

# HOLLANDA'DA YAŞAYAN TÜRKLERDE KİMLİK VE ULUSÖTESİ MEDYA KULLANIMI

*Birsen ŞAHİN KÜTÜK*

**Özet:** II. Dünya Savaşından sonra, Avrupa'ya kitlesel işçi göçü yaşanmış ve bu Türkiye'yi de etkilemiştir. Bu göçler sadece işçi göçü ile değil, aynı zamanda Avrupa'da bir Türk toplumunun olması ile de sonuçlanmıştır. İki ülke arasında yaşamlarını sürdüren Türkler, anavatanları ile bağlarını çeşitli kanallar yolu ile devam ettirmektedirler. Bu çalışmada Hollanda'daki Türklerin ulusötesi medya kullanımı ile Türk ve Hollandalı kimliğini benimseme düzeyleri arasındaki ilişki incelenmektedir. Nicel yöntem kapsamında yapılan çalışmada Hollanda'da yaşayan 230 Türk'ten anket yolu ile veri toplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Türklerin Hollanda medyası takip etme oranı, Türkiye medyasını takip etme oranından daha düşüktür. Türk kimliğini benimseme ile Türk medyasını takip etme arasında ise pozitif yönlü anlamlı ilişki vardır.

**Anahtar kelimeler:** Ulusötesi göç, Türk kimliği, Hollandalı kimliği, Avrupa'daki Türkler, Hollanda, ulusötesi medya kullanımı.

## **Identity and Transnational Media Use of Turkish Immigrant Living in the Netherlands**

**Abstract:** After World War II Europe experienced a massive labor migration and has been effective in Turkey. This migration is not the only labor migration, this is also led to the formation of the Turkish community in Europe. Turks continued their lives between the two countries have survived their ties with their homeland through various channels. In this study, we examined the relationship between Turkish identity, Dutch identity and transnational media use of Turkish immigrant living in the Netherlands. We collected data from 230 Turkish immigrants living in the Netherlands at this quantitative research. As results of this study, the Netherlands media usage rate is lower than the Turkish media usage rates. There are positive relationship between the Turkish identity and use of Turkish media.

**Key words:** Transnational migration, Turkish identity, Dutch identity, Turks in Europe, Netherlands, transnational media use.

## Giriş

Değişim, geçmişten günümüze üzerinde çalışılan önemli sosyal olgular arasında yer almaktadır. Küreselleşme ile daha da hızlı bir değişimin yaşandığı günümüzde, kimi zaman değişimin nedeni, kimi zaman sonucu, kimi zaman da hem nedeni hem sonucu olan teknolojik, sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal ve çevresel faktörler dikkat çekmektedir. Değişen dünyanın hızına uygun olarak değişim gösteren olgulardan biri de göçtür. İklim, savaş gibi durumlarda daha çok ayakta kalabilmek ve ölmek için, hayati tehlikenin olmadığı durumlarda ise daha iyi iş imkânı, yüksek ücret, refah düzeyi yüksek bir toplumda yaşayabilmek gibi daha rahat bir yaşam isteme nedeniyle yaşanan göç, zamanla değişik formlarda karşımıza çıkmaktadır. Bu formlardan biri olan işçi göçü ise özellikle sanayileşme ile birlikte hızlanmıştır. Sanayileşme yarışında önlere yer alan ülkelerin, göçmen alımında da ön sıralarda yer alması beklenen bir durumdur. İşçi ve özellikle de ucuz işçi sanayileşmenin başladığı ilk yıllardan itibaren gelişmenin önemli bir lokomotifi olmuştur. Sanayileşme sürecinde yaşanan uluslararası kitlesel işçi göçlerinden biri olan II. Dünya Savaşı sonrası Batı Avrupa'ya yaşanan işçi göçü, göç ile yaşanan sosyal değişime açısından literatürün de önemli olayları arasında yerini almıştır.

Başlangıçta uluslararası göç, işçi göçü olarak adlandırılan Batı Avrupa'ya göç durumu, zamanla yaşanan değişimler sonucu farklı kavramlarla da anılır hâle gelmiştir ki "ulusötesi göç" bu kavramlardan biridir. Literatürde ulusötesi göçün varlığı ve başlangıcı konusunda farklı söylemler vardır. Bu söylemlerden bir kısmı ulusötesi göçün yeni bir durum olmadığı, göç veren ve göçmen alan ülke arasında geçmişten bu yana hep bir iletişim ve etkileşim olduğu yönündedir (Gebner, 2000). Çünkü göç eden kişiler geride sadece yaşadığı toprakları, anavatanlarını terketmemekte; aynı zamanda ailelerini, sosyal ilişki ağlarını, kültürlerini ve geçmişlerini arkalarında bırakmaktadırlar. Bırakılan şey sadece toprak olmayınca da ne şekilde, ne sıklıkta veya maliyeti ne olursa olsun göçmenler anavatanları ve orada bıraktıkları ile bir şekilde iletişimlerini devam ettirmektedirler. Ancak bu söylemin aksine, ulusötesi etkinliklerin özellikle teknolojik gelişmelerin sonucunda modern toplumda şekillendiği ve bu olguya geçmişte rastlanmadığı söylemi de oldukça geniş kabul görmektedir.

Bu çalışmada II. Dünya Savaşı sonrasında Batı Avrupa'ya yaşanan kitlesel işçi göçü kapsamında Türkiye'den Hollanda'ya giden Türklerin (Abadan-Unat, 2006) ulusötesi bağ olarak medya kullanımı ile Türk ve Hollandalı kimliği arasındaki ilişki incelenmektedir. 2014 yılı verilerine göre Hollanda'da yaşayan Türkler 395.000 kişi ile Hollanda'da yaşayan etnik gruplar içinde en yüksek nüfusa sahiptir. Bunların içinde ise ikinci kuşak Türk göçmenlerin oranı diğerlerinden daha yüksektir, birinci kuşak Türk göçmenlerin sayısı ise geçen yıla göre daha da düşmüştür (Statistical Yearbook of the Netherlands, 2014). Bu

açından Avrupa'daki Türk göçmenlerle ilgili yapılan çalışmalarda Hollanda'da yaşayanların incelenmesi önem arz etmektedir.

