

ALMANYA'DAKİ TÜRK MEDYASI VE KAMUSAL BİR ALMAN KURUMU: DEUTSCHE WELLE

(Turkish Media in Germany and a Public Media Organization: Deutsche Welle)

*Selami Özsoy**

Özet

Bu araştırmada Türklerin en yoğun yaşadığı Avrupa ülkesi olan Almanya'daki Türk medyası incelenmiş ve uluslararası yayın yapan medya kuruluşlarından biri olarak Alman Deutsche Welle'nin yapısı ve Türkçe bölümü editörlerinin bakış açılarıyla Almanya'daki Türk medyasının etkileri değerlendirilmiştir. Bu amaçla Deutsche Welle'nin Türkçe yayınlar bölümünde 5 editör ile yarı yapılandırılmış görüşme formuyla görüşmeler yapılmıştır. Bir kamu kuruluşu olan Deutsche Welle, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Hitler'le bozulan Almanya imajını düzeltmek amacıyla Almanya'nın Sesi Radyosu adıyla yayınlarına başlamıştır. Doğu bloğunun çökmesiyle kurumun bu misyonu sona ermiştir. Halen aralarında Türkçenin de bulunduğu 29 dilde internet ve televizyon mecralarında haber yayını yapmaktadır. Deutsche Welle'nin Türkçe servisinde çalışan editörler, yayınlarında tarafsızlığın ön planda olduğunu, hızlı ve çok haber vermek yerine bilgilendirmeyi hedeflediklerini belirtmiştir. 50 yılı aşkın süredir Almanya'da yaşayan ve sayıları 3 milyonu bulan Türk göçmenler zamanla Almanya'da her sektörde söz sahibi olmaktadır. Avrupa'daki medya kuruluşlarında da daha fazla Türk'ün görev alması, yabancılara bakış açısının değişmesine katkı sağlayabilir. Deutsche Welle, Almanca eğitimi veren ve gazeteci yetiştiren bir kamu kurumu olarak da yabancıların entegrasyonu konusunda önemli bir konuma sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Medya, Gazetecilik, Deutsche Welle.

Abstract

Current study examines the Turkish media in Germany, a European country with the densest Turkish population and reviews the structure of German Deutsche Welle, one of the international media outlets in Germany and the effects of Turkish media in Germany based on the perspectives of Turkish department editors. Five editors from Turkish broadcasting department of Deutsche Welle were given semi-structured interview forms. Deutsche Welle, a public organization in Germany was established with the name of The Voice of Germany to polish the image of Germany marred by Hitler after the World War II. Organization's said mission ended with the downfall of the Eastern bloc. The organization still broadcasts in internet and television in 29 languages including Turkish. Editors who work in the Turkish department of Deutsche Welle state that impartiality is always in the foreground of their broadcasts and they aim to inform the public correctly instead of providing news rapidly and in high quantities. Turkish immigrants who have been living in Germany for more than 50 years and whose numbers have reached a total of 3 million have managed to prosper in all sectors in Germany by time. Employment of more Turkish people in the media outlets in Europe can contribute to changes in perspective towards foreigners. Deutsche Welle is in an important position in the integration of foreigners into society by providing German courses and training journalists.

Key Words: International Media, Journalism, Deutsche Welle.

* Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: selamio@gmail.com.

1. Giriş

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte endüstrileşme sürecinin ivme kazandığı ancak iş gücü ihtiyacının öz kaynaklardan karşılanamadığı Batı Avrupa ülkelerinde yabancı iş gücü talebi ortaya çıkmış, bu durum söz konusu ülkelerin belirli dönemlerde özendirdikleri, belirli dönemlerde ise yasalar çerçevesinde durdurmayı denedikleri, günümüze kadar süregelen uluslararası bir göç hareketine yol açmıştır (Doğan, 2006: 6). Savaştan yenik ayrıldıktan sonra yeniden kurulan ve hızla gelişen Almanya, sanayisini canlandırmak için ihtiyaç duyduğu insan gücünü 1960'lı yıllarda dışarıdan ithal etmeye başlamış, bu süreçte Türkiye en büyük göçün yaşandığı ülke olmuştur.

Türklerin göç serüveni, 1957'de 12 kişilik sanatkâr grubunun Almanya'ya gitmesi ile başlamıştır. Bunu çok sayıda başka işçinin de izlemesi üzerine Almanya'ya gidişi resmen örgütleyebilmek amacıyla 31 Ekim 1961'de Türk-Alman İşçi Mübadele Anlaşması imzalanmıştır. Diğer Batı Avrupa ülkelerinin de işgücü açığını kapatmak amacıyla 1964'te Hollanda, Belçika ve Avusturya, 1965'te Fransa ve 1967'de de İsveç ile benzer mübadele anlaşmaları imzalanmıştır. Türkiye'den Almanya'ya göç dalgası, 500 bininci işçinin törenle gönderildiği 1972 yılının ertesinde başvuruların durdurulmasıyla 1973 yılına kadar sürmüştür (Turan, 1997:14; Nuruan ve Kalaycı, 2007:16). 2002 yılı itibarıyla yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarının sayısı 3,551,544'tür. Ayrıca diğer ülkelerin vatandaşlığına geçenlerin sayısı da 1,135,611'tir. Almanya'da yaşayan 1,912,169 Türk vatandaşı vardır. Ayrıca 565,766 Türk de Almanya vatandaşı olmuştur (Nuruan ve Kalaycı, 2007:15).

Halen 2,7 milyon civarında Türk'ün yaşadığı Almanya'daki Türk göçmenler (Çakır, 2012: 32), birçok alanda kendilerini göstermiş, özellikle kültür ve ekonomi alanlarında etkin olmuşlardır. Küreselleşme süreci ile birlikte Avrupa'ya ara insan gücünün sağlanmasına yönelik başlayan yasal göç dalgası nedeniyle dünyanın bütün coğrafyalarının artık çok kültürlü ortamlardan oluştuğunu söylemek mümkündür (Yağbasan, 2009:116). Bu çok kültürlü ortamın yarattığı en büyük sorunların başında ise kuşkusuz uyum gelmektedir.

Türkiye kökenlilerin göç serüveni bugün 2.7 milyonu Almanya'da olmak üzere Avrupa'da 5 milyonluk farklı bir kitlenin varlığı anlamına gelmektedir. Bu kitle bütün sorunlara rağmen son derece başarılı bir uyum ve aynı zamanda Türkiye ile yaşadıkları toplum arasında çok yönlü zihniyet transferleri gerçekleştirmektedir. Türkiye kökenlilerin varlığı, Avrupa'da başta "çok kültürlülük", "İslamofobi", "ayrımcılık", "entegrasyon-asimilasyon" olmak üzere pek çok kavramın tartışılmasında oldukça önemli rol oynamaktadır. Bu tartışmaların yoğunlaşmasında Türklerin Türkiye ile olan yakın ve yoğun bağlantılarının da payı büyüktür. Ancak Türkiye kökenliler, yarım asrı bulan süre içinde yaşadıkları topluma pek çok katkı sağlamalarına ve sorun yaratmamalarına rağmen, popülist politikacıların malzemesi olmaktan kurtulamamaktadırlar (Erdoğan, 2012:69). Bu malzemenin servis edilmesinde Alman medyasının önemli bir rolü vardır.

Almanya uzun bir süre, aksi yöndeki toplumsal ve sivil gelişmelere rağmen kendini bir "göç ülkesi olarak görmekte güçlük çekmiştir. 1980'lerde Federal Şansölye Helmut Kohl'ün hükümeti misafir işçi politikasını "yabancılar politikası" haline getirmiştir. Bu süreçte, Alman devlet televizyonu misafir işçilere memleketleri hakkında bilgi iletmek, artık memleketleri haline gelmeye başlayan yerleşik oldukları ülkede karşılaştıkları yasal ve günlük sorunlar konusunda onlara yardım etmek amacıyla, misafir işçi programı olarak anılan programlar yayınlamaya başlamıştır (Schöder ve Appelius, 2009:163).

Medyanın Türk ve Alman toplumlarında farklı bir içerik ve sembolik değerler dizisi yarattığını söylemek mümkündür. Türk ve Alman toplumlarının imgesel boyutu ile analiz edildiğinde tamamen zihinsel olan bu sürece aslında din, kalıp yargı ve ekonomi gibi faktörlerin etki ettiği görülmektedir. Bu kavramların baskın ifadeleri gösterge değerleri ile birlikte zihinsel süreçten geçerek belirgin imgesel anlamlar taşımaktadır. Tüm bu toplumsal değer ve mekanizmaların işlerliğinin sağlanmasında en etkin ve baskın faktörlerden birisi de medyadır. Medya ve medyanın etki derecesi, kapsamı ve boyutu toplumsal değerlerin yön değiştirmesinde veya güçlenmesinde belirgin bir rol oynamaktadır (Yıldız, 2006: 72-73).

1.1. Almanya'daki Türk medyası

Avrupa ülkelerine Türkiye'den iş gücü göçünün başlamasıyla birlikte Türkiye'de basılan gazeteler 60'lı yılların sonlarından itibaren Almanya'da satılmaya başlamıştır. İlk yıllarda gazeteler Türkiye'den Avrupa'ya yeterince hızlı ulaşmamaktaydı. Hollanda'da 1966 yılında satılmaya başlayan Tercüman ile 1969 yılında satılmaya başlayan Hürriyet, bir gün sonra okuyucusuyla buluşabilmekteydi (Ünye, 2006:25). Göçün ilk dönemlerinde İstanbul'da basılan gazeteler uçakla Almanya'ya ulaştırılıyordu. 1969 yılında dönemin Akşam gazetesi, Münih'te basılmaya başlamıştır. Türkçe gazetelerin Federal Almanya'da ilk çıkış yılları şöyledir: Hürriyet, Cumhuriyet (1971), Milliyet (1972), Türkiye (1987) Zaman (1990) Milli Gazete (1973), Özgür Politika (1995), Sabah, Emek, Ortadoğu (1996), Posta, Fanatik (2001), Günaydın, Akşam, Tercüman, Star (2006) (Güntürk, 1999:194; Genel, 2012:48).

Avrupa'da hızlı ve etkin bir şekilde yayın yapan Türk medyası, Türkçe konuşan 2 milyonu aşkın bir toplumu bilgilendirme iddiasını taşımaktadır. Avrupa'da yayımlanan Türk gazeteler baskılarına Avrupa'ya özel sayfalar ekleyerek daha çok göçmenleri ilgilendiren haberlere yer açmıştır. Ağırlıklı olarak Avrupa'daki siyasal, sosyal, kültürel, sanatsal, sportif gelişmeleri ele alan Avrupa haberleri sadece Avrupa ülkelerindeki baskılarına ait sayfalarını doldurmaya başlamıştır. Tamamen Avrupa'da hazırlanan ve büyük bölümü ücretsiz dağıtılan çok sayıda haftalık, aylık gazete ve dergi de Türkçe medyayı zenginleştirmektedir (Arpad, 2009).

