerisinde yaşanabileceklerine medya yayınları aracılığıyla vurgu yapılmasına gereksinim duyulmaktadır.

- Medya aktörü: Entegrasyonun başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için Alman toplumunda bütün etnik grupların çoğunluk ile aynı haklara sahip olması ve bu toplumun önemli alanlarında (örneğin kamu ve medya) eşit seviyede temsil edilmesinin sağlanmasına ihtiyaç vardır. Özellikle Alman medyasında çalışan göçmen kökenli kişi sayısının artırılması ve onların bu sektörde aktif bir şekilde medya aktörü olarak çeşitli görevler üstlenmelerinin desteklenmesi gerekmektedir.

- Medya kullanımı: Göçmen kökenli kişilerin sadece geldikleri ülkenin medyasını değil, Alman medyasını da takip etmelerinin uyum sürecine olumlu katkıları olacağına inanılmaktadır. Böylece göçmenler, kendi soydaşlarından oluşan kapalı bir topluluk içinde yaşamak yerine yaşadıkları toplumun bir parçası olabilmek için ülkedeki politik, kültürel, sosyal ve aktüel olayları takip edebilecektir. Pek çok Alman iletişim bilimciye göre göçmen kökenli kişiler ne kadar Alman medyasını takip ediyorlarsa o kadar Alman toplumuna entegre olmuş olarak kabul edilmektedir (Geißler 2008:12; Hafez 2002: 34 –37; Hepp vd. 2011: 151–176; Weiß ve Trebbe 2001: 42–43).

Almanya’da medyanın kültürlerarası entegrasyon sürecine etkilerini tespit etmek amacıyla Alman medyasının ve çeşitli göçmen gruplarına ait olan medyaların yayınlarının içerikleri yapılan içerik analizleriyle incelenmiştir. Ayrıca Almanya’daki göçmenlerin özellikle Türklerin medya kullanımıyla alakalı çok sayıda araştırma da yapılmıştır (ARD/ZDF Medienkommission 2007; RTÜK 2007; Weiß ve Trebbe 2001 vb.). Ancak şimdiye kadar medya aracılığıyla kültürlerarası entegrasyonun gerçekleşmesi için önerilen medya sektöründe daha fazla sayıda göçmen kökenli aktörlerin görevlendirilmesi hakkında çok az sayıda araştırma bulunmaktadır (Oulios, 2009; 2010; Toelke, 2012). Yapılan inceleme neticesinde bu konuyla alakalı göçmenlerin bakış açısından herhangi bir ampirik çalışmaya rastlanmamıştır. Bu makalede ise 2,5 milyonluk nüfusuyla Almanya’daki en büyük göçmen grubu olan Türklerin genç nesillerinin, Alman medyasında çalışan Türk

kökenli aktörler hakkındaki fikirlerine yer verilmiştir. Ayrıca onların Türk ve Alman medyasındaki çalışma istek ve imkânlarıyla alakalı düşünceleri ile Almanya'da görev yapan Türk gazetecilerden beklentileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. Almanya'daki Türk Kökenli Kişilerin Medya Sektöründe Görev Alması

Göçmenlerin içinde yaşadıkları ülkenin medyasında çeşitli görevler üstlenmesi, medya aracılığıyla kültürlerarası entegrasyonun başarılı olmasında önemli bir yere sahiptir. Göçmen kökenli kişilerin göçmen olmayan kişilerle eşit şartlarda değerlendirilip gazeteci, redaktör, sunucu gibi çeşitli görevlerde Alman medyasında görev yapması durumunda, bu kişiler kendi farklı kültürlerini, bakış açılarını, tecrübelerini ve bilgi birikimlerini çeşitli yayınlarda sunma fırsatını elde etmiş olur (Geißler ve Pöttker 2006: 17; Weber-Menges 2005: 177). Alman medyasındaki göçmen kökenli çalışan sayısının artması neticesinde Geißler'e (2008: 12; 2010: 9–11) göre göçmenlerin kültürel farklılıklarının Alman kamuoyunca tanınmasına ve kabul görmesine de neden olacaktır. İletişim bilimci Horst Pöttker gelecekte daha fazla kalifiye göçmen kökenli kişilerin medya sektöründe çalışmalarının zorunlu bir hal alacağını vurgulamakta ve bu tezini şu sözlerle dile getirmektedir: *"Bana göre Alman medyası, toplumun yüzde 20'sini oluşturan dolayısıyla kendisinin potansiyel takipçisi, hedef kitlesi son olarak da müşterisi olabilecek kişileri daha fazla görmezden gelemez."* (Prevezanos, 2011). Pöttker'e göre göçmen kökenli kişilerin medya sektöründe çalışmaları ile göçmenleri ilgilendiren konular daha iyi tespit edilebileceği için Alman medyası daha fazla okuyucu, dinleyici, seyirci dolayısıyla müşteri kazanabilecektir.

Günümüzde Almanya'da yaklaşık 15 milyon göçmen kökenli kişi yaşamaktadır. Bunun anlamı Almanya'da yaşayan her beş kişiden biri göçmen kökenlidir. Bu duruma rağmen medyada çalışan göçmen kökenli kişi sayısı çok azdır. Her 25 gazeteciden sadece biri göçmen kökenlidir (Prevezanos, 2011). Hatta yazılı basında bu sayı çok daha düşük olup yüzde 2-3 civarlarındadır (Sey, 2012: 84; Toelke, 2012: 85).

Alman medyasında kariyer yapmanın ne gibi zorlukları var? Neden Alman medyasındaki çalışan göçmen kökenli kişi sayısı bu kadar azdır? Şimdiye kadar bu

sorulara cevap aramak amacıyla yapılan çok az sayıda araştırma bulunmaktadır (Oulios, 2009; 2010; Toelke, 2012). Bu alanda kapsamlı bir araştırma olmadığı için çalışmanın bu kısmında Alman medyasında çalışan kişilerle yapılan röportajlardan alıntılara yer verilecektir. Örneğin Alman RTL televizyonunda haber bültenini sunan Nazan Eckes kendisiyle yapılan bir röportajda yukarıdaki soruları şu şekilde cevaplamıştır: "*[Türkler] Almanların dilden dolayı öncelikli oldukları düşüncesine sahipler. Bunun dışında bir süre öncesine kadar bu mesleğe giriş yapmak çok zordu. İyi notlara ve iyi bir kalıfıkasyona rağmen*" (Prevezanos 2011). Eckes, bu ifadeler ile Alman diline çok hâkim ve iyi bir eğitim almış olan kişilerin bile medya alanında iş bulmak konusunda zorlandıklarından dolayı Alman medyasındaki Türk kökenli kişilerin sayılarının az olduğunu ifade etmektedir. Çeşitli Alman medya kuruluşlarında redaktör ve sunucu olarak görev yapan Erkan Arıkan da Eckes'in düşüncesini paylaşmakta ve Alman medyasında gençlere örnek olabilecek Türk kökenli aktörlerin eksikliğine dikkati çekmektedir. Ona göre Türk toplumu içinde gazetecilik mesleğinin kötü bir imaja sahibi olması da gençler tarafından bu mesleğin seçilmemesine neden olmaktadır. Arıkan bu durumu kendi hayatından bir örnek vererek açıklamaktadır: "Aileme gazeteci olmak istediğimi söylediğim zaman babamın bana söylediği ilk şey şuydu: 'Oğlum, yapacak daha mantıklı bir şey bulamadın mı?'" (Prevezanos, 2011). Arıkan, ebeynlerin bu tutumu nedeniyle Almanya'daki Türk kökenli gençlerin daha çok avukatlık, doktorluk ve mühendislik gibi meslekleri birinci planda tercih ettiğini belirtmektedir.