Hollanda'da yaşayan Türklerin medya kullanımları bağlamında anavatanları ile olan ulusötesi bağlarının ele alındığı bu çalışmada amaç, göç literatüründe diğer çalışmalara kıyasla görece olarak daha az rastlanan, medya yolu ile sağlanan ulusötesi bağların Türk ve Hollandalı kimliği üzerindeki etkisinin nicel bir araştırma ile saptanmasıdır.

### **1. Ulusötesi Göç Yaklaşımları**

Toplumsal varoluşun her boyutunu etkileyen ve kendi karmaşık dinamiklerini geliştiren bir süreç olarak karşımıza çıkan göç olgusunun (Castles ve Miller, 2008, s. 30) sosyal bilimlerde kullanımında, son yıllarda artan bir şekilde ulusötesi göç konusuna yönelme dikkat çekmektedir. Ulusötesi göçün en genel anlamı ile göç çalışmalarındaki tek boyutlu bakış açısına bir değişim getirdiği (Sirkeci, 2012, s. 353) söylenebilir.

Ulusötesi kavramı uzun zaman firmaların birden fazla ülkede gerçekleşen finansal durumları için kullanılmıştır. Ulusötesi firmaların bu hareketliliği aynı zamanda çalışan nüfus açısından da bir hareketliliği beraberinde getirmiştir. Bu nedenle ulusötesi kavramını aynı zamanda, iki veya daha fazla ülkede varlığı devam eden göçmen nüfus için de kullanmak uygun gibi görünmektedir (Glick Schiller, Basch ve Blanc-Szanton, 1992, s. 2).

Sosyolojik çalışmalarda ve özellikle göç sosyolojisi alanında ulusötesiciliğe ilişkin olarak, ne teorik bakış açısı ne de metodoloji konusunda hem fikir olunan bir yaklaşım vardır. Genellikle farklı perspektifle ele alınan ulusötesi kavramının operasyonelleştirilmesi konuya ve çalışmaya göre değişmektedir (Şahin, 2010, s. 70). Ancak her ne kadar üzerinde uzlaşılan bir konu olmasa da ulusötesici yaklaşımın göç çalışmalarında gittikçe artan sayıda kullanıldığı söylenebilir.

Castles ve Miller (2008, s. 42) ise ulusötesi göç dalgasının gelecekte de büyümeye devam edeceğini ve iki veya daha fazla ülke içindeki insanların durumlarının tanımlanması açısından, ulusötesi toplumların eylemleri ve ilişkilerinin düzenlenmesinin daha da önem kazanacağını belirtmektedirler. Castles'a göre (2007, ss. 353, 357) göç olgusu bir ülkenin sınırları içinde incelendiğinde veya göç olgusuna sadece gönderen-alan ülke bağlamında bakıldığında, ulusötesi hareketlerin ötelenmesi ve göçün bazı değişkenlerinin göz ardı edilmesi söz konusudur. Göçün bazı sosyologlarca ihmal edilen ulusötesi boyutlarına odaklanan, ulusötesi göç çalışmaları yapan sosyologlar ise teorik ve metodolojik açıdan farklı yaklaşımlar benimsemektedirler.

Başlangıç noktası veya gelişim süreci hakkında ne söylenirse söylenir, günümüzde ulusötesi göç veya ulusötesi etkinliklerin yadsınamaz bir gerçek

olduğu noktasında fikir birliği olduğu söylenebilir. Bu çalışmada, yaklaşık yarım yüzyıl önce Batı Avrupa'ya gerçekleşen Türk işçi göçünün bugünkü durumuna bakıldığında, ilk dikkat çeken unsurlarından olan ulusötesi faaliyetlerden medya kullanımı ve Türk kimliği arasındaki ilişki Hollanda örnekleme üzerinden ele alınmaktadır. Çalışmada ulusötesi bağlar olarak medya kullanımında örneklemin özellikle Hollanda'da yaşayan Türklere seçilme nedeni ise Castles'in (2010, s. 223) belirttiği üzere, sosyoloji alanında yapılacak ulusötesi göç çalışmalarında ülkenin politikasının da çalışmaya dâhil edilmesi gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Hollanda göçmenlere yönelik uyguladığı politikalar açısından son döneme kadar tanıdığı çifte vatandaşlık hakkı, dil için sağladığı kolaylıklar açısından çok kültürlü göçmen politikasına uygun bir ülke modeli çizmiştir. 2005 sonrasında bu yaklaşımdan dönüşler olsa da ülkedeki çifte vatandaş oranları hâlâ çok kültürlü politikanın izlerini göstermektedir. Bu çalışma Hollanda'da göçmen politikasındaki değişimin yaşandığı dönemin hemen akabinde 2007-2009 yılları arasında yapılmıştır.

Castles (2002, s. 1157), sosyoloji alanında yapılan çalışmalarda, ulusötesi hareketler ve bağların etkisi ile göçmenlerin aidiyetleri konusunda sadece bir topluma aidiyet değil, her iki topluma da aidiyetin olacağı ve bu nedenle de bu ikisinin de dikkate alınması gerektiğini vurgular. Bu bağlamda Hollanda'daki Türklere aidiyetlerinin ele alındığı bu çalışmada hem Türk kimliği hem de Hollanda kimliği birlikte ele alınmıştır.