Günümüzde Almanya'da basılan Türk gazetelerinin satış rakamlarında günden güne düşüş yaşanmaktadır. Hürriyet gazetesi, 2000'lerin başında 120 bin gazete satarken, halen 60 binin altına düşmüştür. Bugün Türk gazetelerinin Almanya'da toplam satış rakamı 100 bin civarındadır. Almanya içinde Hürriyet 26 bin, Zaman 21 bin, Yeni Özgür Politika ise 10 bin civarında satmaktadır. İnternette erişim gibi faktör basılı gazetelerin satışlarında etkili olmakla birlikte, bu veri, Almanya'da yaşayanların Alman medyasını da takip ettiklerini göstermektedir (Külahçı, 2011:140; Genel, 2011:49). Almanya'da yapılan bir araştırmaya göre (Halm ve Sauer, 2006:35) Almanya'daki Türkler arasında en fazla okunan gazete % 62.2 oranıyla Hürriyet'tir. Bu gazeteyi Milliyet (%11.7), Zaman (%6.5) ve Türkiye (%6.2) takip etmektedir. Bir başka araştırmaya göre de Almanya'da yaşayan Türklerin % 49'u Hürriyet, % 33'ü Milliyet, % 7'si Türkiye ve % 7'si Cumhuriyet gazetesini okumaktadır. Almanya'da yaşayan Türklerin % 40'ı Türk gazetelerinin yanı sıra Bild gazetesini, diğerleri ise farklı bölge gazetelerini okumaktadır (Mora, 2004:105). Nuruhan ve Kalaycı'nın yaptığı araştırmaya göre Almanya'da yaşayan Türklerin % 39.4'ünün Türkçe gazete okuduğu, % 5.7'sinin de Almanca gazete okuduğu saptanmıştır. Her iki dilde gazete okuyanların oranı % 34, hiç okumadığını söyleyenlerin oranı ise % 18.7'dir (2007:115). 1996 yılında Federal Basın Dairesi tarafından Almanya'daki Türk halkının medya kullanımı araştırmasına göre katılımcıların % 55.7'si sadece Türkçe günlük gazeteleri okuduklarını belirtirken, % 38'i

Türkçe olduğu kadar Almanca yazılı basını da tercih ettiklerini ve yalnızca % 6.4'ü sadece Almanca gazeteleri okuduklarını bildirmiştir (Güntürk, 1999:196).

Kültürel alışveriş okullar yanında, özellikle de medya vasıtasıyla oluşmaktadır. Almanya'da yaşayan Türkler bu kültürel alışverişi Almanca ve Türkçe olarak iki dilde takip edebilmektedirler. Yoğun milliyetçi ve zaman zaman fanatik dini karakter taşıyan bir kısım Türk basını Almanya'da yaşayan Türklerin üzerinde her zaman olumlu bir etki oluşturmamaktadır (Ünal, 2011:40). Çebi'ye göre (2012) Türk gazetelerinin Avrupa'daki tirajının düşmesinin bir nedeni yine Türk medyasının yayın politikasıdır: "Türk medyasında dikkat çekecek vurucu haber yapma uğruna hep milliyetçilik damarı kazılmış, hatta bazı durumlarda bile gerçek dışı habere tevessül edilmiştir. Tarafgirliğin abartılması sonucu Almanlar Türkçe gazeteler için "Türklerin avukatı" tabirini kullanmaya başlamıştır. "Getürtk" tabirinin gündemde olduğu bu dönemlerde "her hal ve şartta Türkün avukatlığını yaparım" tavrı, okur kazandırmak yerine bilinçli Türk okurlarını da gazeteden soğutup kaçırmıştır." Avrupa'daki tirajların düşmesiyle birlikte birçok Türk gazetesi yayınına son vermek zorunda kalmıştır. Almanya'da son dönemde Milliyet, Fanatik ve Taraf gazetesi, yayını durdurmuştur. Daha önceki yıllarda ise Evrensel (2009), Cumhuriyet (2008) Star, Günaydın, Bugün, Tercüman, Akşam, Hafta Sonu ve Yeni Şafak da çeşitli sürelerde yayımlandıktan sonra Almanya'dan çekilmiştir. 80'li ve 90'lı yıllarda Alman gazete bayilerinde görülen çok sayıda Türkçe gazete, artık bulunmamaktadır. Batı Avrupa'ya dağıtılmak üzere Almanya'da yayımlanan Türkçe günlük gazetelerin sayısı 6'ya düşmüştür: Zaman, Hürriyet, Sabah, Türkiye, Özgür Politika, Millî Gazete (Çebi, 2012).

1.2. Almanya'daki radyo ve televizyon yayınları

Avrupa'ya iş gücü göçünün başlamasıyla gazetelerle birlikte başta Almanya olmak üzere birçok ülkeye sınır aşırı Türkçe radyo yayınları da başlamıştır. Türkiye'den yayın yapan Türkiye'nin Sesi Radyosu 1963 yılında yayına başlamıştır. Bu süreçte Almanya'nın yayın kuruluşları da radyo yayınlarının arasına bir ya da iki saatlik Türkçe programlar da katmışlardır.

Almanya'da göçmenler için 1964'ten 80'li yılların sonlarına kadar ARD gibi devlet radyo ve televizyonlarında anadilde radyo ve televizyon yayınları yapılmıştır. Almanya'da 1964 yılında WDR Türkçe servisi, 1966 yılında Hollanda Resmi Yayın Kurumu (NOS) bünyesinde VARA tarafından düzenlenen Türkçe yayınlar da bulunmaktaydı (Ünye, 2006: 25). 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 genişlemiştir (Halm ve Sauer, 2006:20). Ancak zamanla göçmenlerin bir taraftan Alman toplumunun bir üyesi olma isteğinin yanı sıra kendi dillerinde ve kültürlerinde yayınlar izlemek istedikleri ortaya çıkmıştır. Kendi memleketlerine açık duygusal bir bağ istemekteydiler. Bu bağ, Türk video filmlerini fazlaca tüketerek kurmuşlardır. Alman televizyonlarında o zamana kadar sunulan kendi dillerindeki yayınları göçmenlerin zaman içinde yetersiz bulduklarının açıkça göstergesidir (Güntürk, 1999:197).

Almanya'da Türklere yönelik ilk televizyon kanalı, 1985 yılından itibaren Berlin'den yayın yapmaya başlayan TD1 (Türkisch-Deutsches Fernsehen in Berlin) şirketi olmuştur. TRT, 1990 yılında TRT INT kanalını açarak uydu üzerinden Avrupa'da yaşayan Türklere yönelik yayınlar yapmaya başlamıştır. 1991'de de TRT Avrasya isimli kanalla Asya'daki Türk kökenlilere yönelik yayınlar devreye girmiştir. 1990 yılından itibaren özel kanalların

açılmasıyla Avrupa'da yaşayan Türkler çok sayıda Türk kanalını izleme fırsatı bulmuştur (Genel, 2011: 50 ve 51). Araştırmalara göre her üç Türk evinden ikisinde Türk televizyonlarını izlemek için uydu anten bulunmaktadır. Arpad'a göre (2009) Avrupa'da yaşayan Türkler, Türklerle ve Türkiye ile bilgiler için göçten yıllar sonra hâlâ Türk medyasını takip ediyorsa, buna neden olarak Alman medyasının ilgisizliği gösterilebilir.

Almanya'da yaşayan Türk halkının büyük çoğunluğunun Türkçe medyayı talep etmesinin memleketleriyle olan duygusal bağlarının dışında nedenleri vardır. Türk medyası ve programları aynı zamanda kültürel kimliğin korunmasına da hizmet etmektedir. Türk göçmenleri özellikle Mölln ve Solingen'deki yabancı düşmanı kundaklama saldırılarından sonra kendi toplumlarına büyük bir bağlılık oluşturmuştur. Bundan başka dil problemleri de belirleyici bir rol oynamaktadır. Çünkü özellikle Türk göçmenlerinin ilk nesli için dil problemi hala daha önemli bir engel oluşturmakta ve böylece bu grup Türk medyasını bilgi kaynağı olarak kullanmaktadır (Güntürk, 1999:197). Dil engeli ve Avrupa Birliği içindeki kültürel farklar yüzünden, medya ve görsel-ışitsel politikaların birleştirilmesi mümkün olmamıştır. İzleyiciler genel olarak ulusal konuları kendi ulusal dillerinde izlemeyi tercih ederken, Hollywood'dan gelen içerik, özellikle kurgu ve dramlar da onların ikinci tercihi olmuştur. Medya politikaları ve görsel ışıtsel politikalar alanında ekonomik hedefler, temel kaygıyı teşkil etmiş, kültürel hedefler ise ikinci plana itilmiştir (Öner, 2009:186).

Almanya'daki Türk halkının medya kullanımı araştırmasına göre katılımcıların yüzde 7'si sadece Alman kanallarını izlediğini belirtmiş, yüzde 39.6'sı yalnızca Türk kanallarını ve buna karşılık % 53.2'si hem Türk, hem Alman kanallarını izlemektedir (Güntürk, 1999:196). Nuruan ve Kalaycı'nın yaptığı araştırmaya göre Almanya'da yaşayan Türk ailelerinin yüzde 37'sinin televizyonda Türk televizyon programlarını, yüzde 6.3'ünün de Alman programlarını izledikleri saptanırken, % 54'ünün de her iki ülkenin programlarını izledikleri belirlenmiştir. Haber programı türlerine göre değerlendirmede ise Türkçe haberleri izleyenler yüzde 80, Almanca haberleri izleyenler yüzde 37 oranındadır. Türk dizileri yüzde 44 oranında izlenirken, Alman dizileri yüzde 5.7 oranında izlenmektedir (2007: 111-115). Kuzey Ren Westfalya Eyaletinde yaşayan Türk gençlerinin tercihlerinin araştırıldığı bir çalışmada katılımcıların % 70.7'sinin buradaki medyadan memnun olduğu saptanmıştır. Türk gençlerinin Almanca yayınlanan medya arasında en çok tercih ettiği araç %80.9 ile televizyon olmuştur (Goldberg, 2000:19).

Almanya'daki Türklerin medya tüketiminin ele alındığı bir araştırmada (Öztürk ve Sevim, 2009:237-242) Türk göçmenlerin hem Türk, hem de Alman medyalarını takip ettiği saptanmıştır. Türk medyasını kullanmaya yönelik tercih, dergiler haricinde, bütün medya kollarında Alman medyasından daha güçlüdür. Almanya'da yaşayan 15 Türk göçmeniyle yapılan görüşmeler, katılımcıların Türk televizyonlarını genellikle diziler için seyrettiklerini, ama ekonomik ve siyasi haberler konusunda bilgilenmek ve çocukları hedef alan çizgi filmler için de Alman televizyonlarını takip ettiklerini göstermiştir. Görüşmecilerin yüzde 21.6'sı daima Türk televizyonlarını seyrettiklerini belirtirken, yüzde 11'lik bir bölüm ise daima Alman televizyonlarını seyrettiğini kaydetmiştir. Daima Türk gazetelerini okuyanlarla, daima Alman gazetelerin okuyanların oranları ise sırasıyla yüzde 23.5 ve yüzde 85 olarak şekillenmiştir.

Çoğu Avrupa ülkesinin evrimi, çok kültürlü ve çok ırklı toplumlar haline gelme yönündedir. Bu eğilimin izleyicilerin davranışları üzerinde açık yankıları bulunmaktadır. Artık halkın birçok farklı ilgi gruplarına bölünmüş olduğunu söylemek gerekir. Ne var ki, kamu hizmeti yayın sistemi en azından bir bütün olarak halkın beklentilerini ve özel olarak

da azınlıkların beklentilerini karşılamak zorunda olsa bile, kültürel azınlıklara ayrılan program örnekleri seyrekleşmektedir. Bu tür programlara ilişkin yükümlülükler her ülkede yürürlükte olan muhaceret politikalarını yansıtmaktadır (Machet ve Robillard, 1999: 66).