Günümüzde gazetecilik alanında kalifiye göçmen kökenli kişilerin yetiştirilmesi amacıyla çeşitli Alman medya kuruluşları birtakım çabalar içerisine girmiştir (Örneğin WDR'nın die Aktion "Grenzenlos" – "Sınırsız Hareket" projesi). Ayrıca Alman hükümeti tarafından da hazırlanan milli entegrasyon planında, daha fazla göçmen kökenli kişilerin medya aktörü olarak kazanılması için Alman medyasına bir takım önerilerde bulunulmuştur (Der Nationale Aktionsplan Integration, 2012).

Medya aracılığıyla kültürlerarası entegrasyon alanında son yıllarda yaşanan diğer bir pozitif gelişme ise Alman televizyonlarında bu ülkedeki göçmen gruplara bilhassa Türkler ve Türklerle alakalı kimi konulara ve figürlere eskiye oranla daha

fazla yer verilmesidir (Geißler, 2010). Bunlara örnek olarak şunları sıralayabiliriz: ARD kanalında yayınlanan Almanya'da polislik yapan iki çocuklu Türk bir baba ile iki çocuklu Alman bir annenin birlikte yaşamaya karar vermesiyle gelişen olayları anlatan komedi dizisi *Türkisch für Anfänger*⁴ (Acemiler İçin Türkçe), RTL kanalında Almanya'da yaşayan bir Türk ailesinin hikayesinin işlendiği komedi dizisi *Alle lieben Jimmy* (Herkes Jimmy'i Seiyor), WDR'de Özdağ soyadlı bir ailenin günlük hayatından kesitler sunan belgesel *Die Özdağs* (Özdağlar), ZDF'de yayınlanan kriminal olayların ele alındığı dizi *Kriminalist* (Dedektif) ve ProSieben'de gösterilen bir Alman gencinin, bir Türk kıızı ile evlenebilmek için yaptıklarını konu alan film *Meine verrückte türkische Hochzeit* (Benim Çılgın Türk Düğünüm).

Medya aracılığıyla kültürlerarası entegrasyonun başarılı olabilmesi için Alman medyasının yanısıra Almanya'daki Türk medyasının da uyumu destekleyici çalışmalar yapması gerekmektedir. Ancak bu sayede hem Alman hem de Türk toplumdaki klişeleşmiş düşünceler ve önyargılar ortadan kaldırılabilir (Müller, 2005: 84–85).

Çalışmanın bu bölümünde, Almanya'daki Türk medyasının Türklerin bu ülkeye entegrasyonunu desteklemek amacıyla neler yaptıklarını ortaya koymak için öncelikle bazı saptamalara yer vermek gerekmektedir. Entegrasyon sürecini sekteye uğratan en önemli sorun, içinde yaşanılan ülkenin dilinin yeteri kadar bilinmemesi olarak gösterilmektedir. Bu nedenle içinde yaşadığı toplumu tanıyan ve dil problemi olmayan yeni nesillerin, gelecek yıllarda Almanya'daki Türk medyasında görev yapmalarının entegrasyon sürecini olumlu bir şekilde etkileyeceği düşünülmektedir (Geißler, 2007b; 2010). Beate Schneider ve Anne-Katrin Arnold (2004: 245–262) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları bu tezi destekler niteliktedir. Bu araştırmaya göre Almanya'ya daha iyi entegre olmuş olarak değerlendirilen (Alman vatandaşlığına geçmiş, Almancayı iyi derecede bilen ve hem Alman medyasındaki meslektaşları hem de özel hayatında Almanlarla ilişkileri olan) Türk gazetecilerin mesleklerini yaparken de entegrasyonu destekleyici faaliyetlerde buldukları ortaya çıkmıştır. Türkiye'den gelen ve kendini oraya daha yakın hisseden kişiler ise

⁴ *Türkisch für Anfänger* adlı dizi hakkında yapılan bir araştırmanın neticesine göre bu dizi Alman toplumunun kafasındaki stereotip ve önyargıları değiştirmek adına fazla bir şeyler yapmamasına rağmen entegrasyon sürecine bir nebze de olsa katkı sağladığı görülmüştür (Henning vd. 2008).

Türkleri daha fazla anavatana bağlamak ve onların Türk-İslam kültürünü muhafaza etmeleri için çaba harcadıkları belirlenmiştir.

Önceden Türk medya kuruluşlarında görev yapan gazetecilerin tamamına yakını Türkiye’den geliyordu ve bu kişiler çoğunlukla Almancaya hakim değillerdi. Zamanla Almanya’da Türk medyasının çeşitli kademelerinde, burada yetişen ve Almancaya tamamen olmasa da kısmen hakim olan kişiler görev yapmaya başladı. Gazetecilikle ilgili herhangi bir eğitim almamış olan bu kişiler, bir Türk medya kuruluşunun bürosunda çalışarak işe başlıyor ve zamanla haber yazmayı öğreniyordu. Günümüzde ise artık yeni nesil gazetecilerin Türk medyasında çalışabilmeleri için eskiye oranla daha fazla kalifiye olmaları, iki dili ve kültürü de çok iyi düzeyde bilmeleri gerekmektedir (Doğan 2008). Bu bağlamda gelecekte gazetecilik alanında eğitim görmüş Almanya’da yetişen gençlerin, Hürriyet gazetesinin bünyesinde farklı pozisyonlarda çalıştırılması amacıyla bazı projeler hayata geçirilmeye başlanmıştır (Şentürk, 2012a: 41-42, 77-78). Öncelikle Hürriyet tarafından Almancayı Türkçeden daha iyi bilen genç nesillere ulaşmak amacıyla yayınlanan Almanca ek Young Hürriyet için yeni bir yazı işleri ekibi oluşturulmuştur. Ayrıca Almanya’da yetişen gençlere gazetecilik alanında mesleki eğitim vermek amacıyla 2007 ile 2010 yılları arasında bir proje başlatılmıştır. Hürriyet’te yayınlanan ilanda mesleki eğitim almak isteyen gençlerde aranan özellikler şu şekilde sıralanmıştır:

15–25 yaş arasında akıllı, uyanık, yetenekli, becerikli Avrupalı Türk gençleri arıyoruz. Bu gençleri medyanın her alanında usta gazeteciler olarak yetiştireceğiz. Hürriyet öncülüğünde bu 1000 genç gazeteci kuşağı, Avrupa ve Türkiye arasında köprü görevi üstlenecek. Türkiye’nin AB üyeliği ve uyum sürecinde aktif rol alacak (Hürriyet gazetesi 10 Mart 2007).

Bu ilanda Hürriyet gazetesinin, hem Türkiye’nin Avrupa üyeliğini desteklemek hem de Türklerin Avrupa’ya entegrasyonuna katkı sağlamak amacıyla genç gazeteciler yetiştirmek istediği açık bir şekilde görülmektedir. 2007 yılında başlatılan bu proje ile Türklerin entegrasyon sürecinde önemli roller üstlenmek isteyen gençlerin Hürriyet’te görev alacağı düşünülmüş ve 2010 yılında ilk mezunlar verilmiştir.