Ulusötesi göç konusunda literatürde önemli isimler arasında yer alan ve bu kavramın göç çalışmalarındaki kullanımının artmasında etkili olan Glick Schiller, Basch ve Blanc-Szanton (2006, s. xii), ulusötesicilik çalışmalarında kullanılacak 5 araştırma sorusundan söz ederler. Bunlar; akrabalık ilişkileri, aile kurumu ve bunun organizasyonu, sosyal ağların biçim ve içeriği gibi alanların ulusötesiciliği nasıl etkilediği, aile ilişkileri içerisinde çoklu sınıf yapısı ve bunun yeniden nasıl üretildiği, ulusötesi ağların yeni ekonomik etkinlikler yaratıp yaratmadığı, ulusötesi göçmenlerin geliştirdikleri organizasyonları nasıl geliştirdikleri ve ulusötesi medyanın hangi koşullar altında geliştiği ve bunun ulusötesi sosyal alanları nasıl geliştirdiğidir. Bu çalışmada ise bu sorulardan medyanın ulusötesi alanları nasıl şekillendirdiği sorusu, ulusötesi ağlarla şekillenen kimlik değişkeni üzerindeki etkisi bağlamında ele alınmaktadır.

## **2. Araştırmaya İlişkin Teorik Arka Plan ve Araştırma Hipotezleri**

Ulusötesi medya kullanımı ve bunun kimlik (Türk ve Hollandalı) üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmanın teorik arka planı için kimlik ve ulusötesi yaklaşımlar eklektik olarak ele alınmıştır. Sosyal kimlik teorisinde kişilerin kendilerini tanımladıkları durumlardan biri etnik kimlik veya ev sahibi toplumun kimliğidir (Tajfel ve Turner, 1979). Bu kapsamda çalışmada daha

önceki çalışmalarda da ele alındığı biçimiyle (Jeffres, 2000; Ogan, 2001) etnik kimlik ve ev sahibi toplumun kimliği, sosyal kimliğin birer ögesi olarak ele alınmıştır.

Göç literatüründe etnik kimlik bağlamında incelenen çalışmalarda etnik kimlik daha çok sosyal bütünleşme ve uyum (Berry, 2006; Gelekçi, 2009, 2014; Ono, 2002; Vedder, 2005; Virta, Sam ve Westin, 2004) ile etnik kimlik ve ev sahibi toplumun kimliği arasındaki ilişki bağlamında incelenmiştir (Davis, 1999; Liu ve diğerleri, 2002; Verkuyten ve Yildiz, 2007). Ayrıca göçmenlerde etnik kimlik ile medya kullanımı, ev sahibi toplumun kimliği ve entegrasyon konusunda da çalışmalar vardır (Arnold ve Schneider, 2007; Clement ve diğerleri 2005; d’haenens, 2003; Georgiou, 2001; Madianou, 2005; Milikowski, 2000; Shiramiz, 2000). Bu çalışmalarda dikkat çeken unsur, özellikle medya kullanımının etnik kimliğe etki derecesi ve yeni toplumla entegrasyonda etkisi olup olmadığıdır. Yine medya, kimlik ve bütünleşme konusunda yapılan çalışmalardan olan Ogan’ın (2001, s. 150) yaptığı çalışmada ise Hollanda’daki Türkler için geldikleri ülkenin televizyonunu izleme durumunda, bu televizyon kanallarında Türklerin Hollanda’yla (yeni toplumla) bütünleşmeleri konusunda bir mesaj olup/olmaması ve bunun göçmenler üzerindeki etkisi dikkat çekmektedir.

Bu araştırmanın modeli yukarıda söz edilen ulusötesi göç, kimlik ve medya kullanımına ilişkin literatür ve teoriler kapsamında oluşturulmuştur ve model üç unsurdan oluşmaktadır. Ulusötesi göç konusundaki teorik yaklaşımlarda, Castles’in (2002) ulusötesi alanların sadece etnik değil, aynı zamanda ev sahibi ülkenin kimliği açısından da incelenmesi gerektiği, aksi takdirde “kimlik” ve “aidiyet” konusunun yeterince anlaşılamayacağı vurgusu bu çalışmanın modelinin üç önemli ayağının ilkinin oluşturulmuştur. Glick Schiller, Basch ve Blanc-Szanton’un (2006, s. xii) ulusötesi göçün anlaşılması için medyanın da incelenmesi gerektiği vurgusu çalışmamızın modelinin ikinci ayağını oluşturmuştur. Daha önceki çalışmalarla ortaya konan, medya ve etnik kimlik bağlantısı (Arnold ve Schneider, 2007; Clement ve diğerleri 2005; d’haenens, 2003; Georgiou, 2001; Madianou, 2005; Shiramiz, 2000) araştırma modelinin üçüncü ayağını oluşturmuştur.

Böylece çalışmanın temel kabulleri arasında ilk sırada, kimlik çalışmalarında her iki kimliğin de incelenmeden ulusötesi bağlar noktasında kimlik olgusunun açıklanmayacağı yer almıştır. İkinci sırada ise hangi olgu incelenirse incelenir, ulusötesi bağların olduğu durumda “medya”nın etkisinin de incelenmesi gerekliliği yer almaktadır. Çalışmada temel alınan son kabul ise – yukarıda söz ettiğimiz ve- daha önceki çalışmalarla ortaya konulan medya ve kimlik arasında bir ilişki olduğudur. Bu bağlamda Hollanda’da yaşayan Türklerin Türk ve Hollandalı kimliğini benimsemeleri, ulusötesi bağlar noktasında Türkiye’nin ve

Hollanda'nın medyasını takip etme değişkeni ile ilişkisi bağlamında ele alınmış ve aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Ulusötesi bağ olarak Türk medyasını takip etme ile Türk kimliği ilişkilidir.

H2: Ulusötesi bağ olarak Türk medyasını takip etme ile Hollandalı kimliği ilişkilidir.