Almanya'daki kamu kurumu niteliğindeki medya kuruluşları bünyesinde Türkçe yayın yapan birçok radyo ve televizyon, yayınlarını sonlandırmıştır. Örneğin 2008 yılında Berlin merkezli RBB'nin (Berlin Brandenburg Radyo ve Televizyon Kurumu) Multikulti Radyo ve 2009'da Frankfurt merkezli HR (Hessen Radyo ve Televizyon Kurumu) Türkçe radyo yayınlarını sona erdirmiştir (Köksal, 2010). Berlin'de aralarında Türkçenin de bulunduğu 18 dilde yayın yapan devlete ait Multikulti Radyo'nun kapatılması, mali nedenlerden daha çok, ikinci bir dile çok kültürlü ortak yaşamı engelleyici bir siyasi anlayışın eseri olarak yorumlanmıştır. Daha önce de Baden-Württemberg'de, ardından Bavyera'daki radyoların Türkçe yayınları sonlandırılmış, Almanya'da geriye bir tek Köln Radyosu kalmıştır. Alman yazılı ve görsel medyasındaki yayınlarda göçmenlere sadece yüzde 1 oranında yer verildiği göz önüne alınırsa, kendi dillerinde de televizyon ve radyo izlemek isteyen göçmenlerin Türkiye'den yayın yapan kanallara yönelmeleri doğal bir sonuç olarak karşılanmalıdır (Dalaman, 2009). Türkçe yayınları 2 Kasım 1964'te başlayan Köln'deki Batı Almanya Radyosu (WDR) Türkler için anavatanlarına bir köprü olmuş, onları Almanya ve bu ülkedeki yaşam hakkında bilgilendirmiştir (Köksal, 2010). WDR Radyolar Genel Müdürü Wolfgang Schmitz, tüm yayınların Almanca yapılması görüşünü şöyle savunmaktadır: “Almanya'da iletişimi sağlamak istiyorsak Almanca dilini kullanmalıyız. Kanımızca çok kültürlü bir toplumun oluşmasında uyumlu bir gelişme elde edilmesi için o ülkede yayınların konuşulan anadilde yapılması gerekiyor” (Hürriyet gazetesi, 2009).

Türk medyasının tek taraflı tüketiminin oluşmuş olan izolasyonu daha da güçlendireceği kabul edilmektedir. Kültürler arasındaki karşılıklı bilgi değiş tokuşu, yani kültürler arası iletişim, entegrasyon için en önemli koşullardan biridir. Ancak içinde yaşanılan Alman toplumu hakkında bilgiler, özellikle Türk televizyonlarında sık sık yer almaktadır. Bir dezavantajı da Türk medyasının milliyetçi, dini, kültürel ve sosyal görüşleri daha çok sağlamlaştırması, bunun da Alman toplumuna entegrasyonu zorlaştırmasıdır Öte yandan Türkçe medya Türk toplumu içinde etnik-kültürel bir kimlik oluşturmaktadır. Alman medyasından asla öğrenilemeyecek Türkiye'deki politik, toplumsal ve kültürel gelişmeler, Türk medyasından takip edilebilir. Aynı zamanda göçmenlerin toplumsal, politik problemlerinin dile getirilmesi için platform olarak kullanılabilir (Güntürk, 1999:198). Almanya'daki Türklerin yüzünün anavatanına dönük kalmasını sağlayan en önemli araç, Türk medyasıdır. Bu nedenle 1994'ten itibaren Türk medyasından rahatsız olan kesimler Federal Meclis'te “Türk basını, uyuma engeldir” tezini savunmaktadır. Türk medyasının Türk toplumu üzerindeki etkisini azaltmak amacıyla bazı Alman bilim ve siyaset çevreleri tarafından Türk gazetelerinin aşırı milliyetçi ve ırkçı yayınlar yaptığına, Türk-Alman dostluğunu zedelediğine yönelik yorumlar yer almaktadır. Alman basınında çok sık yer alan Türkiye ve Türk karşıtı haber ve oluşumları deşifre etmek durumunda kalan Türk basını, bu “avukatlık görevi” nedeniyle Almanya'nın “kimliksizleştirme politikası” çerçevesinde okunması sakıncalı yayınlar statüsünde değerlendirilmektedir (Doğan, 2006:62). Hessen Eyalet Başbakanı Roland Koch gibi bazı Alman politikacılar, Türklerin kendi anadillerindeki yayınları izlemesini endişe verici bulduklarını zaman zaman dile getirmektedir. Buna karşılık Türkçenin Almanya için bir zenginlik olduğunu düşünen politikacılar da mevcuttur (Arpad, 2009).

Göç alan ülkelerdeki yasal düzenlemeler, uygulamaların aksine hükümler içermektedir. Almanya'da yayıncılık hakkında federal eyaletler arasındaki anlaşmanın 23.1

maddesi, yayınlanan tüm programların halklar arasındaki anlaşmayı özendirmek zorunda olduğu hükmünü getirmektedir. Ayrıca diğer hükümler, örneğin ikinci kamu hizmeti kanalı olan ZDF'nin yayınladığı program yönergeleri, programların Almanya'daki çeşitli milletten insanlar arasında anlayışı teşvik etmesi ve etnik azınlıkları göz önüne alması gerektiğini ifade etmektedir. Almanya'da yayıncılık hakkında federal eyaletler arasındaki anlaşmanın 20.1 maddesi "tüm azınlık bakış açılarının (özel kanallar tarafından) göz önüne alınması gerektiğini" ifade etmektedir (Machet ve Robillard, 1999:67).

1.3. Alman medyası gözüyle Türkler

Alman televizyonlarının Türkiye hakkındaki yayınları, çoğu zaman yeterli ve gerekli araştırma yapılmaksızın, altyapısız ve yanlı olması nedeniyle, olumlu kültür alışverişine çok da pozitif katkıda bulunmamakta, aksine önyargı çukurlarını derinleştirmekte ve düşmanlığı körüklemektedir (Ünal, 2011:40). Türk toplumu bir yanda kendi içinde yabancılaşmakta, diğer yanda Almanlar tarafından dışlanmaktadır. Bu süreçte, düşüncenin yönlendirilmesine aracılık eden medyanın, yabancı düşmanlığının yayılmasında hatta ırkçı kıvılcımların yakılmasında önemli rol oynadığı gözlenmektedir. Alman medyası, yabancı düşmanlığı ve aşırı sağcı şiddeti körüklemekte ve Türklere ilişkin olumsuz haberler üretmektedir (Alver, 2001:135).

Genelde Alman medyasında göçmenlere nesne rolü atfedilmektedir. Buna göre onlar bağımsız aktörler değil, edilgendirler. Onlar hakkında düşünülür, karara varılır, hüküm verilir, ama onlarla konuşulmaz, onların görüşü alınmaz. Pasif ve edilgen oldukları için saygı göstermek gerekmemektedir. Almanya Türk Toplumu (TGD) isimli sivil toplum kuruluşunun raporuna göre göçmenler ve özellikle Müslüman Türkler haberlerde; İslamcılık, terörizm, namus cinayeti ve zorunlu evlilik gibi olumsuz konularla manşetlere taşınmaktadır (Gümüş, 2012:115).

Medya, belirli görüntülerin ve bilgi biçimlerinin görünür kılınmasında, yaygınlaştırılmasında ve güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamakta ve giderek bunların günlük iletişimde normalleşmesine yol açmaktadır. Kamuoyundaki göç söyleminde "getto", "paralel toplum" ya da "İslami fundamentalizm" kavramları gibi, artan oranda "eğitimden uzak çevreler" ya da "etnik çatışma" gibi kavramlar da konjonktürel olarak bir canlanma göstermektedir. Son dönemde genç yabancılara yönelik şiddet ve kriminalite tartışmaları medya alanında yankılanmaktadır (Yıldız, 2010).

Eleştirel söylem çözümlemesi yaklaşımıyla 2008 yılından sonra Alman gazetelerinde yapılan bir incelemede, Die Welt gazetesinde yer alan haberlerde Türkiye ve Türkler; terör, yasak, başörtüsü, Aleviler, Kürtler, alkol yasağı, kaçak içki, cinayet, futbol, sınır ötesi operasyon, Türklerin Almanya'ya entegre olamaması, kundaklama, Almanya'nın yeni Yahudilerinin Türkler olduğu, Hrant Dink suikastı, Orhan Pamuk'a yönelik suikastın önlenmesi, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin Türkiye'yi Kürtlere tazminat ödemeye mahkum etmesi, Almanların da, Türkiye'nin de Türklerin AB'ye girmesini istemediği, Orgeneral Başbuğ'un yaptığı "Türkiye halkı" vurgulu konuşma haberi, Almanya'da yaşayan 2 milyon 81 bin Türk olduğu ve Türklerin çift pasaport istediği, Almanya'da yaşayan yabancılardan yüzde 72'sinin Türk olduğu ve ikinci-üçüncü kuşakta bile hala entegrasyon sorunu olduğu biçiminde olumsuz temsil edilmektedir. Kullanılan fotoğraflarda Türk kadınları başörtülü, uzun giysili ve kadın kadına birlikte, şişman, bakımsız ve amaçsız görünümündedir. Haberlerde Türk erkekleri, terör, cinayet, şiddet, futbol kavramları birlikte verilmektedir. Özellikle Başbakan Tayyip Erdoğan'ın sert çıkışları nedeniyle Türkiye'nin

AB'ye giremeyeceği ilişkilendirilerek verilen haberlerde Türkiye ve Türkler olumsuz temsil edilmektedir (Mora, 2012).

Bunun yanında değişen koşullar nedeniyle yabancılar için olumlu bir algı dönüşüm de söz konusudur. Son yıllarda politika ve medyada yabancıların imajı üzerine “çöpçü olan misafir işçiden, aranan bilgisayar uzmanına” bir değişim gerçekleşmiştir. Almanya nüfusunun gelecek yıllarda azalacağından dolayı göçmenlere ihtiyacı olacağı vurgulanmaktadır. Almanya’da nüfus gerilemekte ve toplum yaşlanmaktadır. Sosyal sistemin ayakta kalabilmesi için Almanya göçmenlere ihtiyaç duymaktadır. Ancak göçle ilgili bu yeni görüşün üzerinde bulunduğu temel halen zayıf ve hatta bazı çatlaklar bile yer almaktadır. Ayrıca politikada olduğu gibi medyada da yabancılar arasında “Bize faydası olan yabancılar ve bizi istismar eden yabancılar” şeklinde ayrımcılık yapılması tehlikesi de bulunmaktadır. Böyle bir düşünce özellikle mülteciler konusunda ayrımcılığa yol açmaktadır (Meier-Braun, 2011).

1.4. Almanya’daki Türk gazeteciler

Almanya gibi çok sayıda farklı millete mensup olan insanların bir arada yaşadığı devletlerde, medyaya bu insanların içinde yaşadıkları topluma uyumunun desteklenmesi noktasında çok önemli görevler düşmektedir. İletişim bilimci Geissler’e göre medya aracılığıyla uyum sürecinin desteklenmesi ve bu alanda başarı sağlanması göçmen kökenli kişilerin içinde yaşadıkları toplumun medyasında daha fazla görev almasıyla mümkündür (Şentürk Kara, 2013:18).

Son dönemde Alman medyasında göçmen ailelerden gelen gazetecilere rastlanmakla birlikte, yine de radyo, televizyon ve gazete kurumlarındaki sayıları ve konuları yeterli oranda değildir. Bu gazetecilerin faaliyetleri, gazetecilik mesleğinin gelişmesine önemli katkılarda bulunabilir. Örneğin konulara değişik bakış açıları ile sahip oldukları bilgiler ile haberciliği kolaylaştırabilir ve aynı zamanda yeni bir izleyici kitlesini kazanabilirler. Özellikle kamuya ait Alman radyo-televizyon kurumları ve yazılı basın yabancılar konusunu mesleki eğitim programlarına almaları gerekmektedir (Meier-Braun, 2011). Etnik azınlıkların medya entegrasyonu konulu bir araştırmada, yazılı basın mensuplarının yaklaşık yüzde birinin göçmen olduğu saptanmıştır. Ulrich Patzold, günümüzde her beş Alman vatandaşından biri göçmen kökenli olduğu halde, yalnızca 50 gazeteciden birinin göçmen kökenli olduğunu belirtmektedir (Schöder ve Appelius, 2009:165).