Almanya'daki Türk medyasının Türklerin entegrasyonu katkı sağlamak amacıyla ortaya koyduğu diğer bir proje ise kısa adı "biz" olan "Bildung ist Zukunft" (Eğitim Gelecektir) 2011 yılında hayata geçirilmiştir. Türk medyası (İhlas Medya Grubu, Kanal Avrupa, Radyo Metropol, Sabah-ATV Grubu, Türkshow, Zaman Grubu) ile Zentrum für Türkeistudien (Türkiye Araştırmalar Merkezi) 8 Şubat 2011 tarihinde Türk kökenli gençlere meslek seçimlerinde yardımcı olmak için ortak bir çalışma içerisine girmiştir. Bu ortak çalışma ile Türklerin Almanya'daki eğitim seviyesinin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Türk medyasında, Almanya'daki insanlara sunulan meslek ve eğitim alanındaki imkanlar hakkında bilgilere yer verilmektedir. Örneğin iş başvurusu nasıl yapılır, özgeçmiş nasıl hazırlanır, staj yeri bulmak için nerelere ve nasıl başvurmak gerekiyor gibi konular yayınlarda tematize edilmektedir (Frankfurter Allgemein, 2011; Netzwerk- biz, 2011; Türkiye ve Uyum Araştırma Vakfı, 2011).

Almanya'da iki dilli yayın yapan radyo kanalı Metropol FM'in genel müdürü olan Tamer Ergün, yürütülen bu ortak çalışmanın hedef kitlesini şu şekilde açıklamaktadır: "*Eğer mesleki eğitimden söz edilecekse öncelikle ebeveynlere özellikle de annelere ulaşmak gerekmektedir. Ayrıca dönercilik, taksilik yapan babalara yani sıradan insanlara*" (Frankfurter Rundschau, 2011). Çoğunlukla dil problemi olan bu ebeveynlere Almanya'daki eğitim ve meslek alanlarındaki imkanlar hakkında bilgiler, Türkçe olarak sunulmaktadır. Bu sayede gençlerin geleceklerini iyi planlanmaları ve Alman toplumu içerisinde çeşitli alanlarda eğitim almaları sağlanarak medya aracılığıyla entegrasyon sürecine katkı sağlamak hedeflenmektedir.

3. Araştırma

Günümüzde Almanya'da kültürlerarası entegrasyon giderek önemi artan bir konu olarak gündeme gelmektedir. Göç ve göçle birlikte ortaya çıkan kültürel etkileşim neticesinde Türklerin kendi öz kimliklerini, kültürel değerlerini kaybetmeden Alman toplumuna başarılı bir şekilde entegre olabilmeleri Türkiye tarafından da arzu edilen bir durumdur. Bu çalışmanın amacı, Almanya'daki en büyük göçmen grubu olan Türklerin perspektifinden, medya sektöründe görev alan Türk kökenli kişilerin entegrasyon sürecindeki rollerini tespit etmek ile Türk

gençlerinin Alman ya da Türk medyasında çalışma istekleri ve imkanlarıyla ilgili düşüncelerini saptamaktır. Ayrıca bu makale ile deneysel araştırma neticesinde elde edilen veriler ışığında, hem Alman hem de Türk medyasına kültürlerarası entegrasyon noktasında bir takım önerilerde bulunma yoluna gidilecektir. Bu araştırmada aşağıda sıralanan sorulara yanıtlar aranmaya çalışılacaktır:

- Almanya’da yaşayan Türk gençleri, Alman medyasında Türk kökenlilerin çalışması hakkında neler düşünüyor? Bu kişileri ve onların yaptıkları işleri nasıl değerlendiriyorlar?

- Almanya’da doğup büyüyen genç nesiller, Türk medyasında mı yoksa Alman medyasında mı çalışmayı tercih ederler? Neden?

- Gençlerin entegrasyon noktasında Türk medyasında çalışan gazetecilerden beklentileri nelerdir?

Araştırma konusu hakkında fazla bilgiye sahip olunmaması sebebiyle deneklerin konuyla ilgili düşünceleri hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgi edinmek için problem merkezli görüşme yöntemi kullanılmıştır (Hölzl, 1994: 64; Mayring, 2002: 67-70). Hamburg’da Türk kökenli göçmenlerin yoğun olarak yaşadığı Wilhelmsburg, Altona-Altstadt und Mümmelmannsberg ilçeleri araştırmanın örnekleme olarak seçilmiş ve 14 ile 29 yaş arasında bulunan toplam 30 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmeden önce sorular, hem Almanca hem de Türkçe olarak hazırlanmış olmasına rağmen bütün katılımcıların isteği üzerine Almanca olarak yöneltilmiştir. Bütün görüşmeler sessiz bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye başlamadan önce deneklere, kimlik bilgilerinin anonim tutulacağına dair garanti verilmiştir. Bütün görüşmeler deneklerin izni alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Kayıtların çözümlenmesi noktasında yardımcı olması açısından görüşmeler esnasında ayrıntılı notlar tutulmuştur.

4. Bulgular

Alman iletişim bilimciler, Türk kökenli kişilerin Alman medyasında çeşitli görevler üstlenmelerinin diğer Türklere örnek teşkil edeceğini savunmakta ve bu durumun Türklerin Almanya’ya entegrasyonunu destekleyerek hızlandırılmasında önemli roller oynayacağını öne sürmektedir. İletişim bilimciler tarafından ortaya

konulan bu tezin doğru olup olmadığını ortaya koymak amacıyla araştırmada deneklere "Alman medyasında Nazan Eckes (RTL kanalında haber spikeri), Kaya Yanar (komedyen), Fatih Akın (yönetmen) gibi Türk kökenli kişileri sunucu, oyuncu, gazeteci gibi görevlerde gördüğünüz zaman ne düşünüyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Görüşmecilerden 6 kişi, Türklerin zaman içerisinde kendilerini geliştiklerini ve günümüzde Alman toplumu içerisindeki her türlü meslek dalında önemli görevler üstlendiklerine dikkati çekerek Türklerin Alman medyasında da çeşitli görevlerde bulunmalarını çok normal bir durum olarak değerlendirmektedir. Bu düşüncelerini şu şekilde ifadelerle dile getirmektedirler: "*Bu çok normal bu nedenle dikkatimi bile çekmiyor*", "*Normal, neden şaşırırım ki?*", "*Normal, Türkler her yerdeler.*"

Araştırmaya katılan 13 kişi ise medya sektöründe çalışan kişilerin, Alman toplumundaki ayrımcılığa rağmen birşeyler başarabileceğini gösterdikleri için böyle kişilerin sayılarının artması gerektiğinin altını çizmektedir. Bazı görüşmeciler bu konuyla ilgili fikir ve duygularını şu şekilde dile getirmektedir:

Burak: "*Ben gurur duyuyorum, onların böyle şeyler başardıklarından ve Almanya'da star olarak kabul edildikten dolayı.*"