### 3. Yöntem

Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada evren-örneklem seçimi, verilerin toplanması ve analizine ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

#### 3.1. Evren ve Örneklem

Türkiye'den Batı Avrupa'ya işçi göçü incelendiğinde, Almanya'dan sonra göçün en yoğun yaşandığı ülkeler arasında Hollanda'nın ön sıralarda geldiği görülmektedir. Gerek son 10 yıla kadar uygulanan çokkültürlü ve sosyal bütünleşmeye dayanan göçmen politikası, gerekse çok kültürlü bir yaşam alanı sunması açısından Hollanda, Türkiye'den Batı Avrupa'ya göç eden Türkler için belirli göstergeler açısından yaşanması daha rahat bir ülke gibi görünmektedir. Batı Avrupa'daki Türklerin ulusötesi bağlarının devamı olarak medya kullanımının incelenmesi için Hollanda'nın seçilme nedeni, Hollanda'nın özellikle son döneme kadar göçmen haklarına, göçmenlerle ilgili çokkültürlü ortama, bu sayede de ulusötesi faaliyet alanında görece olarak daha uygun görünmesidir. Hollanda'da ise özellikle Batılı olmayan göçmenlerin en yoğun yaşadıkları Amsterdam, Roterdam (van Huis, Han ve Croes, 2007) ile bu şehirlere göre görece olarak daha az sayıda Batılı olmayan göçmenin yaşadığı s-Hertogenbosch ve Eindhoven bölgeleri araştırma evreni olarak seçilmiştir.

Araştırmanın örnekleme seçilirken gerek maddi, gerekse zaman açısından temsili bir örneklem seçimi yapılamamıştır. Özellikle temsili örneklem şansı olmayan ve konuya ilişkin uygun örneklemden veri toplanmak istendiğinde daha çok nitel çalışmalarda kullanılan, ancak uygun olduğunda nicel çalışmalarda da kullanılan amaçlı örneklem (Kumar, 2005, s. 207) kullanılmıştır. Cinsiyet, yaş ve Hollanda'da yaşanan süre değişkenleri açısından amaçlı örneklem kapsamında 235 kişi çalışmaya dâhil edilmiştir. Yapılan anketlerden 5 tanesi, tutarsız cevapların olması veya soruların çoğunun boş bırakılması nedeni ile iptal edilmiş ve analizler 230 anket üzerinden yapılmıştır.

#### 3.2. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Geneli kapalı uçlu, birkaç tanesi de katılımcının orijinal düşüncesini yansıtabilmek ve detay verebilmek amacı ile açık uçlu sorulardan oluşan anket formu hazırlanmıştır. Medya takibi konusunda ise örneklem grubundan, "Hollanda medyasını takip ediyorum (TV)" ve "Kendi ülkemizin medyasını takip ediyorum (TV)"

ifadelerinin karşısında yer alan “Kesinlikle katılıyorum”dan, “Kesinlikle katılmıyorum”a doğru 7’li likert seçenektan birini seçmeleri istenmiştir. Örneklem grubuna öncelikle medyadan ne anladıkları sorulmuş ve büyük oranda televizyon cevabı alınmıştır. Bu kapsamda çalışmada medya televizyon olarak operasyonelleştirilmiştir (Bu, çalışmanın sosyal medyanın görelî olarak daha az kullanıldığı 1997-2009 yıllar arasında yapılması nedeni ile birlikte düşünüldüğünde beklenen bir durumdur).

Örneklem grubunun kendisini nereye ait hissettiği ve nasıl tanımladığını ölçmek için “Sosyal Kimlik Ölçeği” (Doosje, Ellemers ve Spears, 1995, ss. 410-436) kullanılmıştır. Bu ölçek iki alt boyuttan oluşmaktadır: “Türk kimliği” ve “Hollandalı kimliği”. Bu boyutların her birine ait kimliklere ilişkin 4 ifade yer almakta ve ölçek toplam 8 ifadeden oluşmaktadır.

Orijinali İngilizce olan “Sosyal Kimlik Ölçeği”nde yanıtlar “Kesinlikle katılmıyorum”dan, “Kesinlikle katılıyorum”a doğru beş seçenek içermektedir. Bu ölçeğin Doosje ve diğerleri tarafından yapılan güvenilirlik testi sonucunda cronbach alpha değerleri 0,80’den yüksek çıkmış, Şahin’in (2010b) Almanca ve Türkçeye uyarladığı formunda cronbach alpha değerleri 0,75 bulunmuş, bu çalışmada ise 0,80 bulunmuştur.

Kimlik ölçeğinin Felemenkçeye uyarlanması, Hollanda’da eğitimci olarak çalışan ikinci ve üçüncü kuşak üç Türk göçmen, birbirinden bağımsız olarak ölçek sorularını Felemenkçeye sonra da Türkçeye çevirmişler ve üzerinde hem fikir olunmayan ifadeler için de alanla ilgili çalışmaları bulunan ve üçüncü kuşak Türk göçmen olan bir sosyal bilimci yargıcı olarak, diğer üç kişi ile birlikte soruları değerlendirmiş ve son düzenlemeleri yapmıştır.

Anket tekniği ile toplanan veriler SPSS 20’ye girilmiş ve betimsel analizler için sıklık ve çapraz tabloları alınmış, hipotez testi için ise korelasyon analizi kullanılmıştır.

## **4. Bulgular**

### **4.1. Betimsel Bulgular**

Bu çalışmadaki betimsel bulgular, örneklem grubunun sosyo-demografik özellikleri, Türkçe ve Felemenkçe dil seviyesi, ulusötesi bağ olarak medya kullanımı, kimlik ve aidiyet durumlarına ilişkin bilgiler içermektedir.

#### ***Sosyo-Demografik Bulgular***

Sosyo-demografik sorular kapsamında cinsiyet, medeni durum, yaş, Hollanda’da yaşama süresi, babanın, annenin doğum yeri ve vatandaşlık durumlarına ilişkin elde edilen verilerin analizi şu şekildedir:

Hollanda’da yaşayan 230 Türk ile yapılan araştırmaya katılanların %52’si kadın, kalanlar ise erkektir. Bu katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında ise

büyük kısmının (%68) evli olduğu, bunu %26 ile bekârların izlediği, boşanmış (%5) ve birlikte yaşayanların (%1) oranının ise oldukça düşük olduğu görülür. Örneklem grubunun yaş dağılımı ise %23'ü 15-24 yaş, %19'u 25-34 yaş, %14'ü 35-44 yaş, %26'sı 45-54 yaş, %13'ü 55-64 yaş ve 5'i ise 65 yaş ve üzeri şeklindedir. Yaş dağılımı genel olarak incelendiğinde, örneklem grubunun %48'inin 15-39 yaş arasında, %47'sinin 40-59 yaş arasında, kalanların ise 65 yaş ve üzerinde olduğu görülür.