Son on yılda göç, entegrasyon ve medyayla ilgili tartışmalar, çeşitli organizasyon ve ağların oluşturulmasına önyak olmuştur. Bunların etkinlik ve pratikleri çeşitlense de, ortak amaçları medya çeşitliliğini arttırmak ve böylece Almanya’daki çok etnikli kamusal alanı genişletmektir. 2007 yılında Heinrich Böll Vakfı tarafından “Medya çeşitliliği: Genç Göçmenler Gazeteciliği” başlıklı bir medya bursu programı başlatılmıştır. Program günlük gazete *die Tageszeitung*, radyo kanalları Multikulti Radio 23 (RBB) ve Deutsche Welle tarafından desteklenmiştir. Yönetim kurulu üyesi Ralf Fücks programın sunumunda şunları söylemiştir: “Medya her gün göçmenlerle ilgili haberler yapıyor. Artık göçmen geçmişi olan gazetecilerin de medyayı şekillendirmesinin zamanı geldi. Büyük Britanya ve Fransa’da, yazılı basın ve prime time televizyonda toplumsal çeşitlilik belirgindir. Ama Almanya’da, göçmenler hâlâ birer istisnadır. İşte değiştirmek istediğimiz şey bu” (Schöder ve Appelius, 2009: 167-168). Berlin-Kreuzberg’deki Bildungswerk (Kreuzberg Eğitim İşleri) tarafından hazırlanan ve finansmanı Federal İstihdam Bürosu tarafından sağlanan göçmen geçmişi olan gençlere yönelik yeni çift kültürlü medya eğitim programı 2009 Eylül ayında düzenlenmiştir.

Türk ve Alman medya kuruluşları tarafından da desteklenen projenin amacı, genç yetenekleri Alman ana akım medyasının toplumsal ve etkin çeşitliliğine katkıda bulunmaları hedefiyle 15 ay içinde gazeteci olarak yetiştirmektir. Almanya ve Türkiye’den gazetecilere hitap eden bir başka kültürlerarası program da KulturForum tarafından organize edilip Robert Bosch Vakfı tarafından desteklenmektedir. Bu program Alman ve Türk gazetecilerine yönelik atölye çalışmaları sunmuştur (Schöder ve Appellius, 2009:168).

Alman ve Türk kurumlarının ortak girişimlerle medya profesyonelleri eğitimine dair çabaları sürerken Türkiye’deki medya kuruluşlarının Almanya’daki birimlerinin yapısında da bir değişim söz konusudur. Hürriyet gazetesinin Hamburg Büro sorumlusu Kemal Doğan’a göre önceden Türk medya kuruluşlarında görev yapan gazetecilerin tamamına yakını Türkiye’den gelmekteydi ve bu kişiler çoğunlukla Almancaya hâkim değillerdi. Zamanla Almanya’da Türk medyasının çeşitli kademelerinde, burada yetişen ve Almancaya tamamen olmasa da kısmen hâkim olan kişiler görev yapmaya başlamıştır. 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 (Şentürk Kara, 2013:7).

Şentürk Kara’nın (2013:10) yaptığı araştırmanın katılımcılarına göre, 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 entegrasyon sürecinin daha başarılı olması için medyada görev yapan Türk kökenli kişilerin kendi kültürlerinden, dillerinden ve dinlerinden uzak bir yaşantıya sahip olmadıklarını göstermek gerekmektedir.

1.5. Deutsche Welle

Bünyesinde Türkçe yayınları da barındıran Almanya’nın kamu medya kuruluşu Deutsche Welle, yurtdışına 29 farklı dilde radyo, televizyon ve internet üzerinden yayın yapmaktadır. İkinci Dünya Savaşı’ndan yenilgiyle çıkan Almanya, dünyadaki imajını yenileyebilmek için bir dizi girişimde bulunmuştur. 1950’lerde en etkin kitle iletişim aracı olan radyo yayınları Alman hükümetinin öncelikleri arasında yer almıştır. Deutsche Welle, Hitler Almanya’sının dünyada bıraktığı olumsuz imajı silebilmek için Konrad Adenauer’in başkanlığı döneminde 3 Mayıs 1953 yılında Köln’de kurulmuştur. Deutsche Welle soğuk savaş döneminde Almanya’nın Sesi adıyla propaganda yayını yapmıştır. Kuruluşunun ardından kısa dalga radyo yayınlarıyla birçok ülkeye ulaşan Deutsche Welle, programlarında yeni Almanya’nın özgürlük, demokrasi ve insan hakları gibi mesajlarına ağırlık vermiştir. 1961 yılında Berlin Duvarı’nın örülmesiyle birlikte Doğu Almanya karşıtı, Batı Almanya yanlısı bir yayın politikası izleyen kuruluş, 1990 yılında doğu bloğunun çökmesi, konjonktürün değişmesi ve küreselleşmeyle yayın ilkelerini de yenilemiş ve tarafsız bir anlayış benimsemiştir. Deutsche Welle gibi Deutschlandfunk (DLF) Almanya Radyosu da bir kamu kuruluşu olarak görev yapmaktadır. Ancak DLF federal hükümet ve eyaletlerin radyo televizyon kurumları tarafından finanse edilirken, Deutsche Welle’nin finansmanı tümüyle federal devlet tarafından karşılanmaktadır (İşte Almanya, 1993:395). Diğer ülkelerde de hedef kitesini yurt dışı olarak belirleyen kamu yayın kuruluşları mevcuttur. Bunlar arasında İngiltere’nin BBC World Service, Amerika Birleşik Devletleri’nin Voice of America, Fransa’nın France 24 ve Radio France International, Kanada’nın Radio Canada International ile Radio Free Europeland sayılabilir. Deutsche Welle, 1992 yılında radyo programlarının yanı sıra televizyon ve internet yayıncılığına da ağırlık vermiştir. Kısa dalga radyo

yayınlarına 2011 yılında son verilerek, programlar internet platformuna taşınmıştır. Deutsche Welle'nin 24 saat İngilizce yayın yapan bir televizyon kanalı vardır.

Bu araştırmada Türklerin en yoğun yaşadığı Avrupa ülkesi olan Almanya'daki Türk medyası incelenmiş ve uluslararası yayın yapan medya kuruluşlarından biri olarak Alman Deutsche Welle'nin yapısı ve Türkçe bölümü editörlerinin bakış açılarıyla Almanya'daki Türk medyası çeşitli yönleriyle değerlendirilmiştir.

2. YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Konu ile ilgili literatür taranmış, Almanya'nın kamu medya kuruluşu Deutsche Welle'nin Türkçe yayınlar bölümünde 2013 Eylül ayında 5 editör ile yarı yapılandırılmış formla görüşmeler yapılmıştır. Görüşmenin çözümlenmesi iletişim alanından iki akademisyen tarafından kodlanmış ve oluşan kodlardan temalara ulaşılmıştır. Veriler, elde edilen temalara göre 5 başlık altında toplanmış, güvenilirliği sağlamak amacıyla da doğrudan alıntılar yapılarak sunulmuştur. Görüşülen editörler için K1, K2, K3, K4 ve K5 (K: Katılımcı) şeklinde kodlar kullanılmıştır.

3. BULGULAR

Deutsche Welle Türkçe servisinde görüşme yapılan 5 editörün tamamı lisans eğitimi almış, biri yüksek lisans yapmıştır. Editörlerin 3'ü iletişim fakültesi mezunudur. Editörlerin yaş ortalaması 33, mesleki deneyim ortalaması da 14'tür (Tablo 1). Ana dilleri Türkçe olan editörlerin hepsi Almancaya da hâkimdir. Ayrıca 3 editör iyi düzeyde İngilizce bildiğini ifade etmiştir.

Tablo 1 – Görüşme Yapılan Editörler ve Yapılan Görüşmelerle İlgili Bilgiler

Katılımcı	C	Yaş	Eğitim	Alan	Mesleki Deneyim(Yıl)	Görüşme Süresi
K1	E	42	Lisans	İletişim	22	55 dakika
K2	K	31	Y.Lisans	İktisat	6	30 dakika
K3	E	23	Lisans	Felsefe	5	40 dakika
K4	K	35	Lisans	İletişim	18	35 dakika
K5	K	34	Lisans	İletişim	18	35 dakika

Görüşmelerden elde edilen veriler, yapılan analizin sonucunda; “Deutsche Welle Türkçe Servisinin Yapısı”, “Tarafsızlık”, “Habercilikte Özerklik”, “Yabancılarla Bakış Açısı ve Uyum” ve “Alman Medyasında Türk İmajı” olarak 5 ana temada gruplandırılmıştır.

3.1. Deutsche Welle Türkçe Servisi

50 yıllık bir geçmişe sahip olan Deutsche Welle'nin Türkçe servisi 1 Temmuz 1962'de yayına başlamıştır. Merkezi Almanya'nın Bonn şehrinde olan Deutsche Welle Türkçe servisinde yarı zamanlı çalışanlar ve muhabirlerle birlikte yaklaşık 40 personel görev yapmaktadır. Zamanla yayınlarını daha fazla kişiye ulaştırmak için TRT ve NTV Radyo gibi Türkiye'den bazı medya kuruluşlarıyla işbirliğine gidilmiştir. Deutsche Welle'nin televizyon programları bir yıl süre ile TRT Türk'te de yayınlanmıştır. Türkiye'de internette yayın yapan bazı haber siteleri de, yapılan ikili anlaşmalar uyarınca Deutsche Welle'nin haberlerini kullanmaktadır.

Soğuk savaş sonrası Deutsche Welle'nin genel yayın politikasındaki değişiklik Deutsche Welle Türkçe Servisi için de geçerli olmuş, propaganda haberciliğinden alternatif haberciliğe dönüşüm yaşanmıştır. K1, yayın anlayışındaki değişimi şöyle özetlemektedir: *Geride kalan yıllar içinde propaganda haberciliğinden, haberciliği ön planda tutan ancak alternatif habercilik iddiasında olan bir yapıya dönüştük. İnsanlar ilk bizden öğrenmesin ancak en doğruyu bizden öğrensin şeklinde bir iddiamız var. Bunun için de azami gayreti göstermeye çalışıyoruz. Biz Almanya'yı Türkiye'ye aktarıyoruz ama Türkiye'yi ilgilendiren hassas konuları da nesnel bir yaklaşımla aktarıyoruz.*

Farklı bir bakış açısı getiren editör K3'e göre ise Deutsche Welle'nin misyonu üzerinde bir konsensüs yoktur: *Almanya'dan dünyaya yayın yapan bir kurum. 2. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan medya kuruluşları gibi Batı'nın sesini Doğu Avrupa'ya, Doğu Bloğu ülkelerine taşımak üzere kurulmuş. Soğuk savaşın sona ermesiyle birlikte nasıl bir misyon üstleneceği belli olmayan medya kuruluşu (K3).*

Yayınların hedef kitlesi

Deutsche Welle'nin sürekli güncellenen internet sitesi üzerinden yaptığı yayınlarda, gündemle ilgili derinlemesine haberler yer almaktadır. Radyo yayınlarını internete taşıyan Deutsche Welle, www.dw.de adresli sitesinde gündemdeki konularla ilgili ses dosyaları yayınlamaktadır. Almanya ve Avrupa basınından haber seçkilerinin yer aldığı dosyaları düzenli olarak her gün sitede yer almaktadır. Bunun dışında sitenin takipçileri Türkçe servisi tarafından hazırlanan görüntülü haber dosyalarını da izleyebilmektedir. Günlük yayınlanan haberler, Facebook ve Twitter gibi yaygın kullanılan sosyal medya ortamlarında da paylaşılmaktadır. Editör K1, Deutsche Welle Türkçe servisinin yayınlarının asıl hedef kitlesinin Türkiye olduğunu belirtiyor: *Her gün internet raporları bizim takipçilerimizin yüzde 65'ine yakınının Türkiye'den olduğunu gösteriyor. Ana hedef kitemiz Türkiye. Geriye kalanlar ise Almanya, Avrupa ve yüzde 5 gibi ABD olarak dağılıyor. Bizim genele hitap etmemiz çok zor. Habere ilgi duyan, akademisyenlerden politikacılara kadar entelektüel düzeyi yüksek bir kesime hitap etmeye çalışıyoruz. Gençler çok önemli.*

Devlet tarafından finanse edilen Deutsche Welle'nin editörleri, kurumun ana akım medyanın dışında bir yayın stratejisi izlediğini şöyle anlatmaktadır: *Bizim reyting kaygımız yok. Hedef kitemiz Türkiye'deki karar vericiler. Sınırlı bir hedef kitemiz var. Biz haberlerimizi yaparken bomba haber yapalım, çok dinlenelim mantığıyla yapmıyoruz. Dünya siyaseti belirleyecek olan önemli gelişmelere odaklanıyoruz. Hedef kitemiz bu gelişmeleri merak ediyor ve bunları takip ediyor. Sınırlı hedef kitle içinde daha çok eğitimli kesim ve karar verici olanlar var. İnternetle hedef kitemiz biraz daha değişti, daha geniş bir yelpazeye yaymaya çalışıyoruz. Bizi bağımsız bir haber kaynağı olarak gördükleri için izliyorlar (K5).*

Biz alternatif haber kaynağı olmak istiyoruz. Ana akımı vermek zorundayız. Almanya'da çoğunluk toplumunun azınlıklar üzerindeki baskısı gibi gündemde alt sıralarda olan konuları biraz daha su yüzüne çıkarmaya çalışıyoruz. Almanya'daki seçim sürecinde herkes büyük partileri konuşuyordu. Ama anahtar konumunda olan küçük partiler vardı. Alternatif parti veya korsanlar partisi gibi. Bu partilerde Türkler de var. Onlarla konuştuğumuz mesela (K1).