Melissa: "*Bence bu tuhaf. Burada bir Türk oynuyor diye düşünüyorum. Çünkü Alman televizyonunda çoğunlukla Almanlar oynuyor. Çok nadiren iki ya da üç tane Türk, televizyonda çıkıyor. ‚Gute Zeiten, schlechte Zeiten‘ (İyi ve Kötü Zamanlar) adlı dizide sadece iki tane Türk oynuyor. İnsan şaşırıyor onları görünce, çünkü bu çok sık olmaz.*"

Harun: "*Bence bu harika bir durum. Alman toplumu içindeki ayrımcılığa rağmen insanların bu ülkede bir şeyler başarımları.*"

Yeliz: "*İnsan seviniyor bir taraftan. Bazı Türklerin başarılı olup iyi işler yaptığını görünce. Bu durum gösteriyor ki bütün Türklerin eğitim seviyeleri düşük değil, eğitim seviyesi yüksek olan insanlarda var onların arasında.*"

Araştırmaya katılan 11 kişi ise Türk kökenli kişilerin Alman medyasında etkin roller üstlenmesini sevinilecek olumlu bir gelişme olarak değerlendirmemektedir. Onlara göre, Kaya Yanar ve Nazan Eckes gibi kişileri Türk olarak değerlendirmek mümkün değildir. Çünkü onlar, Yanar ve Eckes'in kendi

anadillerini hemen hemen hiç bilmediklerine inandıkları için onların Almanlaştıklarını düşünmekte ve onları daha çok Alman olarak kategorize etmektedir.

Aysel: "Bu kişiler çoğunlukla Almanlaşmışlardır. Onların Almanlaşmış olduklarını şivelerinden ve düşünme şekillerinden anlamak mümkündür. Çünkü onlar bu açılardan farklıdır."

Vural: "Kaya Yanar hiç Türkçe bilmiyor ama mükemmel Almanca konuşuyor. O bir Türk televizyonunda hiçbir şey yapamaz."

Hatice: "Türk kökenli çoğu kişiler Kaya Yanar gibi. Bu tür kişiler iki kültüre de ait değil, bunlar daha çok Alman bana göre. Bu kişiler ne Türk dilinden ne de Türk kültüründen izler taşıyor."

Onur: "Az önce isimleri sayılan kişiler çoğunlukla Almanya'ya daha fazla sempati duyuyor ve onlar tam anlamıyla Türk değil. Onlar başarılı olmak için asıllarını inkar ediyorlar. Yani bu kişiler başarılı olmak için sadece uyum sağlamıyor aksine kendilerini tamamen değiştirme yoluna gidiyor."

Araştırmaya katılanlardan Serdar, kendi anadiline hakim olmayan kişilerin Almanya'ya iyi bir şekilde uyum sağlamış olarak Alman medyasında ön planda sunulduğuna dikkati çekmekte ve bu durumu eleştirmektedir. Ona göre de insanların Almanya'da başarılı olması ancak Türk kültüründen ve dilinden tamamen uzaklaşmalarıyla mümkündür. Bu tezini şu şekilde dile getirmektedir:

Serdar: "İki Futbolcu: Nuri Şahin ve Mesut Özil. Ben ikisini de gözlemledim ve analiz ettim. Nuri Şahin çok iyi derece Almanca ve Türkçe biliyor. Özil sadece sokak Almancası konuşuyor ve Türkçe'yi çok iyi bilmiyor. Mesut Özil entegrasyon ödülü alıyor çünkü Alman Milli Takımında oynamayı kabul ediyor. Buradan anlaşılıyor ki entegrasyonun eğitimle bir alakası yok."

Kimi görüşmeciler de Alman televizyonlarında boy gösteren bazı Türk kökenli kişilerin Türkler ve Müslümanlar hakkında yanlış ve kötü bir imaj sergiledikleri için onların Alman medyasında Türkleri doğru bir şekilde temsil etmediklerinin altını çizmektedir.

Mustafa: *"Bazı kişiler kendilerini çok küçük düşüyorlar mesela Gülcan [Karahancı]."*

Selim: *"Onlar Türkleri kötü bir şekilde temsil ediyorlar. Almanya'da Türk dediğiniz zaman aynı zamanda Müslüman kelimesine eş değer kabul ediliyor. Bazı Türk kadınları televizyonda yapmış oldukları hareketlerle kendilerini küçük düşürüyor. Saçma sapan show programları sunuyorlar, bu bizim kültürümüze ve dinimize uymuyor. Bu kişiler, Türkiye'de böyle şeyler yapamazlar. Bu kişiler yapmış oldukları hareketlerle bizi temsil etmiyor."*

Araştırmaya katılan 4 kişi ise Fatih Akın'ın Kaya Yanar ve Nazan Eckes gibi kişilerden farklı bir pozisyonda olduğunu vurgulayarak başarılı olmak adına onun Türk kimliğinden ve kültüründen tamamen uzaklaşmadığı fikrini savunmaktadır. Görüşmecilerden İhsan bu konudaki görüşünü şu sözlerle dile getirmektedir:

İhsan: *"Ben Fatih Akın'ın harika olduğunu düşünüyorum. O kendini Türk olarak lanse etmiyor ve Türk olduğum için beni beğenin demiyor. Ama kendi [Türk] kültürüne ve geçmişine eserlerinde çok iyi bir şekilde yer veriyor."*

Deneklerin Alman medyasında çalışmak isteyip istemediklerini tespit etmek amacıyla onlara "Alman gazete veya televizyon kanallarında çalışmak ister misiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Bu soru 19 kişi tarafından evet olarak yanıtlanırken 11 kişi tarafından hayır olarak yanıtlanmıştır. Bu soruya olumsuz cevap veren denekler, Alman medyasında çalışmak istemediklerini, aldıkları eğitimin medya sektörünün çalışmaya uygun olmadığını veya bu alanda çalışmanın ilgilerini çekmediğini söylemişlerdir. Deneklerden üçü, bu soruya neden olumsuz yanıt verdiklerini diğerlerinden farklı sebebe bağlayarak açıklamıştır. Esmanur, Almanya'da üniversitede 'Medya ve Enformasyon' bölümünde okumasına rağmen mutlaka Türk medyasında kariyer yapmak istediği için Alman medyasında çalışmak istemediğini belirtmiştir. Berna adlı görüşmeci gazetecilik bölümde okumak istediği halde lise bitirme notu düşük olduğu için başka bir bölüm okumak zorunda olduğunu vurgulamakta ve bu sebepten dolayı medya alanında çalışmanın kendisi için bir hayal olduğunu düşünmektedir. Diğer görüşmeci ise Alman medyasındaki bütün kuruluşların İslam dinine karşı ön yargılı baktıklarından dolayı onlar için çalışmak istemediğini vurgulamış ve bu durumu şu şekilde açıklamıştır:

Selim: "Ben Alman medyası için pek çalışmak istemezdim, çünkü biliyorum ki Almanya'da Müslümanlara karşı ön yargısı olmayan hiç bir televizyon kanalı yok. Hatta gazetecilere işe başlamadan önce İslam hakkında olumlu bir şeyler yazmayacaklarına dair sözleşmeler imzalatan bazı dergiler de var. Yani böyle firmalar ve televizyon kanalları için asla çalışmak istemem. "

Araştırmaya katılan deneklerin çoğunluğu Alman medyasında özellikle televizyon kanallarında çalışma fikrine sıcak baktıklarını ve daha çok kamera arkasında çalışmak istediklerini belirtmektedir. Görüşmecilerden sadece 2 kişi, Alman kanallarında yayınlanan bir programda sunuculuk yapmak istemektedir.