**Tablo 1.** Hollanda'da Yaşama Süresi

	Sayı	Yüzde
<b>1-4 yıldır</b>	3	1,3
<b>5-9 yıldır</b>	2	,9
<b>10-14 yıldır</b>	6	2,6
<b>15-19 yıldır</b>	18	7,8
<b>20-24 yıldır</b>	14	6,1
<b>25-29 yıldır</b>	22	9,6
<b>30-34 yıldır</b>	19	8,3
<b>35-39 yıldır</b>	7	3,0
<b>Doğduğumdan bu yana</b>	139	60,4
<b>Toplam</b>	230	100,0

Araştırmaya katılan Türklerin Hollanda'da yaşama süreleri incelendiğinde ise yarıdan fazlasının (%60,4) Hollanda doğumlu olduğu, %2,2 gibi küçük bir oranın da 1-10 yıldır Hollanda'da yaşadığı görülür. Bu aslında Hollanda'daki Türk varlığının en az 50 yıllık bir geçmişe dayanması ile birlikte düşünüldüğünde beklenen ve Hollanda'daki Türk nüfusunun genel özelliklerine yakın bir görünüm sergilemektedir.

**Tablo 2.** Babanın ve Annenin Doğum Yeri

	Babanın Doğum Yeri			Annenin Doğum Yeri		
	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
<b>Türkiye</b>	193	83,9	86,9	192	83,5	86,9
<b>Hollanda</b>	29	12,6	13,1	29	12,6	13,1
<b>Toplam</b>	222	96,5	100,0	221	96,1	100,0
<b>Cevapsız</b>	8	3,5		9	3,9	
<b>Genel Toplam</b>	230	100		230	100	

Örneklem grubunun baba ve annelerinin doğum yeri konusunda ise, babası (%86,9) ve annesi (%86,9) Türkiye doğumlu olma durumunun – birbirine eşit ve - yüksek olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu yukarıdaki, kişinin kaç yıldır



Hollanda'da yaşadığı bilgisi ile birlikte düşünüldüğünde, doğduğundan beri Hollanda'da olduğunu belirten %60'lık kesimin de büyük kısmının anne-babasının Türkiye doğumlu olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Rumbaut'un (1991) tanımına göre, doğrudan kendisi göç eden kişi 1. kuşak, göç edenlerin 12 yaşından önce yanlarına getirdikleri veya geldikleri ülkede doğmuş çocukları 1,5 kuşak, anne veya babasından herhangi biri gelinen ülkede doğmuş ve kendisi de gelinen ülkede doğmuş kişiler 2,5 kuşaktır. Şahin (2010a) ise Rumbaut'un 1,5 kuşağını 2. kuşak; 2,5 kuşağını 3. kuşak olarak operasyonelleştirmiştir. Şahin'in tanımını temele aldığımızda, örneklem grubumuzun %13'ünü 3. kuşak, %60'ını 2. kuşak, %27'sini ise 1. kuşak oluşturmaktadır.

Örneklem grubunun vatandaşlık durumu ise şu şekildedir. Araştırmaya katılan Türklerin %43'ü çifte vatandaş, %31'i Türk vatandaşı, kalanı ise (%26) Hollanda vatandaşıdır. Çifte vatandaş olanların oranının fazla olmasının nedeni Hollanda'da son döneme kadar etkin olan çokkültürlü göçmen politikasıdır.

### ***Dil, Kimlik ve Aidiyete İlişkin Bulgular***

Örneklem grubunun dil kullanımına ilişkin bulgular Felemenk ve Türk dillerine ilişkin konuşma, okuma ve yazmayı kapsamaktadır. Araştırmaya katılan Türklerin büyük kısmı (%79) iyi düzeyde Felemenkçe konuşabildiklerini, %19'u orta düzeyde konuşabildiklerini, %2'si ise Felemenkçe konuşma düzeylerinin kötü olduğunu belirtmişlerdir. Felemenkçe okuma düzeyi iyi olanların oranı %74'tür. Çok kötü ve kötü diyenlerin oranı ise %10'dur.

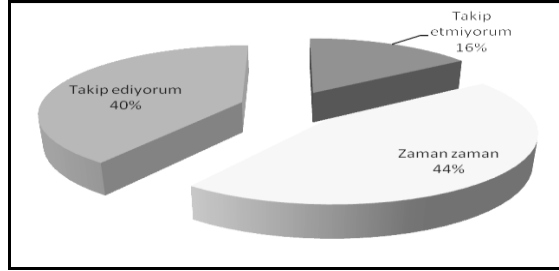
Türkçe konuşma düzeyi ise örneklem grubunun %96'sında iyi şeklindedir. Orta ve kötü diyenlerin oranı çok düşüktür (%4). Türkçe okuyabilme konusunda ise %91'i iyi olduğunu belirtmiştir. Türkçe yazma konusunda iyi olduğunu belirtenlerin oranı da okumadaki gibi %91'dir. Bu rakamlar örneklemimiz kapsamında görüştüğümüz Hollanda'daki Türklerin büyük kısmının ulusötesi bağlar için gerekli olan Türkçe seviyesine sahip olduklarını, ana dilin etkin şekilde kullanılabileceğini göstermektedir.

Örneklem grubunun evde en çok kullandığı dil ise %60 oranında Felemenkçe ile Türkçenin karışık kullanımınıdır. Bunu %36 ile Türkçe, %4 ile de Felemenkçe izlemektedir. Bu durum ev içi ilişkilerde aile yaşamında hâlâ Türkçenin etkin kullanımını, bununla birlikte Felemenkçenin de ev ve aile yaşamına girdiğini göstermektedir.