Deutsche Welle, kar amaçlı bir kurum olmadığından ticari anlamda izlenme oranlarıyla ilgili de bir veri elde etme çabasına da girmemektedir. K2'ye göre yayınlarının bilgi yoğun içeriği genele değil, daha seçkin bir kitleye hitap etmektedir: *Genelde genç elitlere ulaşmaya çalışıyoruz. Almanya'ya ve Avrupa'ya meraklı kişilere, Alman kültürüne meraklı kişilere... Almanca bilenlere. Türkiye-Avrupa, Türkiye Almanya ilişkilerine meraklı*

kişilere ulaşmaya çalışıyoruz. Makalelerimiz uzundur. Normal haber dilinde kullanmayacağımız detaylara yer veriyoruz. Akademik bir dil kullandığımızı yönelik eleştiriler alıyoruz. Belli bir eğitim seviyesinin üstündeki kişilere hitap ediyoruz. İnternet kullanan, sosyal medyayı takip eden farklı bir haber kaynağından yorum almaya çalışan seçkin bir kitle...

K 4'e göre Deutsche Welle, Türkiye'deki medya için de "uzman görüşü" yansıtan bir haber kaynağı niteliği taşımaktadır: *Türkiye'den öne çıkan haberleri Alman uzmanlarla Almanya'dan bakış açısıyla vermeye çalışıyoruz. Almanlar ne diyor bakalım diye bir bakış açısı veriyoruz.*

K1, Deutsche Welle'nin haber havuzundan sadece çeviri haberler yapmadıklarını, Almanya ve Türkiye'deki muhabirler aracılığıyla özel haberler de yayınladıklarını şöyle anlatmaktadır: *Bundan 6-7 yıl önce Türkiye'nin bir sınır ötesi operasyonu vardı. Bölgedeki muhabirimiz bunun istihbaratını aldığını bildirmişti. Türkiye'deki köşe yazarları zaman zaman bizi kaynak gösteriyor. En hızlı değil ama en doğruyu veren olmaya çalışıyoruz. Burada 50-60 yıllık bir kurumun güvenilirliği söz konusu. Bir hata ile bu birikimi silmek mümkün. Biz de bunu yapmamaya çalışıyoruz.*

29 dilde yayın yapan Deutsche Welle'de bazı dillerin haber bölümleri kapanmış veya küçülme yoluna gitmiştir. Editör K4'e göre Deutsche Welle içinde Türkçe servisi, büyüme potansiyeline sahip bir bölümdür: *Bizim burada aynı bölümü paylaştığımız güneydoğu Avrupa bölümünde bazı ülkelere yayın yapan servisler, küçülme yoluna gitti. Boşnak, Hırvat, Arnavutlar, Makedonlar daha az çalışana sahip bölümlerdir. Türkçe stratejik önemi dolayısıyla küçülmeye gitmeyen, sabit duran, gelecekte de büyüme potansiyeli olan bir servis. Rus, Çin ve Arapça bölümleri kadar olmasa da büyüme potansiyeli olan bölüm.*

Dil eğitimi

Almanya'nın bir devlet kurumu olan Deutsche Welle, medya faaliyetlerinin yanı sıra Almanca dil eğitimi de vermektedir. Editör K1, Deutsche Welle'nin Almanca eğitimi ile ilgili çalışmalarını şöyle özetlemektedir: *Kısa dalga radyo yayınlarımızdan kalma Almanca öğretim geleneğini sürdürüyoruz. Bu gelenek Goethe Enstitüleri ile ortak bir çalışma. Eskiden radyodan takip edenlere ücretsiz kitap gönderiyorduk. Şimdi bunu internet ortamına taşıdık. Yazılı ve görsel olarak takip edilebiliyor. Farklı seviyelere göre A1'den C'ye, ekonomi Almancası gibi çok farklı kurslarımız var. Hazırlık aşamasında olduğumuz bir animasyon projemiz var. Almanca öğrenmeden zaman döngüsünden çıkamıyor, her gün 31 Mart'a uyanıyor. Olayları tekrar kabus gibi yaşıyor. Artık klasik anlamda "ben anlatayım sen öğren devri" geride kaldı. Bunu herhangi bir ücret karşılığı yapmıyoruz. Aile birleşimi yoluyla Almanya'ya gelmek isteyenlerden belirli bir düzeyde dil bilgisi isteniyor, bu kurslarımız bu kişiler tarafından ilgi görüyor.*

Gazeteci yetiştirme programları

Almanya'da devlet sınavının gerekli olmadığı tek meslek redaktörlüktür. Anayasa, devlet kademelerinin redaktör seçimlerine karışmasını yasaklamaktadır (Raue, 2005: 84). Almanya'da gazetecilik eğitimi iki sene sürmektedir. Bu arada ilk yıl hemen bir redaksiyonda görev verilir. İlk yılda tüm haber birimlerinde, yani spordan politikaya, ekonomiden magazine çalışma şartı vardır. Bir yıllık uygulamadan sonra basın hakları, halkın özel yaşamının korunması, meslek ahlakı gibi konuların görüldüğü üç aylık teorik eğitim dönemi başlar. Son dokuz ayda üç defa yan medya kuruluşlarında tekrar pratik eğitim alınır. Yani öğrencinin televizyon, radyo, ulusal ve yerel gazetelerle ilgili olarak çalışması gerekir.

Bundan sonra öğrenciler bir diploma alırlar. Bu sırayı izlemezlerse, diploma alamazlar ama eğitim sırasında bir gazetede çalışmaya başlarsa diplomaya gerek duymayabilir. Ama diploma, sektörde iyi koşullarda çalışabilmek için gereklidir (Weimer, 1997: 181). Almanya’da stajyerlik ardına kadar açık bir kapı değildir. Günlük Alman gazeteleri 2000 kadar stajyeri eğitirken, başvuruların sayısı yıllık en az 50,000 civarındadır (Raue, 2005: 82).

Deutsche Welle’nin bir diğer faaliyet alanı da gazeteci yetiştirme üzerinedir. Almanya’ya mahsus olan 2 yıl süreli staj eğitimi Deutsche Welle Akademi tarafından da uygulanmaktadır. K1, Deutsche Welle’nin eğitim programıyla ilgili şu saptamaları yapıyor: *Almanya’da basında çalışmak ve yükselmek istiyorsanız Almanların Volontariat dediği bu eğitimden mutlaka geçmek zorundasınız. Türkiye’de üniversite sınavını geçmekten daha zordur. Çok ciddi kriterler arıyoruz. Buradan başvuran bazı arkadaşları Türkçeleri yetersiz olduğu için elemek zorunda kaldık. Türkiye’den başvuranların da Almancaları yetersiz olduğu için eledik. Hem Türkçeyi hem de Almancayı iyi kullanmak zorunda. 2 yıllık süre içinde ikişer aylık internet, habercilik, televizyon gibi birimlerimizde istasyon çalışması yapıyorlar. Sıkı bir eğitimden geçiyorlar. Bunun sonunda Almanya’daki medya kuruluşunda rahatlıkla çalışma imkânı buluyorlar. Bünyemizde halen bir Türk de bu eğitimi alıyor.*

Gazetecilik eğitimine önem veren bir kuruluş olarak ön plana çıkan Deutsche Welle, bunların dışında ücretli stajyerler de alarak genç gazeteciler yetiştirmektedir. Almanya’da “volontariat” ya da staj gibi eğitimlerden geçerek medya kuruluşlarında görev yapan Türk gazetecilerinin sayısının artması, diğer sektörlerde olduğu gibi önemli bir kültürel dönüşüm sağlayabilir.

3.2. Tarafsızlık

İdealist bir yaklaşımla gazetecilerin görevi halkı bilgilendirmektir. Bu işlevi, Türk ve Alman toplumunun yaşam tarzları, değer yargıları, kültürel ve dini değerlerine ilişkin bilgi vermeleri yoluyla gerçekleştirmeleri mümkündür. Haber verme hakkının varlığı yönünden sınırlar ise özellikle olayın gerçeklere uygun ve objektif olarak verilmesi ile ilgilidir. Haberin sunumunda ve haber verilirken gerçeklere sadık kalınması ön şarttır. Haberin doğru bilgiyi kaliteli şekilde sunması gereklidir. Çünkü haber, toplumun sosyal standartlarını belirler ve toplumsal düzenin devamını sağlar (Gezgin, 2006:14).

Alternatif bir haber kaynağı olma iddiasındaki Deutsche Welle, televizyon ve internet mecralarında 29 dilde yayın yapmaktadır. Deutsche Welle’nin internet sitesinde kurumun habercilik anlayışı şöyle belirtilmiştir: “Hiçbir zaman gelişmeleri ‘en çabuk duyuran kaynak’ olmaya çalışmadık. Çünkü doğruluğu teyit edilmeden alelacele hazırlanacak bir haberin hatalı hatta yanlış bilgiler içerebileceğinin farkındayız. Deutsche Welle olarak verdiğimiz bir haberin her zaman arkasında durduk. Haber ve yorumu kesin hatlarla birbirinden ayırmak, kişilik haklarına saygılı davranmak ve bir konuda hakkında lehte ve aleyhte görüşlere aynı anda yer vermek, en önemli ilkelerimiz arasında. Objektif ve nesnel bir habercilik anlayışını benimsemiş bulunuyoruz. Tüm bunları yaparken de doğru, temiz ve sade bir Türkçe kullanmaya da özen gösteriyoruz” (www.dw.de).

Türkiye, Almanya ve Avrupa ekseninde siyasi ve tartışmalı konularla ilgili haberlerle karşı karşıya kalan Türkçe servisi editörlerinin, uygulamada habercilikte tarafsızlık ilkesine ne kadar bağlı kaldığı önem taşımaktadır. Deutsche Welle Türkçe servisinin editörlerine göre kurumun reklam almaması tarafsızlık noktasında önemli bir referanstır. K1, haberlerde nesnel bir yaklaşımı ön planda tuttıklarını belirtmektedir: *Eski ismimiz Almanya’nın Sesi daha*

avantajlıydı. Ancak şimdi kimsenin sesi değiliz. Devlet kurumu olan ARD'ye bağlı bir yapıdayız. Bizim için de nesnel yaklaşım çok önemli. Örneğin Alman hükümetinin bize göre olumsuz bir icraatı varsa "Ne yapıyorsun Merkel?" şeklinde değil, "Alman hükümetinin yaptığı bu uygulama yabancılar arasında hiç de hoş karşılanmadı" ifadesini kullanarak Türklerin görüşünü ortaya koyuyoruz.