Araştırma neticesinde bazı erkek görüşmecilerin medya sektöründe daha çok spor ile alakalı alanlarda görevler üstlenmek istediği gibi pek şaşırtıcı olmayan bir sonuca da ulaşılmıştır.

Tablo 1: Alman gazete veya televizyon kanallarında çalışmak ister misiniz?

Yaş grupları	Cinsiyet	Evet	Hayır
Birinci Grup 14–19 yaş arası	Kadın	3	2
	Erkek	4	1
İkinci Grup 20–24 yaş arası	Kadın	3	2
	Erkek	1	4
Üçüncü Grup 25–29 yaş arası	Kadın	4	1
	Erkek	4	1
	Toplam	19	11

Türk gençlerinin daha çok Türk medyasında mı ya da Alman medyasında mı çalışma fikrine sıcak baktığını tespit etmek ve bu tercihlerinin arkasında yatan nedenleri ortaya koymak amacıyla deneklere "Günümüzde Hürriyet gazetesi genç gazeteciler yetiştirmek amacıyla kadro açmıştır. Siz de Hürriyet gazetesinde ya da başka bir Türk medya kuruluşunda mesleki eğitim almak ya da staj görmek ister misiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan 30 kişi içerisinde 16 kişi Türk medyasında çalışabileceğini belirtmiştir. Aşağıdaki Tablo 2'de açık bir şekilde görüldüğü üzere kadın (11 kişi) görüşmeciler erkek (5 kişi) görüşmecilere oranla bir Türk medya kuruluşunda çalışma fikrine daha sıcak bakmaktadır. 14 kişi ise Türk gazete ve televizyonlarında çalışmak istemediğini söylemiştir. Bunlardan 10'unu Alman medyasında da çalışmak istemediklerini belirten kişiler oluşturmaktadır. Bu

kişiler ya medya alanı dışında bir eğitim aldıkları ya da bu alanın ilgilerini çekmemesinden dolayı ne Türk ne de Alman medyasında çalışmak istemediklerini belirtmişlerdir. Deneklerden 4'ü Almancaya Türkçeden daha fazla hakim olduklarını ifade ederek Türk medyasında çalışmak için yeterli Türkçeye sahip olmadıklarına işaret etmektedir. Görüşmecilerden bir kişi ise Türk medyasında çalışmak istememe nedeni olarak dil problemi dışında farklı bir sebep daha ortaya koymakta ve kendinin Türk kökenli olmasına rağmen Türk düşünce yapısına, kültürüne kısacası Türk mantalitesine çok uzak olduğunu şu sözlerle açıklamaktadır:

İhsan: *"Kendimi orada rahat hissedemem. Türkçe benim ilk öğrendiğim dil ama kendimi Türkçe ile iyi bir şekilde ifade edemiyorum. Bir Türk medyasında kendimi yabancı gibi hissedebilirim. Bana [Türk] dili, mantalitesi ve kültürü çok yabancı."*

Bir diğer görüşmeci ise Almanya'daki Türk firmalarına karşı önyargıyla baktığını vurgulayarak örneğin onların çalışma ortamlarının yerince profesyonel olmadığına inandığını belirtmektedir. Bu firmalarda özellikle maaşların ya hiç ya da zamanında düzenli bir şekilde ödemediğini düşündüğü için Alman firmalarında çalışmayı daha doğru bulduğunu şöyle dile getirmektedir:

Erkan: *"Bende şöyle bir kanaat var, Türklerde tırnak içinde söylüyorum hiçbir şey olması gerektiği gibi yürümez. Bu belki bir önyargı. Ama ben maddi nedenlerden dolayı bir Türk firmasından çok, bir Alman firmasında çalışmayı tercih ederim."*

Başka bir görüşmeci de Hürriyet gazetesini Almanya'daki Bild gazetesi gibi bulvar nitelikli bir gazete olarak değerlendirmekte bu nedenle bu medya kuruluşunu ciddi bir işveren olarak nitelendirmemektedir. Ayrıca bu gazetenin kendisine kariyer anlamında büyük bir katkı sağlamayacağına inanmaktadır. Bundan dolayı Hürriyet'te mesleki eğitim almak yerine sadece staj görmek isteyebileceğinin altını çizmektedir.

Tablo 2: Günümüzde Hürriyet gazetesi genç gazeteciler yetiştirmek amacıyla kadro açmıştır. Siz de Hürriyet gazetesinde ya da başka bir Türk medya kuruluşunda mesleki eğitim almak ya da staj görmek ister misiniz?

Yaş grupları	Cinsiyete	Evet	Hayır
Birinci grup 14–19 yaş arası	Kadın	3	2
	Erkek	2	3
İkinci grup 20–24 yaş arası	Kadın	4	1
	Erkek	-	5
Üçüncü Grup 25–29 yaş arası	Kadın	4	1
	Erkek	3	2
Toplam		16	14

Araştırmada yer alan çok sayıda denek, Türkçeye yerince hakim olmadıklarından dolayı Türk medyasında daha çok teknik alanlarda görev yapmak istediklerini ifade etmektedir. Görüşmeye katılan Esmanur ve Hatice ise Almanya’da medya ile alakalı bir bölümde eğitim alıp daha sonra Türkiye’de bu alanda kariyer yapmak istediklerini vurgulamaktadır.

"Bir Türk medya kuruluşunda gazeteci olarak görev yapıyor olsanız ne hakkında yazmak istersiniz? Neleri değiştirmek istersiniz?" sorularına görüşmeciler, birbirinden farklı yanıtlar verirken sadece 3 kişi bu soruya net bir cevap vermemiştir. Görüşmelerin çoğunluğu, Türk medyasının daha fazla Almanya’daki aktüel olaylar ve gençlerin bu ülkedeki durumuyla ilgili bilgi vermeleri gerektiğini vurguladıktan sonra kendilerinin bunu konuları ağırlıklı bir şekilde ele almak istediklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca Almanya’daki ırkçı düşüncelere karşı etkin bir şekilde mücadele etmek amacıyla bu ülkedeki önyargılar ve entegrasyon tartışmaları hakkında detaylı bilgiler vererek bunların nedenlerini hedef kitlelerine bildirmek istediklerini belirtmişlerdir. Bazı görüşmeciler bu isteklerini şu cümlelerle özetlemişlerdir:

Hüsnü: "Çok sayıda insana haksız bir şekilde ayrımcılık yapılmaktadır. Sadece küçük bir grup kötü şeyler yaptığı halde bütün bir topluluk kötü bir şekilde lanse edilmektedir. O bir Türk ve o sadece kötü şeyler yapar burada. Tamam, belki böyle bir kişi var ve hep kötü şeyler yapıyor. Ama onlar [Almanlar] bütün Türkler

aynıdır şeklinde bir değerlendirme yapıyor. Diğerleri de bu kişi gibidir diyorlar. Ben gazetecilik yapıyor olsaydım böyle düşünen insanlara bunun yanlış olduğunu göstermek isterdim ve ırkçılığa karşı mücadele etmeyi denerdim."