Arkadaşlar arasında en çok kullanılan dil konusundaki veriler incelendiğinde ise yine Türkçe ve Felemenkçenin birlikte kullanılma oranının (%71) en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Bunu ikinci sırada Türkçe, üçüncü sırada ise Felemenkçe izlemektedir.

### **Hollanda’da Yaşayan Türklerde Medya Takibi**

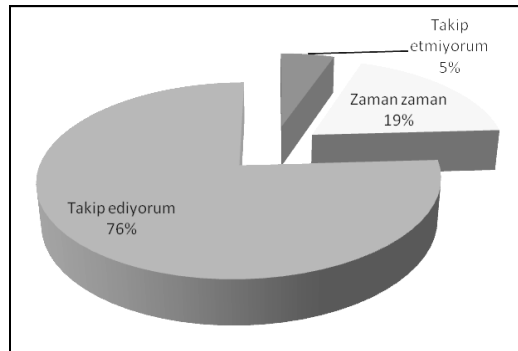
Medya takibi konusunda elde edilen sonuçlar ise şu şekildedir: Yeni topluma uyumun önemli göstergelerinden sayılan ev sahibi ülkenin medyasını takip ediyorum diyenlerin oranı %40’tır. Zaman zaman takip edenlerin oranı bundan daha yüksektir (%44). Takip etmeyenler ise görece olarak düşük bir orana sahiptir (%16).



**Şekil 1.** Hollanda Medyasını Takip Etme Durumu

Hollanda’daki Türklerin ana vatanın medyasını takip etme oranları incelendiğinde ise takip ediyorum diyenlerin oranının %76 ile oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bunu %19 ile zaman zaman takip ediyorum diyenler, %5 ile de takip etmiyorum diyenler izlemektedir.

Bu durumda Hollanda’da yaşayan Türklerin Türkiye’nin medyasını takip etme oranının, Hollanda medyasını takip etme oranından yüksek olduğu söylenebilir. Ulusötesi bağlardan olan Türkiye’nin medyasını takip etme oranının yüksek olması, örneklem grubunun en az %90’lık bir kesimini oluşturan, Türkçeyi aktif olarak konuşan, yazan ve okuyan Türklerin, Türkiye’nin medyasını kullanma oranlarının da yüksek olması nedeni ile, örneklemimiz kapsamında Hollanda’da yaşayan Türkler için Türkiye medyasının ulusötesi bir bağ işlevine sahip olduğunu söylememize olanak sağlamaktadır.



**Şekil 2.** Türk Medyasını Takip Etme Durumu

### **Hollanda'da Yaşayan Türklerde Kimlik ve Aidiyet**

Örneklem grubunun Türk kimliği ve Hollanda kimliği açısından incelendiği ölçek verilerinden elde edilen bulgulara göre, Hollanda'da yaşayan Türklerde Türk kimliğini benimseme ortalaması (4,32), Hollandalı kimliğini benimseme ortalamasından (3,1) daha yüksektir. Bu örneklem grubumuzda Türk kimliğini benimseme düzeyinin Hollandalı kimliğini benimseme düzeyinden yüksek olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3.** Hollanda'da Yaşayan Türklerde Türk ve Hollandalı Kimliğini Benimseme Düzeyine İlişkin Betimsel İstatistik

	Sayı	Min.	Mak.	Ortalama	Std. Sap.
Türk Kimliğini Benimseme Durumu*	230	1,75	5,25	4.3254	.63043
Hollandalı Kimliğini Benimseme Durumu*	230	1,00	5,00	3.1391	.83207

\* Burada cevaplar "1. Kesinlikle katılmıyorum", "5. Kesinlikle katılıyorum" şeklindedir.

### **4.2. Kimlik ile Medya Takibi Arasındaki İlişki Analizi**

Burada Hollanda'da yaşayan Türklerin Türk kimliği, Hollandalı kimliğini benimseme düzeyi ile medya takibi arasındaki ilişki diğer sosyodemografik değişkenlerle birlikte korelasyon analizi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Yapılan korelasyon analizinde Türk kimliği ile yaş arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki vardır. Bir başka ifadeyle yaş arttıkça Türk kimliğini benimseme düzeyi artmaktadır; bu, birinci kuşak Türkler düşünüldüğünde anlamlı görünmektedir. Türk kimliğini benimseme ile Hollanda medyasını takip etme arasında ise negatif yönlü anlamlı ilişki mevcuttur. Bunun anlamı Hollanda medyasını takip etme düzeyi arttıkça, Türk kimliğini benimseme düzeyi azalmaktadır. Türk medyasını takip etme ile Türk kimliği arasında ise pozitif yönlü anlamlı ilişki vardır, bir başka ifadeyle Türk medyasını takip etme oranı arttıkça Türk kimliğini benimseme düzeyi de artmaktadır. Korelasyon analizinden elde edilen bir başka sonuç ise, Türk kimliği ile Hollanda kimliğini benimseme arasında negatif yönlü anlamlı ilişki olduğudur. Yani Türk kimliğini benimseme düzeyi arttıkça Hollanda kimliğini benimseme düzeyi azalmaktadır.