Deutsche Welle'nin Türkçe servisinin yayınlarında Avrupa ve Almanya gündemindeki haberlerin yanı sıra yorumlara da rastlanmaktadır. Yorumları 1999 yılından bu yana Türkçe servisinin sorumluluğunu yürüten Baha Güngör yapmaktadır. K1, sitede yapılan yorumlarla ilgili şunları söylemiştir: *Yorum yapılacağı zaman da bunu da belirtiriz. Sırf birilerini eleştirmek için yapılmaz. Somut gerekçeler varsa bununla ilgili yorum yapılır ama mutlaka başında sonunda söylenir. Yorum kişiyi bağlar dense de aynı zamanda kurumu da bağlar. Ben kurumsal kimliği temsil ettiğime göre dikkat etmem gerekir. Marjinal bir bakış açıdaysam bunu da ifşa etmeye gerek duymam.*

Editör K2, Almanya'da yayın yapan bir kamu medya kuruluşu olarak Türkiye'deki tartışmalı siyasi kavramları kullanırken Deutsche Welle'nin tarafsızlığını korumak amacıyla bir uzlaş platformu oluşturduklarını ifade etmektedir: *Haber dilinde üzerinde mutabık kalınmayan bazı tabirler vardır. Gerilla kimdir, terörist kimdir? Arap baharından sonra tartışma konusu olan isyancı kimdir, terörist kimdir? Kıbrıs Türk kesimi midir, yoksa Kıbrıs Türk Cumhuriyeti midir? Yoksa sadece Kıbrıs mıdır? Yayın kuruluşu olarak kavramların üzerinde uzlaşın olmalı gerekiyor. Türkçe servisi olarak bizim bir sözlüğümüz var. Ona bağlı kalarak çalışıyoruz. Kendi kurumumun çizgisini takip ediyorum. Tarafsızlığınızı belirleyen de budur. Türkiye'ye ilişkin ayrımların en tarafsız hangisiyse onu tercih ediyoruz. Esad mı Esed mi? Bu tartışmalardan sonra ifademizi değiştirmedik. Türkiye'de bazı kavramlar çok siyasete malzeme oluyor. Çok kamplaşma olduğu için medyaya da yansıyor. Bizim görevimiz haber vermek. Doğru bilgi almalarını sağlamak... Siyasetle, holdinglerle işimiz yok.*

Uluslararası medya kuruluşlarında da yayının yapıldığı dildeki bazı tartışmalı kavramların kullanımıyla ilgili benzer sorunlar yaşanmaktadır. Türkiye'de CNN'in ismini kullanarak yayın yapan CNN Türk televizyonunun İcra Kurulu Üyesi Taha Akyol, kuruluş aşamasında ABD'li yöneticilerle yapılan görüşmelerde tartışmalı ifadelerin de konuşulduğunu vurgulamaktadır: *"Anlaşma öncesi görüşülen konular içinde örneğin PKK'ya terör örgütü mü yoksa Kürdistan İşçi Partisi mi denileceği ya da Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı mı yoksa Kıbrıs Türk Lideri mi denileceği gibi konular yer almıştır. Sonuçta Türkiye'de yaygın olarak kullanılan kavramların kullanılması konusunda görüş birliğine varılmıştır"* (İlgaz Büyükbaykal, 2004:100).

Editör K3, Türkiye'de medya kuruluşları arasında çeşitliliğin azaldığını ve objektifliğin kaybolduğunu savunmaktadır: *Hükümetin Türkiye'deki medya üzerinde rolünün olduğunu düşünüyorum. Objektif bir yorum yapabilmek için farklı kaynakları takip etmek gerekiyor. Türkiye'deki gazetelerin dış haberler servislerinde de çalıştım. Avrupa Türkiye'deki gazetelerde her zaman yer bulan bir konu değil. 2000'lerin başında Avrupa'ya daha fazla ilgi vardı. Bu düşüşte Avrupa Birliği'nin de rolü var.*

Türkiye ile Almanya'daki gazeteciliği tarafsızlık ilkesi açısından karşılaştıran K5, Deutsche Welle adına yerinde izlediği İstanbul'daki Gezi Parkı olayları sırasındaki tutumlarını şöyle ifade etmektedir: *Gezi olaylarında Türkiye'de basında gazetecilikle vatandaş olmayı birbirine karıştıran gazeteciler vardı. Kişisel olarak eylemleri*

destekleyebilirsiniz ama olayla aranıza bir mesafe koymanız gerekiyor. Gezi haberlerinde tarafsız kalmaya çalıştık, somut olay neyse onu verdik.

BBC Türkçe Servisi'nin 2013 Taksim Gezi Parkı protestoları kapsamında "Dünya Gündemi" programını yayınlamayan NTV ile ortaklığını askıya almasından sonra, Deutsche Welle'den de bu yönde bir adım atması talep edilmiştir. Deutsche Welle Basın Sözcüsü Johannes Hoffmann yaptığı açıklamada, NTV Radyo'ya aktarılan yayınların hâlihazırda sansüre uğramadığını, sansür durumunda Deutsche Welle'nin de NTV ile işbirliğini askıya alacağını duyurmuştur. Ancak yayınlar sonrasında böyle bir gelişme yaşanmamıştır.

Deutsche Welle'nin internet sitesinde haberlerin yanı sıra yorumlar da yayınlanmaktadır. Deutsche Welle'nin Türkçe yayınlar servisi sorumlusu Baha Güngör'ün "Erdoğan'ın yanlış hesabı" başlıklı bir yorumunda İstanbul'daki Gezi Parkı olaylarıyla ilgili hükümetin politikaları eleştirilmiştir (1.6.2013).

3.3. Habercilikte özerklik

2. Dünya Savaşı sonrasında Almanya'nın Sesi adıyla yeni Almanya'nın propagandasını yapma göreviyle kurulan ve günümüzde ana akıma alternatif bir medya kuruluşu olan Deutsche Welle'nin yayınlarında ne kadar özerk bir yapıya sahip olduğu sorusu akıllara gelmektedir. Deutsche Welle'nin Türkçe servisinde kendilerine özerk bir yayıncılık alanı tanınması konusunda editörler olumlu görüş bildirmişlerdir: *13 yıldır bu kurumdayım. Bize şunu yayınlayın veya yayınlamayın şeklinde üst yönetimden bir baskı olmadı. Sadece bir konuda uyarı aldım. Gerhard Schröder başbakanken Bild gazetesiyse saç boyama konusunda mahkemelik olmuştu. Bu konu mahkemeye intikal ettiği için gündeme almamız için uyarıldık. Zamanı geldi Başbakan Merkel hakkında ağır ifadeler yayınladık. Almanlar nasyonal sosyalizm dönemi konusunda çok hassastırlar, Hitler'le ilgili espri bile yapamazsınız. Yunanlılar Merkel'i Hitler'e benzetiyorlar. Hedef kitlemizin hassasiyetleri de çok önemli (K1). Konu seçmede konuyu haber yapmada kendimi hep özerk hissettim. Yaptığım işe birebir bir müdahale olmadı. Bizim en önemli ilkemiz tarafsız kalmak (K2).*

K5, Deutsche Welle'nin üst yönetiminden haber konularıyla ilgili yönlendirmeler yapıldığını ifade etmektedir: *Almanya'nın dış politikasıyla ilgili gelişmelere önem veriyoruz. Yukarıdan şu konuyla ilgilenelim gibi direktifler gelebiliyor. Ancak Merkel'i destekleyen habere yer verelim gibi rakibiyle ilgili haberlere yer vermeyelim gibi bir yönlendirme yok. Hükümeti ve Merkel'i eleştiren haber ve yorumlara yer verebiliyoruz.*

K3'e göre Türkiye'de özel televizyonlar ve gazeteler, hükümete göre kendi pozisyonlarını belirlerken Almanya'da daha özgürlükçü bir medya yapısı vardır: *Bu Türkiye'de sadece bugününün bir gerçeği değil, önceden de vardı. Haberlerin seçilişi, başlıklar, öne çıkartılan hususlar hükümete göre medya kuruluşunun çizgilerini yansıtır. Almanya'da devlete ait medya kuruluşu olmasına rağmen kamu yayın kuruluşu ayrı bir şeydir, devlet kuruluşu ayrı. Biz insanların vergileriyle maaşımızı alıyoruz. Kamu kuruluşları özerk olmasa da belli bir bağımsızlıklarının olduğunu gözlemlemek mümkün. Başbakanı yerden yere vuran görüşler görebilirsiniz, eleştirel görüşler, karikatürler, parodiler... Tam olarak karşısına almasa da hükümetin attığı adımları eleştiren görüşler programlar görebilirsiniz. Almanya'da editoryal özgürlüğün daha fazla olduğunu düşünüyorum.*

3.4. Yabancılara bakış açısı ve uyum

Medyada dünya çapında göçten bahsedildiğinde konu sık sık tehdit edici bir olay olarak ön plana çıkartılmaktadır. Gazetelerde “fakirlerin saldırısı” veya “Avrupa’ya hücum ediliyor” gibi bazı başlıklar görülmektedir. Göç üzerine haberlerde askeri terimler veya suç ile ilgili kavramlar göze çarpmaktadır. Genelde medya dünyası üzerinden yeni bir düşman imajı yaratılmaktadır. Eskiden komünizm tehdidi olarak bilinen bu imaj, yerini “yeni bir kavimler göçü” hatta “İslam tehdidi” gibi bir görüşe bırakmaktadır (Meier-Braun, 2011). Avrupa ülkelerindeki göçmenlerin buldukları kültüre uyumu konusu, göçün başladığı günden bu yana gündemdedir. Ancak ABD’deki 11 Eylül saldırılarından sonra özellikle Müslümanların durumunun daha çok ön plana çıktığını editör K1 şöyle ifade etmektedir: *11 Eylül’den sonra İslamiyet’le ilgili oluşan olumsuz imaj burada da dikkatleri Türk ve Arap göçmelere çevirdi. Diğer kültürlerden ya da Hıristiyanlardan gelenler uyum sağlıyor, ama Müslüman kültüründen gelenler uyum sağlayamıyor gibi son derece yanlış olan bir imaj ortaya çıktı. Bu belirli çevreler tarafından da destekleniyor. Birisi İslamiyet adına intihar saldırısı yapıyor. Allah adına cinayet işledi gibi ifadeler yer alıyor. Başörtüsü meselesi gündeme geldiğinde Müslüman olarak ağzımıza almaya dahi çekindiğimiz Hıristiyan inancındaki baba oğul kutsal ruh inancını İslam’a uyarlayıp başörtülü kızlara Allah’ın kızı yakıştırmaları yapıyorlar. Bunlar yapılırken sabrımızı da korumaya çalışıyoruz. Bunun böyle olmadığını örnekleriyle aktarmaya çalışıyoruz. Denge unsuru olmaya çalışıyoruz. Hiçbir şeyin propagandasını yapmayız ama doğrular dururken de yanlışla aracılık etmeyiz.*

Editör K2, 11 Eylül saldırıları ardından Alman medyasında bir tutum değişikliği olduğunu vurgulayarak bunu şöyle gerekçelendirmektedir: *Alman medyasının bu konuyla ilgili bir duyarlılığın son yıllarda oluştuğunu gözlemliyorum. 11 Eylül’den sonra göçmenlerle iyi ilişki kurmak gerektiğini anladılar. Göçmenlerin dışlanması halinde radikalleşebileceğini gördüler ve bunun bir toplum için tehdit olduğunu anladılar ve bu tehlikenin ehlileştirilmesi gerektiğini gördüler. Almanya’daki uyum çalışmaları ve genel olarak biraz da bu tehlikenin ehlileştirilmesinde anahtar rol medyanındır. Bu, insanları tanımak ve tanıtmaktan geçer. Bu insanların korkulması gereken insanlar olmadığını o insanların arasına girerek yapılabileceğini, bunu da gazetecilerin yapabileceğini gördüler. Gazeteciler Müslüman aileleri ziyaret ediyor, birlikte iftar yapıyorlar, problemlerini soruyorlar. Eskiden yapılan hatalar yapılmıyor. Haber diline de özen gösteriyorlar.*