Onur: *"Ben Türklerin Almanya'daki durumlarıyla alakalı haberler vermek isterdim. Entegrasyon tartışmalarının Türklere yararı olmuyor. Örneğin Türkler Almanya'ya entegre olmak istemiyor. Bu tür tartışmalar çok zarar verici."*

Erkan: *"Türklerin Almanya'da hiç güzel bir imajı yok. Belki Türklere cesaret vermek ve ayrımlığa karşı için birşeyler yapılması için. Ayrımcılığa uğramamak için neler yapılması gerektiği anlatılabilir. Almanca öğrenmeleri için sadece Türk kanallarını takip etmemeleri ya da sadece Türkler arasında kalmayıp Almanlarla da kontakt kurmayı denemeleri gerektiği anlatılabilir."*

Erkan gibi çok sayıda görüşmeci de Türk gazetecilerin, Türklerin Almanya'ya entegrasyon sürecini desteklemek amacıyla daha fazla şeyler yapmaları gerektiğinin altını çizmektedir. Ayrıca bazı görüşmeciler, Türklerin Almanya'daki problemlerini birtakım kaliteli program formatlarıyla (belgesel gibi) detaylı bir şekilde sunmak istediklerini belirtmektedir. Örneğin gençler ile yapılan röportajlar sayesinde onların düşünce ve sorunlarını dile getirmenin mümkün olacağını vurgulamaktadırlar. Ayrıca Türk medyasının çeşitli yayınlar sayesinde hedef kitlelerine, çocuklarda iki dillilik, yetişkinlerde Almanca öğrenimi, Almanya'daki okul ve mesleki eğitim gibi bazı konularda tavsiyelerde bulunulabileceğine dikkati çekmektedirler. Bütün bunların yanısıra çok sayıda görüşmeci, Almanya'da başarılı olan Türklerin ve onların hayat hikayelerinin Türk medyasında ön planda sunulmasının gençlere örnek teşkil ederek onları cesaretlendirebileceğine inandıklarını açıklamaktadır. İki görüşmeci bu konuyla ilgili düşüncelerini ve Türk medyasının hangi konuları tematize etmeleri gerektiğini şu şekilde dile getirmektedir:

Nesibe: *"Ben olsam çok az sayıda insanın yaşadığı istisnai problemler yerine genel sorunları dile getirdim. Örneğin bazı kişilerin okulda yaşadıkları ayrımcılık da önemli bir konu ama bunların yerine bu problemlerin ortadan kaldırılması için bir şeyler yapılması denenebilir. Çocukları okula gerektiği gibi hazırlanabilmesi için Alman okul sisteminin işleyişini anlatmak önemli. Bu yapılırsa o zaman böyle*

(ayrımcılık gibi) problemler ortadan kalkar bana göre. Ayrıca gençler için gazeteler tarafından okul, meslek hayatı, meslek eğitimleri ve iş ilanların gibi konuların yer aldığı ekler verebilirler."

Mehtap: *"Burada çok güzel ve büyük bir şekilde konuşuluyor yabancı kökenli çocukların dışlanmadan toplum tarafından kabul görüldüğüne dair. Ben daha çok liseyi bitirdikten sonra ve üniversiteye gitmiş bir Türk kızıyla röportaj yapmak istedim. Ben onun bu tecrübeyle ilgili gerçek duygularını öğrenmek istedim. Neler hissediyor ve eğitim hayatında kendisine nasıl davranıldı? Bunu öğrenip yayınlamak istiyorum. Böylece çıplak gerçekleri görmek mümkün olacak. Gerçekten herşey iyi mi yoksa değiştirilmesi gereken şeyler var mı?"*

Bu ifadelerden de anlaşıldığı üzere denekler, Türk gazetecilerden, ayrımcılıkla ilgili haberleri ön planda sunmak yerine Türklerin Almanya'da yaşadıkları problemlerin kaynağını iyi tespit ederek bunların çözümlenmesi noktasında analizlerde bulunmalarını beklemektedir. Ayrıca Türk medyası haberleri hedef kitlelerine sunarken sadece negatif haberleri büyük puntolarla vermeyip uyum sürecine katkı sağlamak amacıyla Almanya'daki olumlu gelişmelere de dikkati çekmeleri gerekmektedir.

Görüşmecilerden Naz, Hürriyet'te gazetecilik yapıyor olsaydı, bu ülkede yetişen yeni nesillerin Türk kültürünü ve İslam dinini daha iyi öğrenerek devam ettirmeleri için, bu tip konuların tematize edildiği haberler ve yazılara yer vermek istediğini şu sözlerle ifade etmiştir:

Naz: *"Daha fazla Türk kültürü üzerine yazmak. Hürriyet gazetesi çok okunduğu için İslam hakkında yazmak istedim. İslam bizim dinimizdir. Bir çok insan bu konuda yanlış fikirlere sahip olduğu için onlara bunlarla ilgili açıklayıcı bilgi vermek istiyorum."*

Naz sözlerinin devamında Hürriyet gazetesinin, haftalık Almanca ekinde de Türkiye ve İslam ile ilgili ayrıntılı haber ve yazılara yer vererek Almanya'daki negatif Türk ve İslam imajını ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar yapabileceğini vurgulamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Almanya gibi çok sayıda farklı milletlere mensup olan insanların bir arada yaşadığı devletlerde, medyaya bu insanların içinde yaşadıkları topluma entegrasyonun desteklenmesi noktasında çok önemli görevler düşmektedir. İletişim bilimci Geißler'e göre medya aracılığıyla entegrasyon sürecinin desteklenmesi ve bu alanda başarı sağlanması göçmen kökenli kişilerin içinde yaşadıkları toplumun medyasında daha fazla görev almasıyla mümkündür (Geißler, 2008: 12; 2010: 9–11). Araştırmaya katılan Türk gençleriyle yapılan görüşmeler neticesine bu konuda üç farklı görüş ortaya çıkmıştır. Bazı denekler, Türk kökenli kişilerin artık Alman toplum içerisinde çok farklı meslek gruplarında çalıştıkları için medya sektöründe de çeşitli görevler üstlenmelerini normal bir gelişme olarak değerlendirmektedir. İkinci olarak ortaya çıkan düşünce ise iletişim bilimci Geißler'in tezini destekler niteliktedir. Bu denekler de Alman medyasında çalışan Türk kökenli kişilerin, gençler için örnek teşkil ederek onları mesleki anlamda cesaretlendirebileceklerini savunmaktadır. Üçüncü düşünceye göre çok sayıda görüşmeci şu an Alman medyasında çalışan ve Almanlar tarafından uyum konusunda başarılı olarak kabul edilen Nazan Eckes, Kaya Yanar gibi kişileri Türk olarak değerlendirmemektedir. Onlara göre bu kişiler Türk dilini ve kültürü yeterince bilmediklerinden dolayı Türkiye'ye ve Türk düşünce yapısına yabancılaşmışlardır. Ortaya çıkan bu veri Hammeran, Başpınar ve Simon (2007: 134) tarafından grup tartışmaları yöntemi kullanılarak yapılan araştırmanın sonucunu da destekler niteliktedir.