**Tablo 4.** Hollanda'da Yaşayan Türklerin Türk Kimliği ve Hollandalı Kimliğine İlişkin Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Türk kimliğini benimseme											
2. Hollanda kimliğini benimseme	<b>-.381**</b>										
3. Cinsiyet	.053	-.043									
4. Yaş	<b>.170*</b>	.020	-.561**								
5. Eğitim düzeyi	-.082	.072	.178**	-.286**							
6. Hollanda'da yaşama süresi	.120	.060	-.423**	.840**	-.360**						
7. Kuşak	-.024	-.005	.410**	-.623**	.215**	-.568**					
8. Gelir düzeyi	.056	.099	-.015	-.006	.201**	-.011	.161*				
9. Felemenkçe dil düzeyi	-.105	.044	.140*	-.400**	.384**	-.401**	.441**	.170**			
10. Türkçe dil düzeyi	.079	-.019	-.102	.201**	-.014	.142*	-.248**	-.028	-.147*		
11. Hollanda medyasını takip etme	<b>-.188**</b>	.101	-.092	.066	.085	.055	-.071	.020	.005	.007	
12. Türkiye medyasını takip etme	<b>.400**</b>	<b>-.254**</b>	-.125	.084	-.098	.043	-.027	.082	-.137*	.059	-.130*

## **Sonuç ve Tartışma**

Küreselleşme ve medya kullanımının yaygınlaşması durumu, 21. yüzyılda sosyal değişmeden söz ederken değinmeden geçemeyeceğimiz konular arasında yer alır. Medyanın bu derece yaygınlaşması ve çeşitlenmesi sadece medyanın etki alanı açısından değil, gündelik yaşamda, bireylerin zamanlarını planlamalarında, aile ilişkilerinde, eğitim, ekonomi gibi kurumsal yapılarda değişime neden olması açısından da birtakım sosyal değişimleri beraberinde getirmiştir.

Küreselleşmenin hızını arttırdığı 1970'li yıllarda, kitlesel olarak gerçekleşen göçün hızında da önemli değişimler olmuştur. Göç ve göçmen kavramları düşünüldüğünde ilk akla gelen “gurbetlik” ve “hasret” kavramları âdeta göçmeni ifade eden kavramlar olarak algılanmış, ancak kitle iletişim araçlarındaki hızlı gelişme ve yaygınlaşma ile bu kavramlar da kısmen içerik değiştirmiştir. Başlarda “hasret” denildiğinde göçmenin ailesi ve sevdiklerinin sesine, yüzüne, memleketindeki evine, bahçesine, memleket kokan yemeklere, içini sızlatan türkülere hasreti bir bütün olarak düşünülürdü. En az ayda bir giden-gelen mektuplar bütün bu yaşanamayan ve özlem duyulan paylaşımlar için bir aktarım aracı olmuş, memlekette sadece muhtarlık veya mahalle/köy dükkânlarında olan telefonlar ile kısa bir süre sevdiklerinin sesini duyma ise mektupta yazılanların gerçekten doğruluğunu anlama, sevdiklerinin gerçekten iyi ve sağlıklı olup/olmadığını anlamak için âdeta mektupların güvenilirlik testi olmuştur. Batı Avrupa'daki Türkler kitle iletişim araçlarının hızlı gelişimi ve yaygınlaşması ile sesine hasret duyulan sevdiklerine, 1990'larda artık her evde olma durumu hızla yaygınlaşan telefonlar ile daha rahat ulaşabilmişler ve görelilik olarak telefon “sese hasret”e son vermiştir. 2000'li yıllardan itibaren ise uydu aracılığı ile izlenebilen Türkiye'nin televizyon kanalları memleket toprağına, insanına, şehirlerine, köyelerine, düğünlerine, bayramlarına olan özlemi görelilik olarak azaltmıştır. Ayrıca iki binli yılların ortasından itibaren yaygınlaşan Genel Ağ (İnternet) aracılığı ile -son yıllarda telefonlar aracılığı ile de yapılabilen- sesli ve görüntülü konuşma sayesinde de hasret kavramının içeriği daha da değişmiştir. Ülke ile bağları azalma riski olan ve 1. kuşağın ana vatandan ve onun geleneklerinden kopma endişesi taşıdıkları çocukları ve torunları (yani sonraki kuşaklar) için de Türkiye'nin televizyon kanalları geleneklerin, kültürün ve ana vatana ait şeylerin aktarımı için âdeta bir tür ulusötesi bağ işlevi görmüştür. Bunun günümüzde sosyal medya ile daha da güçlenerek devam ettirildiği söylenebilir.

Medya kullanımı olarak Türkiye televizyon kanallarının takip edilmesi durumunu Hollanda'da yaşayan Türkler açısından ele aldığımız bu araştırmanın sonuçları da, Hollanda'daki Türklerin bir ulusötesi bağ olarak Türkiye televizyonlarını takip ettiklerini göstermiştir. Örneklem grubumuzda Türk televizyon kanallarını her gün sürekli takip edenler %76 gibi çok yüksek bir

orana, hiç takip etmeyenler ise %5 gibi çok düşük bir orana sahiptir. Bütün bu sonuçlar bize Hollanda'da yaşayan ve artık 4. kuşağa ulaşan Türk göçmenler için Türkiye televizyon kanallarını izlemenin bir tür ulusötesi bağ işlevi gördüğünü göstermektedir. Bu ise ulusötesi bağ olarak medyanın önemini belirten Glick Schiller, Basch ve Blanc-Szanton'ın (2006) çalışmalarını destekler niteliktedir. Araştırmamızın hipotezleri de olan Hollanda'da yaşayan Türklerin "Türk kimliği"ni ve "Hollanda kimliği"ni benimsemeleri ile medya kullanımı arasındaki ilişki incelendiğinde ise, Türk kimliğini benimseme ile Türk medyasını takip etme arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu, Hollanda medyasını takip etme ile negatif yönlü anlamlı ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hollanda kimliği ise Türk medyasını takip etme ile negatif yönlü anlamlı ilişkilidir ve bunlar H1 ve H2'yi örneklemimiz kapsamında doğrulamıştır. Ayrıca etnik kimlik ve ev sahibi toplumun kimliği arasındaki ilişki olduğunu iddia eden çalışmalarla benzer şekilde (Davis, 1999; Liu ve diğerleri, 2002; Verkuyten-Yildiz, 2007), araştırmamızda da Türk kimliği ile Hollandalı kimliği arasında negatif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur.