Deutsche Welle Türkçe servisinin haber konuları arasında Almanya’daki göçmenlerle ilgili olaylar yoğunluk bakımından ilk sıraları almaktadır. K2’ye göre bünyesinde bulunduğu medya kurumunun Türklerin Almanya’ya uyumuna katkı sağlamak gibi bir misyonu vardır: *Biz yaptığımız haberlerle Almanya’da var olan klişeleri yıkmaya çalışıyoruz. Başarılı göçmenleri ön plana çıkarmaya çalışıyoruz. Buradaki göçmen toplumunun eğitimsiz, işsiz gibi klişelerle anlatılmasının haksızlık olduğunu, Almanya’ya aslında büyük katkı sağladığını, iş imkânı sağladığını anlatmaya çalışıyoruz. Bunu da bağımsız kalarak yapmaya çalışıyoruz. Son yıllarda oluşan İslamofobi, Müslüman göçmenlere yönelik önyargılar, dışlanma, ayrımcılık bunları da haberini yaparak gündeme getirmeye gayret ediyoruz. “Her şey sizin dışarıdan gördüğünüz gibi değil” diyoruz. Türk göçmenler için başı örtülü, işsiz, on çocuklu, Almanca öğrenmez, uyum sağlamaz gibi sayısız klişe var. Bunları yıkmak çok zor. Medya kitleye ulaştığı için klişeleri yıkmakla yükümlü. İyi örnekleri de göstererek bunu yapmak zorundayız.*

Buna karşılık K2’nin görüşünün aksini savunan K5’e göre Deutsche Welle’nin uyum gibi konularla ilgili bir görev üstlenmesi söz konusu değildir: *Bizim hedef kitemiz*

Türkiye’de. Burada yaşayan insanların daha farklı sorunları var. Almanya önceliklerimizden biri... Bu haberler Almanya’da Türkler yaşadığı için yer alıyor.

K1, Alman medyasında görev yapan yabancı kökenli gazetecilere bakış tarzını da şöyle eleştirmektedir: *İlk gittiğim haberler hep göçmen haberleriydi. Türk kökenli olarak otomatik olarak Türklerden sorumlu tutulursunuz. Çalıştığım dönemde hep şu soruları sormak istedim. Ben niye Almanya seçimlerini izlemeyeyim? Niye ekonomi bakanının basın toplantısına beni göndermiyorsunuz? Almanya’da büyümüşüm. Göçmen kökenlilerin yönetim kademelerindeki sayısı arttıkça bu anlayış değişecek. Bunun için 10 yıl daha geçmesi gerekiyor.*

3.5. Alman medyasında Türk imajı

Avrupa’daki Türkler sadece tartışmaların malzemesi olmakla kalmamakta, aynı zamanda fiziki saldırıların da hedefi haline gelmektedir. Alman Amadeu-Antonio Vakfı’nın araştırmasına göre sadece Almanya’da 1990 sonrasında aşırı sağcı Neonazi gruplarca öldürülen yabancıların sayısı 180’den fazla, bunun içindeki Türklerin sayısı da 100’ün üzerindedir (16 Kasım 2011-Die Welt). Bunların içinde “Zwickau Cetesi” olarak da adlandırılan “Nationalsozialistischer Untergrund” (NSU) (Nasyonal-Sosyalist Yeraltı Örgütü) isimli Neonazi örgütünün 2000 ile 2007 arasında 8 Türk ve Türk sanılan bir Yunanlıyı öldürdüğünün ortaya çıkması, mevcut tehdidin boyutlarını bir kez daha ortaya koymuştur. Bu olay, tehdidin niteliğini de değiştirmiş ve bu örgütlerin Alman devleti ile bağlantıları konusunda ciddi soru işaretleri yaratmıştır (Erdoğan, 2012:69). Bu cinayetler sırasında Alman medyasının kullandığı dilin Almanya’daki göçmenleri suçlar nitelikte olduğunu belirten K1, süreci şöyle özetlemektedir: *Neonazi cinayetleri olarak adlandırılan süreçte kurban aileleri suçlandı. Seks mafyası, uyuşturucu mafyası gibi yakıştırmalar yapıldı. Mağdur aileler daha da mağdur edildi. “Sizin bu karanlık bağlantılarınız olmasaydı bunlar olmazdı” dendi. Oysa bazı Alman birimlerin elindeki istihbaratı gizlediği ortaya çıktı. İstihbarat birimlerinin de bağlantı adamı olarak nitelediği adamların da bu işte parmağı olduğu belirlendi. Gerçekler ortaya çıkınca yaptıklarından utandılar. Alman istihbaratında deprem oldu. Potansiyel olarak yabancısın, Türksün suçlusun. Mağdur olsan bile suçlusun.*

K1, Deutsche Welle’nin bu süreçte yayınlarını tarafsızlık ilkesine göre belirlediğini ifade ederek izledikleri yayın politikasını şöyle aktarmıştır: *Haberde “Alman hükümeti senin bu yaptığın densizliktir” denmez ama “Alman hükümetinin bu tavrı Türkler arasında huzursuzluk yarattı” şeklinde ifade edilir. Biz iki tarafın bakış açılarıyla olayı anlattık, sonuçta doğru her zaman ortaya çıkıyor. Bizim amacımız zafer kazanmak değil ama sonuçta doğru ortaya çıkınca manevi olarak tatmin oluyorsunuz.*

Editör K3’e göre Alman medyasında yabancılarla ilgili haberlerde kullanılan dille ilgili bir değişim yaşanmaktadır: *Nasyonal sosyalist üç kişilik bir hücre tarafından 10 yıl içinde 10 kişi cinayete kurban gitti. Medyada bu “dönerci cinayetleri” olarak lanse edildi. Bu söz geçen yıl kullanılmaması gereken bir kelime olarak belirlendi. Bunu kullanan medya kuruluşları arasında da yanlış yaptık diyenler oldu. Yanlış dil kullanımı, Alman kamuoyu tarafından cezalandırılmaktadır. Irkçılık yaparsanız, belli bir gruba yönelik nefret söylemi yayarsanız karşılığını görürsünüz. Böyle ihlaller olduğu zaman da kamuoyu tarafından cezalandırılıyor. Bir otokontrol var.*

K1 ise Alman medyasında olumsuz yabancı ve Türk imajının hala devam ettiği görüşündedir: *Önce basın kuruluşlarının genel yaklaşımında değişiklik olmalı. Almanya’daki*

Türkler Alman basınına çok takip etmez. Televizyonu açıyorsun, sana hakaret ediyor. Polisiye dizi izliyorsun, bütün kötü adamlar Türk oluyor. Son zamanlarda bu değişti, komiserler de Türk olmaya başladı. 30-40 yıldır bütün filmlerinin sonunda katiller Türk ya da Arap çıkar. Bu zihniyet masum diye düşündüğümüz filmlere kadar girmiş bu zihniyet.

Avrupa ülkelerindeki özgürlükçü yaklaşımların bazen diğer kültürlerin sınırlarını ihlal ettikleri görülmektedir. Bu ihlallerden biri de geçtiğimiz dönemde Avrupa basınında görülen Hz. Muhammed karikatürleridir. 21. yüzyılda İslam dininin önemini yitirdiği savıyla Danimarka’da yayınlanan Hz. Muhammed ile ilgili karikatürler, basın özgürlüğü gibi gerekçelerle Alman basınında da yer almıştır. Bu yayınlara gösterilen tepkiler, gazetelerde “Türkler uyum sağlamak istemiyorlar” şeklinde eleştirilmiştir (Çakır, 2012: 38). K1, Avrupa Birliği’nin merkezinde yayın yapan Deutsche Welle’nin bu konudaki tutumuyla ilgili şunları aktarmaktadır: *Müslüman mahallesinde salyangoz satılmaz dedik. Deutsche Welle üst yönetimine de bu konuda uyarıda bulunduk. Biz bunu Türkçe servisi olarak yayınlamıyoruz, sizden de bunu yayınlamamanızı rica ediyoruz. Bu ilerde Deutsche Welle’yi Türk ve İslam dünyasında olumsuz etkileyebilir dedik. Bu oto sansür değil. Pek çok Alman ve Fransız gazetesi Hz. Muhammed karikatürlerini yayınladı. Konuyu haber yaptık, karikatürü yayınlamadık ancak okuyucuya bilgi vermek için betimledik. Karikatürü çizilen figürün sarığında bomba taşıdığını yazıyla anlattık ki neden bu kadar infial olduğu ve can kayıplarının nedeni anlaşılabilir istedik. İslamiyet, Türkiye ile Almanya arasında köprü kurulması ve daha da güçlenmesi için biz de bir katkı sağlamaya çalışıyoruz.*

4. SONUÇ

Avrupa ülkelerine iş gücü göçünün başladığı 1960’lı yıllardan günümüze, diğer sektörlerle birlikte Türk medyası da göçmenlerin, gittikleri ülkeye taşıdıkları kültürel unsurların tamamlayıcısı olmuştur. Önce uçaklarla taşınan, ardından baskı merkezlerinin kurulmasıyla günü gününe Avrupa’daki göçmen okuyucusuna ulaşan Türk gazetelerini, iletişim teknolojisinin gelişmesiyle televizyon ve internet yayınları izlemiştir. Türkçe yayın yapan medya, Avrupa’daki Türklerin anayurtla bağlantısını kurarken bir taraftan da yükselen yabancı karşıtı anlayışa karşı Türklerin savunucusu ve motivasyon kaynağı olmuştur.

Bu araştırmada görüşleri alınan Almanya’nın kamu kuruluşu Deutsche Welle’nin Türkçe servisi editörleri, Almanya’da en önemli gündem konularından biri olan yabancıların uyumu konusunda medyaya önemli görevler düştüğünü vurgulamıştır. Deutsche Welle’nin editörlerine göre Alman medyasının 11 Eylül olaylarından sonra yabancılara ve özellikle Müslümanlara bakış açısı değişmiştir. Saldırıların ardından Almanlar göçmenlerle iyi ilişkiler kurulması gerektiğinin farkına varmış ve göçmenlerin dışlanması halinde radikalleşebileceğini görmüşlerdir. Bu yüzden uyum tartışmaları farklı bir boyut kazanmış ve uyumun gerçekleşmediği takdirde radikalleşebilecek akımların ülke için bir tehdit olabileceği algısı yerleşmiştir.

Almanya’nın resmi medya kuruluşu ARD’ye bağlı olan Deutsche Welle, kuruluşundaki Almanya propagandası misyonunu tamamladıktan sonra günümüzde uluslararası bir medya kuruluşu olarak haber yayını yapmaktadır. Kısa dalga radyo yayınlarına 2011’de son veren ve halen internet ve televizyon mecralarını kullanan Deutsche Welle’nin yayın yaptığı 29 dilden biri olan Türkçe servisi, öncelikle Türkiye’deki entelektüelleri ve Almanya’daki Türkleri hedefleyen bir yayın politikası izlemektedir. Bonn’da bulunan Türkçe servisinin merkezinde 20 civarında Türkiye’de gazetecilik ve diğer alanlarda eğitim almış, Türkçe ve Almancaya hâkim medya profesyoneli görev yapmaktadır.