Araştırmaya katılan pek çok kişi, göçmen kökenlilerin Alman medyasında kariyer sahibi olmak için kendi kimlik, dil, kültür ve dininden vazgeçmek zorunda olduğuna inanmaktadır. Onların bu görüşlerinin değiştirilmesi ve medya aracılığıyla entegrasyonun sürecinin daha başarılı olması için medyada görev yapan Türk kökenli kişilerin kendi kültürlerinden, dillerinden ve dinlerinden uzak bir yaşantıya sahip olmadıklarını göstermek gerekmektedir. Örneğin Alman RTL televizyonunda haber bültenini sunan Nazan Eckes, bilinenin aksine Türkçeye oldukça hakimdir. Onun bu özelliği ne Türk ne Alman medyasında yeterince öne çıkartılmadığı için birtakım önyargıların oluşmasında neden olmaktadır.

Araştırmaya katılan deneklerin çoğunluğu hem Alman hem de Türk medyasında çalışabileceklerini ifade etmiştir. Deneklerin büyük bir çoğunluğu Almancaya daha hakim oldukları için Alman medyasında kendilerini daha hissedebileceklerini dile getirmişlerdir. Fakat sadece bir kaç kişi Alman televizyonlarında kamera önünde çalışma fikrine sıcak bakarken diğer görüşmeciler daha çok kamera arkasında çalışmak istemektedir. Bir kaç görüşmeci ise Alman medyasının Türklere ve İslama karşı önyargılı olduklarını hatta o kuruluşlarda bu konularla alakalı çalışanlara bir takım gizli sözleşmeler imzalatıldığını iddia etmektedir. Alman medyasının Türklere ve İslamla alakalı negatif haberlere ağırlıklı bir şekilde yer vermesinin bu tip önyargıların ortaya çıkmasında büyük rol oynadığını söyleyebiliriz. Bu bağlamda Alman medyasının Türklere ve İslamla alakalı olumlu gelişmeleri de yayınlarında öne çıkarmaları gerekmektedir.

Erkek denekler, Almancaya Türkçeden daha fazla hakim olmaları nedeniyle Türk medyasında çalışma fikrine daha uzak bakmaktadır. Bazı görüşmeciler ise dil problemin dışında Türk firmalarındaki çalışma ortamlarıyla ilgili bir takım önyargılara sahip oldukları için Türk medya kuruluşlarında da çalışmak istemediklerini dile getirmiştir. Ayrıca Türk medyasının kariyer anlamında kendilerine fazla bir getirisi olacağına inanmadıklarını vurgulamışlardır. Bu durum gösteriyor ki bu denekler arasında, Alman firmaları, Türk firmalarından daha güvenilir ve olumlu bir imaja sahiptir. Öyle ki Türkiye’de önemli ve ciddi bir gazete olarak değerlendirilen Hürriyet’in, Almanya’da bulvar bir gazete olarak nitelendirildiği için kariyer anlamında kendilerine büyük bir katkı sağlamayacağına inanmaktadırlar. Hürriyet’in hem mizanpajının Avrupa’daki ciddi gazetelere göre fazla renkli ve bol fotoğraflı olması hem de Alman kamuoyu tarafından Hürriyet’in bulvar bir gazete olarak lanse edilmesi (Akyol, 2008; Foertsch, 2007: 13; Halm ve Sauer, 2006: 34-35; Müller, 2009: 306; Şen ve Goldberg, 1994: 120; Şentürk, 2012b: 64-75), Türk gençlerinin bu gazeteyi ciddi ve güvenilir bir kuruluş olarak nitelendirmemelerine de neden olmaktadır. Bu bağlamda yeni nesiller arasında, Hürriyet gazetesinin Almanya’daki imajının değiştirilmesine yönelik bir takım çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırmaya katılanların tamamına yakını gazeteci olarak görev yapıyor olsalardı, Türklerin Almanya'ya entegrasyonunu desteklemenin yanısıra ırkçılık ve ayrımcılığa karşı mücadele etmek istediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca Almanya'daki Türk gençlerinin problemlerinin kaynağının daha kaliteli ve iyi düşünülmüş program formatlarıyla detaylı bir şekilde sunulması noktasında Türk televizyonlarında büyük bir eksiklik olduğunu dile getirmişlerdir. Türk medyasının sadece istisnai bazı durumları ön planda sunmak yerine sorunların ana sebeplerini araştırıp hedef kitesine aktarma yoluna gitmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Ayrıca Türk televizyon kanallarının, yeni nesillerin Türk dilini, kültürünü ve dinini daha yakından tanımalarını ve devam ettirmelerini sağlamak adına da farklı programlarla gençlere ulaşma yoluna gitmeleri gerektiğinin altını çizmişlerdir. Bu bağlamda Avrupa'daki Türkler tarafından Türk dizilerinin çok fazla takip edildiğini gözönünde bulundursak bu program formatı ile onlara daha iyi ulaşılabileceğini söyleyebiliriz (RTÜK, 2007: 22; Şentürk, 2012b: 160-165).

Alman medyasında çoğunlukla negatif olan Türk ve İslam imajının düzeltilmesi için Türk medyasının Almanca dilinde sundukları kimi ekler (Hürriyet gazetesi gençlik eki Young Hürriyet) ve programlarla (Samanyolu televizyonundaki Almanca haber bülteni) bir takım çalışmalar içerisine de girilebilir.

Hürriyet gazetesi, Türklerin Avrupa'ya entegrasyonu sürecine katkı sağlamak amacıyla genç gazeteciler yetiştirmek için 2007 ile 2010 yılları arasında bir projeyi hayata geçirmiştir. Günümüzde bu projenin entegrasyon süreci üzerinde ne gibi etkileri olduğuna dair herhangi bir bilgi vermek için Hürriyet gazetesinin haber ve yazılarının içerik analizi metoduyla araştırılması gerekmektedir. Bu sayede Hürriyet'in bu projesinin başarılı olup olmadığını daha sağlıklı bir şekilde değerlendirmek mümkün olacaktır.

Kaynakça

AKYOL, Çiğdem (2008). "Ein Blatt für die Völkerverstimmung", <http://www.taz.de/!15680/>, Erişim Tarihi: 03.08.2012.

ARD/ZDF Studie (2007). "Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission", http://www.unternehmen.zdf.de/fileadmin/files/Download_Dokumente/DD_Das_ZDF/Veranstaltungsdokumente/Migranten_und_Medien_2007_-_Handout_neu.pdf, Erişim Tarihi: 04.08.2012.

Bevölkerung mit Migrationshintergrund in den Hamburger Stadtteilen (2011). "Bevölkerung mit Migrationshintergrund in den Hamburger Stadtteilen Ende 2010", http://www.statistik-nord.de/uploads/tx_standdocuments/SI_SPEZIAL_VII_2011.pdf, Erişim Tarihi: 04.08.2012.

Der Nationale Aktionsplan Integration (2012). Zusammenhalt stärken – Teilhabe verwirklichen, http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/IB/2012-01-31-nap-gesamt-barrierefrei.pdf?__blob=publicationFile, Erişim Tarihi: 30.07.2012.

DOĞAN, Kemal (2008). Hürriyet gazetesinin Hamburg Büro sorumlusu Kemal Doğan ile 16 Mayıs 2008 tarihinde yapılan görüşme.

FRANKFURTER, Allgemein (2011). "Türkische Medien helfen Jugend", <http://www.faz.net/artikel/C31725/tuerkische-medien-helfen-jugend-30374090.html>, Erişim Tarihi: 12.08.2011.