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda ulusötesi bağ olarak Türkiye kanallarının izlenmesi durumunun, özellikle reklamlar aracılığı ile Türkiye'deki ekonomik işletmelere ve sağlık sektörüne müşteri olarak gelme düşüncesi ve davranışı, bu bağlamda da medya aracılığı ile yaratılan ulusötesi bağın, ekonomik bağa dönüşme kanalı incelenebilir. Böylece bir ulusötesi bağ aracının diğer ulusötesi bağları güçlendirip/güçlendirmedeği bilgisine ilişkin veriler de sağlanabilir.

**Kaynakça**

- Abadan-Unat, N. (2006). *Bitmeyen Göç Konuk İşçilikten Ulusötesi Yurttaşlığa*. İstanbul: Bilgi Ün. Yay.
- Arnold, A. and Schneider, B. (2007). Communicating Separation? Ethnic Media and Ethnic Journalists as Institutions of Integration in Germany. *Journalism*, 8(2), 115-136.
- Berry, J. W. et all. (2006). Immigrant Youth: Acculturation, Identity and Adaptation. *Applied Psychology an International Review*, 55, 303-332.
- Castles, S. (2002). Migration und Community Formation under Conditions of Globalization. *International Migration Review*, 36(4), 1143-1168.
- Castles, S. (2007). Twenty-First-Century Migration as a Challenge to Sociology. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33(3), 351-371.
- Castles, S. (2010). Why Migration Policies Fail. *Ethnic and Racial Studies*, 27(2), 205-227.
- Castles, S. and Miller, M. J. (2008). *Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yay.
- Clement, R. et all. (2005). Media Effects on Ethnic Identity Among Linguistic Majorities and Minorities a Longitudinal Study of a Bilingual Setting. *Human Communication Research*, 31(5), 399-422.
- Davis, T. C. (1999). Revisiting Group Attachment: Ethnic and National Identity. *Political Psychology*, 20, 25-47.
- d'Haenens, L. (2003). ICT In Multicultural Society the Netherlands: A Context For Sound Multiformal Media Policy?. *The International Journal for Communication Studies*, 65(4-5), 401-421.
- Gelekcı, C. (2009). *Misafir İşçilikten Etnik Azınlığa Belçika'daki Türkler*. Ankara: Phoenix yay.
- Gelekcı, C. (2014). Avusturya'da Yaşayan Türklerin Türkiye ile Bağları ve Evlilik Göçü. *Bilig*, 71,179-204.
- Georgiou, M. (2001). Crossing the Boundraries of the Ethnic Home Media Consuption and Ethnic Identity Construction in the Public Space: The Case of the Cypriot Community Centre in the North London. *International Communication Gazette*, 63(4), 311-329.
- Glick Schiller, N. G., Basch, L. and Blanc-Szanton, C. (1992). Transnationalism: A New Analytic Framework for Understanding Migration. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 645, 1-24.
- Glick Schiller, N. G., Basch, L. and Blanc-Szanton, C. (2006). Towards a Definition of Transnationalism Introductory Remarks and Research Questions. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 645(1), 9-14.
- Jeffres, L. W. (2000). Ethnicity and Ethnic Media Use a Panel Study. *Communication Research*, 27(4), 496-535.

- Kumar, R. (2005). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. Sage Publications.
- Liu, J. H. et al. (2002). Social Representations of History in Malaysia and Singapore: On the Relationship between National and Ethnic Identity. *Asian Journal of Social Psychology*, 5, 3-20.
- Madianou, M. (2005). Contested Communicative Spaces: Rethinking Identities, Boundaries and the Role of the Media among Turkish Speakers in Greece. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3), 521-541.
- Milikowski, M. (2000). Exploring a Model of de-Ethnicization the Case of Turkish Television in the Netherlands. *European Journal of Communication*, 15(4), 443-468 .
- Ogan, C. L. (2001). *Communication and Identity in the Diaspora. Turkish Migrants in Amsterdam and their Use of Media*. Oxford: Lexington Books.
- Ono, H. (2002). Assimilation, Ethnic Competition, and Ethnic Identities of US-born Persons of Mexican Origin. *International Migration Review*, 36, 726-745.
- Rumbaut, G. (1991). The Agony of Exile: A Study of the Migration and Adaptation of Indochinese Refugee Adults and Children. *Refugees Children: Theory, Research and Services*. (Frederick, L. Ahearn, Jean L. Atley, Eds). Baltimore, M.D. Johns Hopkins Un.
- Shiramiz, S. (2000). Global Migration, Ethnic Media and Ethnic Identity. *Asian and Pacific Migration Journal*, 9(3), 273-285.
- Sirkeci, İ. (2012). Transnasyonal Mobilite ve Çatışma. *Migration Letters*, 9(4), 353-363.
- Statistical Yearbook of the Netherlands*. (2014).
- Şahin, B. (2010a). *Almanya'daki Türkler*. Ankara: Phoenix yay.
- Şahin, B. (2010b). Almanya'daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme. *Bilig*, 55, 103-134.
- Tajfel, H. and Turner, J. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. (W. G. Austin and S. Worchel, Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* in (pp. 33-47). Monterey, A: Brooks/Cole.
- van Huis, M. Han, N. and Croes, M. (2007). Migration of the Four Largest Cities in the Netherlands. Statistics Netherlands Department of Population. 26 Ekim 2007 tarihinde [http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/24BAD\\_693-1CB9-4D14-9BC8-FA94A87F6727/0/migration.pdf](http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/24BAD_693-1CB9-4D14-9BC8-FA94A87F6727/0/migration.pdf) adresinden erişildi.
- Vedder, P. (2005). Language, Ethnic Identity and the Adaptation of Immigrant Youth in the Netherlands. *Journal of Adolescent Research*, 20, 396-416.
- Verkuyten, M. and Yildiz, A. (2007). National (dis)Identification and Ethnic and Religious Identity: A Study Among Turkish-Dutch Muslims. *Personality and Social Psychological Bulletin*, 33, 1448-1462.
- Virta, E., Sam, D. and Westin, C. (2004). Adolescents with Turkish Background in Norway and Sweden: A Comparative Study of their Psychological Adaptation. *Scandinavian Journal of Psychology*, 45, 15-25.