Yarı zamanlı çalışanlar ve diğer şehirlerdeki muhabirlerle birlikte çalışan sayısı 40'ı bulmaktadır. Görüşme yapılan editörlere göre Deutsche Welle, Almanya'daki ana akım medya dışında; özerk, tarafsız bir habercilik anlayışıyla yayınlarını internet sitesi ve sosyal medya aracılığıyla hedef kitlesine ulaştıran alternatif bir haber kaynağıdır. Ana akım medyadaki hızlı habercilik yerine gündemdeki ve gündem dışındaki konuları derinlemesine bir bakış açısıyla hedef kitlesine iletmektedir. Deutsche Welle Türkçe servisinin Almanya'dan yaptığı bu yayınlar, Türkiye'deki birçok medya kuruluşu için de haber kaynağı olmaktadır. Devlete ait bir kurum olarak özgün bir yapı oluşturan Deutsche Welle'nin Türkçe servisi, Türkiye'deki medya kuruluşları ve kamuoyu için olaylara Almanya'nın bakışını yansıtan referans bir kurum olarak görülürken, diğer taraftan da Alman medyası için Türklerin olaylara bakışını yansıtan bir birim kimliği taşımaktadır.

Görüşme yapılan editörler, haber konularını seçme ve içeriklerini oluşturma açısından özerk olduklarını, bu anlamda üst yönetimden bir baskı veya yönlendirme ile karşı karşıya kalmadıklarını ifade etmişlerdir. Deutsche Welle'nin haber ve yorumları incelendiğinde genelde Avrupa Birliği'nin özelde Almanya'nın Türkiye'ye politik ve kültürel bakış açısını yansıtan bir anlayışın hâkim olduğu söylenebilir. İnternet sitesindeki haberler ve günlük yayınlanan Avrupa ve Almanya basınının özetlerine yansıyan Avrupalı siyasetçilerin görüşlerinde olduğu gibi, Deutsche Welle'de yapılan yorumlarda da Türkiye için seküler yaşam tarzının savunulduğu ve buna karşı olan muhafazakar politikardan endişe duyulduğu görülmektedir.

Deutsche Welle, kısa dalga radyo yayınları döneminde başlatılan Almanca dil eğitimi faaliyetlerini günümüzde internet ve görsel tabanlı yayınlarla sürdürmektedir. Bunun dışında Deutsche Welle'nin gazeteci yetiştirme programları da devam etmektedir. Avrupa'daki medya kuruluşlarında daha fazla Türk'ün görev almasının, yabancılara bakış açısının değişmesine katkı sağlayabileceği öngörülmektedir.

Son yıllarda Avrupa'da satılan Türk gazetelerinin tirajlarında düşüşler yaşanmıştır. Bunda internet kullanımının yaygınlaşmasıyla basılı gazetelere talebin azalması etkili olmakla birlikte, yeni kuşak Türklerin Almanya'ya uyumu ve Türkçeyi unutması nedeniyle Alman medyasına yöneldiği şeklinde de yorumlanmaktadır.

Alman Basın Konseyi'nin belirlediği basın-yayın meslek ilkelerinin içinde "Gazete sahipleri, yayıncılar ve gazeteciler, mesleklerini icra ederken, kamuoyuna karşı sorumlu ve basının prestijini korumakla yükümlü olduklarının bilinciyle hareket etmelidir" ifadesi yer almaktadır (Schneider ve Raue, 2002:182). Bu maddede vurgulanan "kamuoyu" kavramı kapsamında göçmenlerin de bulunduğu ve kamuoyunun önemli bir parçası olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Benzer bir araştırma, Avrupa'ya Türkiye'den veya yerinden yayın yapan bir medya kuruluşunun yayın içeriği veya yapısı nitel ve nicel yöntemlerle incelenerek yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Alver, F. (2001), "Alman Basınında Türkler ve Türkiye", *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:18, s. 135-155.
- Arpad, A. (2009), Türk Medyasının Türkçesi, *DieGaste*, Sayı: 8, <http://diegaste.de/gaste/diegaste-sayi810.html>

- Çakır, M. (2012), “Türklerin Alman Kültüründeki İmajı”, içinde Gümüş Z. (Ed.), *Türk-Alman İşgücü Anlaşmasının 50. Yılında Almanya Türkleri*, Anadolu Üniversitesi Yurt Dışında Yaşayan Türk Vatandaşlarının Sorunlarını Araştırma Merkezi Yayınları, Eskişehir.
- Çebi, M. (2012), “Almanya’da Türkçe Medya”, *Ana Dil Türkçe Koordinasyon Kurulu Çalıştayı*, http://anadilim.eu/wp-content/uploads/2012/04/20120331_Mahmut-%C3%87ebi_Konu%C5%9FmaMetni.pdf
- Dalaman, C. (2009), “Alman Radyolarında Türkçe Yayınların Yok Olma Süreci”, *Die Gaste*, Sayı: 8, <http://diegaste.de/gaste/diegaste-sayi812.html>.
- Doğan, A.A. (2006), “Almanya’daki Türkler ve Çok Kimlikli Kimliksizleştirme”, içinde Kartal B.D. (Ed.) *Batı Avrupa’da Türk Dış Göç Sürecinin Güncel Boyutları*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- Erdoğan, M. (2012), “Avrupa’da Göçmen Olmak: Almanya’daki Türk Göçmenler, Sosyal Dönüşüm”, *Biyotetik ve Kamu Politikaları Konferansı*, 12-13 Nisan 2012, UNESCO Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Türkiye Milli Komisyonu.
- Genel, M.G. (2011), Almanya’da Yaşayan Türklerin Türk Medyasını Takip Etme Eğilimleri, *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı 1.
- Gezgin, S. (2006), Türk Alman İlişkilerinde Medyanın Sorumluluğu, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 24.
- Goldberg, A. (2000), *Türkiye ve Avrupa’da Gençlik*, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara
- Gümüş, B. (2012), “Almanya Türklerinin Alman Toplumuna ve Medyasındaki Konumu”, içinde Esen E. ve Gümüş B. (Ed.) *Türk - Alman Bilimsel İşbirliğinin Güncel Konuları*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Güngör, B. (2013), “Erdoğan’ın yanlış hesabı”, Deutsche Welle, 1.6.2013 <http://www.dw.de/erdo%C4%9Fan%C4%B1n-yanl%C4%B1%C5%9F-hesab%C4%B1/a-16853420>
- Güntürk, R. (1999) “Almanya’daki Türk Medyası”, Türkiye ve Almanya’da Gazetecilikte Etik, *14. Alman-Türk Gazetecilik Semineri*, Deutsche-Türkische Stiftung ve Konrad Adenauer Vakfı.
- Halm, D. ve Sauer, M. (2006), “Almanya’daki Türk Medyası”, Medya Merceğinde Almanya ve Türkiye, *20. Alman-Türk Gazeteciler Semineri*, 8-20 Mayıs 2006, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, Antalya.
- Hürriyet Gazetesi*, (2009), “Türkçe iletişime darbe”, 5 Kasım, s. 13.
- İlgaz Büyükbaykal, C. (2004), *Türkiye’de Televizyon Alanında Küresel Yerel Birlikteliği: CNN Türk ve CNBC-e Örneği*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- İşte Almanya* (1993), Berlin: Societats Verlag.
- Köksal, G. (2010), “Türkçe İletişim Açısından Ağır Darbe Köln Radyosu”, *Die Gaste*, Sayı: 10, <http://diegaste.de/gaste/diegaste-sayi1006.html>.
- Külahçı, A. (2011), “Medyada Göç ve Göçmen Algısı”, *Almanya ve Göç - 50. Yılında Almanya’da Türkler Sempozyumu*, 1-2 Kasım 2011, Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Berlin.
- Machet E. ve Robillard S. (1999), *Televizyon ve Kültür, Avrupa’daki Politikalar ve Yasal Düzenlemeler* (Çev.Erol Mutlu). Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yayınları, Ankara.
- Meier-Braun, K.H. (2011), “Almanya’da Göç, Seçim Kampanyaları ve Medya”, *Die Gaste*, Sayı: 16, <http://diegaste.de/gaste/diegaste-sayi1610.html>.
- Mora, N. (2004), “Medya ve Avrupa Birliği’ne Giriş Sürecinde Almanya’daki Türkler”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 20.

- Mora, N. (2012), “Alman Medyasında Türkiye ve Türkler”, *Akademik Perspektif*, <http://akademikperspektif.com/2012/10/14/alman-medyasinda-turkiye-ve-turkler/>
- NTVMSNBC (2011), Deutsche Welle kısa dalgaya veda ediyor, <http://www.ntvmsnbc.com/id/25293367/>.
- Nuruan, M, Kalaycı, A.R. (2007), “Almanya’da Yaşayan Türklerin Aile Yapısı ve Sorunları Araştırması”, Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Öner, S. (2009), “AB’nin Görsel-İşitsel ve Medya Politikaları ve Kimliğe Olan Etkileri”, içinde Arslan, S., Aytar, V., Karaosmanoğlu, D. ve Schöder S. K., (Ed.), *Avrupa’da Medya, Kültür ve Kimlik* içinde, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Öztürk S.A ve Sevim N. (2009), “Almanya’daki Türk Göçmenlerin Medya Kullanımı: Etnik Özdeşleşme, Dil Tercih ve Kalma Süresinin Etkisi”, içinde Arslan, S., Aytar, V., Karaosmanoğlu, D. ve Schöder S. K., (Ed.), *Avrupa’da Medya, Kültür ve Kimlik*, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Raue, P.J. (2005), “Almanya’da Gazetecilik Eğitimi” 19. *Alman-Türk Gazeteciler Semineri – Rekabet ve Medya*, Konrad Adenauer – Stiftung Yayını., Ankara.
- Schneider W. ve Raue P.J. (2002) *Gazetecinin El Kitabı*, 2. Baskı, Konrad Adenauer Vakfı ve İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. İstanbul.
- Schöder S.K. ve Appelius S. (2009), “Alman Medyasında Alman Türklerini Anaakımlaştırma Strateji ve Politikaları”, içinde Arslan, S., Aytar, V., Karaosmanoğlu, D. ve Schöder S. K., (Ed.), *Avrupa’da Medya, Kültür ve Kimlik*, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Şentürk Kara, E. (2013), “Medya Aracılığıyla Kültürlerarası Entegrasyon: Almanya Örneği. Almanya’da Yaşayan Türklerin Medya Sektöründe Görev Almasının Kültürlerarası Entegrasyona Etkisi”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2 (2): 1-25.
- Turan, K. (1997), *Almanya’da Türk Olmak*, Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Bilim Serisi, No: 103.
- Ünal, M. (2011), “Türk Alman Parlamenteler Grubunun İkili İlişkilere Katkısı”, *Almanya’ya Türk Göçünün 50. Yılında Türk – Alman İlişkilerinin Dünü, Bugünü ve Geleceği*, 04-05 Mayıs 2011, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları. http://www.kas.de/wf/doc/kas_31811-1522-12-30.pdf?120808133142
- Ünye, A. (2006), “Radyodan Çanak Antene, Avrupa’daki Türkçe Medya Serüveni”, *IGMG Perspektif*, Yıl: 12, Sayı 141-142, Eylül 2006.
- Weimer, M. (1997) “Almanya’da Yerel ve Bölgesel Basın”, Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları, 2-3 Ekim 1997, *Konrad Adenauer Vakfı Yerel Basın Eğitim Seminerler Dizisi 1.*, İstanbul.
- Yağbasan, M. (2009), “Kültürlerarası İletişim ve Diyalogun Almanya Özelinde Analizi”, e-*Journal of New World Sciences Academy Humanities*, 4 (1): 113-136.
- Yıldız, E. (2010), Medyada Kültürel Hegemonyanın Normalleştirilmesi, *DieGaste*, Sayı: 12, <http://diegaste.de/gaste/diegaste-sayi1207.html>.
- Yıldız, S. (2006), Türk ve Alman Toplumlarında Kültürel İlişkiler, İmgeler ve Medya, *Millî Folklor*, Yıl 18, Sayı: 72.