FRANKFURTER, Rundschau (2011). "Türkische Medien helfen bei der Berufswahl", <http://www.fr-online.de/karriere/migranten-tuerkische-medien-helfen-bei-der-berufswahl,1473056,7171306.html>, Erişim Tarihi: 12.08.2011.

FOERTSCH, Patricia (2007). "Türkische Medien in Deutschland", Konrad Adenauer Stiftung, Berlin http://www.kas.de/wf/doc/kas_12799-544-1-30.pdf, Erişim Tarihi: 15.09.2012.

GEIBLER, Rainer ve POTTKER, Horst (2006). Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen Vergleich, Bielefeld: Transcript.

- GEIBLER, Rainer (2007a). "Einwanderungsland Deutschland. Herausforderung an die Massenmedien", <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=61&print=1>, Erişim Tarihi: 30.07.2012.
- GEIBLER, Rainer (2007b). "Interkulturelle mediale Integration: Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation", http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1226.asp, Erişim Tarihi: 22.07.2012.
- GEIBLER, Rainer (2008). "Was ist mediale Integration?" Die Rolle der Medien bei der Eingliederung von MigrantInnen“, TelevIZion, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk, Heft 21/2008/1, 11–16.
- GEIBLER, Rainer (2010). "Mediale Integration von ethnischen Minderheiten, Der Beitrag der Massenmedien zur interkulturellen Integration", <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/07394-20100820.pdf>, Erişim Tarihi: 17.08.2012.
- HAFEZ, Kai (2002). Türkische Mediennutzung in Deutschland: Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Hamburg/Berlin: Deutsches Orient-Institut Hamburg.
- HALM, Dirk ve SAUER, Martina (2006). "Avrupa'daki Türk Medyası", <http://www.konrad.org.tr/Medya%20Mercek/04halm.pdf>, Erişim Tarihi: 10.09.2012.
- HAMMERAN, Regine; BAŞPINAR, Deniz ve SIMON, Erk (2007). "Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie", Media Perspektiven 3/2007 – Mediennutzung von Migranten, 126–135.
- HENNING, Janina; SPITZNER, Franziska ve REICH, Sabine (2008). "'Türkisch für Anfänger' – ein raffiniertes Spiel mit ethnischen Klischees?", http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1251.asp, Erişim Tarihi: 03.09.2012.

HEPP, Andreas; BOZDAĞ, Cigdem ve SUNA, Laura (2011). *Mediale Migranten . Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora*, Wiesbaden: VS Verlag.

HÖLZL, Erik (1994). *Qualitatives Interview*, (Editör), Arbeitskreis Qualitative Sozialforschung. *Verführung zum Qualitativen Forschen: Eine Methodenauswahl*, Wien, s. 61–68.

KRUMMACHER, Michael (2000). *Zuwanderung, Migration*, (Editör), Hartmut Häußermann. *Großstadt. Soziologische Stichworte*, Opladen: Leske + Budrich, s. 321–333.

MAYRING, Philipp (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung*, Weinheim und Basel: Beltz.

MÜLLER, Daniel (2005). *Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien*, (Editörler), Rainer Geißler ve Horst Pöttker. *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie*, Bielefeld: Transcript, s. 83–126.

MÜLLER, Daniel (2009). *Uyum statt entegrasyon? Zur Europa-Ausgabe der türkischen Zeitung Hürriyet*, (Editörler), Rainer Geißler ve Horst Pöttker. *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland, Forschungsbefunde*, Bielefeld: Transcript, 299–315.

NETZWERK-BIZ; (2011). "Netzwerk-biz. Bildungs ist Zukunft", <http://www.netzwerk-biz.de/>, Erişim Tarihi: 21.10.2012.

OULIOS, Miltiadis (2009). *Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? Eine explorative Studie*, (Editörler), Rainer Geißler ve Horst Pöttker. *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde*, Bielefeld: Transcript, s. 199–144.

OULIOS, Miltiadis (2010). "Journalisten mit Einwanderungsgeschichte in deutschen Massenmedien – unterrepräsentiert oder auf dem Vormarsch?", WISO-Diskurs: Zur Rolle der Medien in der Einwanderungsgesellschaft, Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik, August 2010, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/07394-20100820.pdf> Erişim Tarihi: 14.10.2012.

PERVEZANOS, Klaudia (2011). "Migranten als Medienmacher sind selten", <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,15053660,00.html>, Erişim Tarihi: 14.10.2012.

RTÜK (2007). Almanya'da Yaşayan Türklerin Televizyon izleme Eğilimleri. Kamuoyu Araştırması, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=baae3e07-7c34-40cb-a48a-1adc8b77fc2e, Erişim Tarihi: 21.10.2012.

SCHNEIDER, Beate ve ARNOLD, Anne-Katrin (2004). Türkische Journalisten in Deutschland. Zwischen Integration und Bewahrung, (Editörler), Kurt Neubert ve Helmut Scherer. Die Zukunft der Kommunikationsberufe, Konstanz: UVK, s. 245–262.

SEY, Cem (2012). "Redaktionen? Zwanzig Prozent der Deutschen haben einen Migrationshintergrund. Doch in den Redaktionen liegt ihr Anteil bei zwei Prozent", Message. Internationale Zeitschrift für Journalismus, Heft 1/2012. 83-86.

ŞAHİNÖZ, Cemil (2010). "Entegrasyon mu, Asimilasyon mu?" <http://www.arastirmaciyazarlar.com.tr/yazar/851-cemil-sahinoz-entegrasyon-mu-asimilasyon-mu.html>, Erişim Tarihi: 21.10.2012.

ŞEN, Faruk ve GOLDBERG, Andreas (1994). Türken in Deutschland. Leben zwischen zwei Kulturen, München: Beck.

ŞENTÜRK, Eylem (2012a). Ethnomedien in Deutschland. Am Beispiel der Europa-Ausgabe Hürriyet. Eine qualitative Forschung aus der Sicht der Redaktion, Malatya: Teknik Ofset.

ŞENTÜRK, Eylem, (2012b). Die Integrationsfunktion türkischer Ethnomedien in Deutschland: eine qualitative Untersuchung aus der Sicht von Jugendlichen mit türkischen Migrationshintergrund, Dissertation, Hamburg: Universität Hamburg.http://ediss.sub.uni-hamburg.de/frontdoor.php?source_opus=5679&la=de, Erişim Tarihi: 09.11.2012.

TOELKE, Anna (2012). "Bunt ist im Vorteil", Message. Internationale Zeitschrift für Journalismus, Heft 1/2012, 85.

Türkiye ve Uyum Araştırma Vakfı; (2011), "Türk Medyasından Eğitim için Güç Birliği", <http://turkce.zfti.de/>, Erişim Tarihi: 11.10.2012.

WEBER-MENGES, Sonja (2005). Die Wirkungen der Präsentation ethnischer Minderheiten in deutschen Medien, (Editörler), Rainer Geißler ve Horst Pöttker. Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss– Forschungsstand – Bibliographie, Bielefeld: Transcript, s. 127–184.

WEIB, Hans-Jürgen ve Joachim Trebbe (2001): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam/Berlin. http://www.bteu.de/download/2001_studie_gefak_Mediennutzung_und_Integration.pdf, Erişim Tarihi: 08.09.2012.