

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI



ENTEGRASYON SÜRECİNDE MEDYANIN
PARALEL TOPLUM ÜZERİNDEKİ ROLÜ
(ALMANYA ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA)

YÜKSEKLİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN

HAZIRLAYAN
Emine SIRMALI

2015

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI

ENTEGRASYON SÜRECİNDE MEDYANIN PARALEL TOPLUM
ÜZERİNDEKİ ROLÜ
(ALMANYA ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN

HAZIRLAYAN
Emine SIRMALI

Jürimiz,tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Zahir KIZMAZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET**Yüksek lisans Tezi****Entegrasyon Sürecinde Medyanın Paralel Toplum Üzerindeki Rolü
(Almanya Özelinde Bir Araştırma)****Emine SIRMALI****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ – 2015, Sayfa: XVII + 209**

Buldukları ülkede yarım asrı çoktan deviren Almanya'daki Türkler artık Almanya'da dördüncü nesle erişmektedir ve kalıcı oldukları anlaşılan Türkler dört nesil sonra "misafir işçi"likten "göçmen" statüsüne yükselmiş, göçmenlikten de "Avrupalı Türk" statüsüne terfi etmiştir. Ancak bu terfi, onları hala, Almanya'da yabancı (Ausländer), Türkiye'de Al(a)manca olarak adlandırılmalarından kurtaramamıştır. Yeni kuşaklar geldikçe evlatlarının kendi kültürünü ve kimliğini kaybetmesinden endişe eden Almanyalı Türkler kimliklerini ve kültürlerini koruma çabası içerisine girmekte ancak bu noktada da Almanya'ya hala uyum sağlayamadıkları girdabına takılmaktadır. Tarafların uyumdan ne anladıkları ise hala tartışma konusudur.

Almanyalı Türkleri uyum konusunda olumlu ya da olumsuz, bilinçli ya da bilinçsiz yönlendiren pek çok araç bulunmaktadır. Bu araçlardan biri de Almanya'daki Türkler tarafından ilgi ile takip edilen medya organlarıdır. İnsanlar üzerinde etkileri olduğu bilinen ve yönlendirme, eğitime, eğlendirme, bilgilendirme gibi pek çok işlevi yerine getiren kitle iletişim araçlarının Almanya'daki Türkleri entegrasyon konusunda ne şekilde yönlendirdiği ise merak konusudur.

Ele alınan çalışmada, Almanya'da yaşayan Türk toplumunun kimlik ve aidiyet duygusu desteklenen bir anket çalışmasıyla birlikte belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca

Avrupalı Türklerin kitle iletişim araçlarını takip etme sıklığı ölçülmüş ve kitle iletişim araçlarının Almanya'daki Türkleri entegrasyon konusunda ne şekilde yönlendirdiği ele alınmıştır. Araştırmada Avrupalı Türklerin kimliklerini korudukları tespit edilmiş ve kitle iletişim araçlarının katılımcılar tarafından ilgi ile takip edildiği saptanmıştır. Ayrıca kitle iletişim araçlarının, Türkleri uyum konusunda yönlendirme işlevini yetersiz yaptığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Paralel Toplum, Getto, Entegrasyon, Etnik Medya, Avrupalı Türkler.



ABSTRACT**Master Thesis****“The role of media in the integration process of the parallel society”
(Germany in a special survey)****Emine SIRMALI****Fırat University****The Institute of Social Science****The Department of Communication Science****Elazığ – 2015, Page: XVII + 209**

The Turks, whom already been over half a century in Germany, reached to fourth generation, which initially classified as “guest workers” then to “immigrants” however finally upgraded to “European Turks”. Although this upgrade doesn’t stop them being seen as outsiders/foreigners (Ausländer) in Germany and “Almanci” back in Turkey. The parents are worried for their kids and the younger generation losing their national identity and culture therefore try real hard to preserve what they have in terms of being Turkish which in return cause the integration and adaptation problem to Germany and German culture and life even though there is an ongoing debater between the related parties over what is exactly integration and adaptation.

There are variable means to lead the German Turks towards the adaptation in a good or bad ways, and the main source is the media, which is followed carefully by the Turks in Germany. The media sources is well known for their teaching, leading, informing and entertaining influences on people however the level of media influence over Turkish integration in Germany is unknown and creates curiosity.

This paper with using the help of surveys, will evaluate the integrity and identity of Turks who live in Germany. This paper will also study the frequency of European Turks keeping up to date by following the nationwide communication sources and how this

influences the adaptation of Turks in Germany. In conclusion, the study puts forward that the European Turks preserve their national identity and also very keen in following the media. However the media sources fail to lead the Turks towards the integration and adaptation.

Key words: Parallel Society, Ghetto, Integration, Ethnic Media, European Turks

İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ	X
GÖRSELLER LİSTESİ	XIV
ÖNSÖZ	XV
KISALTMALAR	XVII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1. Paralel Toplum	3
1.2. Getto	5
1.2.1. Anomie ve Anomie Teorisi	10
1.3.Kültür	11
1.3.1.Kültürlenme (Kültürasyon) Kavramı	12
1.3.2.Kültürleşme (Akültürasyon) Kavramı	12
1.3.2.1.Entegrasyon (Uyum).....	16
1.3.2.1.1. Dilin Entegrasyona Etkisi	27
1.3.2.1.2. Din Faktörünün Entegrasyona Etkisi	29
1.3.2.1.3. Almanya'nın Ulusal Entegrasyon Planı	33
1.3.2.2. Asimilasyon	34
1.3.2.2.1. Asimilasyon Modelleri.....	38
1.3.2.2.1.1. Konformist-Fonksiyonalist Asimilasyon Modeli	38
1.3.2.2.1.2. Irk İlişkileri	38
1.3.2.2.1.3. Irk İlişkileri Döngüsü	39
1.3.2.2.1.4. Asimilasyon Süreci Teorisi	39
1.3.2.2.1.5. Asimilasyonun Yüzleri Yaklaşımı	39
1.3.2.2.1.6. Kuşak – Sonuç Teorisi.....	40
1.3.2.2.1.7. Hoffmann-Nowotny'nin Teorisi.....	40
1.3.2.2.1.8. Sosyal Entegrasyon ve Sistem Entegrasyonu Teorisi	40
1.3.2.3. Segregasyon	42

1.3.2.4. Marjinalleşme	43
1.3.3. Sub-Kültür	43
1.3.4. Ulusötesicilik	44
1.3.5. Çok Kültürlülük	45
1.3.5.1. Almanya'nın Çokkültürlülüğe Bakış Açısı	47
1.3.6. Ayrımcılık ve Ötekileştirme Kavramları	50
1.4. Kimlik	51
1.4.1. Kimlik Çeşitleri	53
1.4.1.1. Milli (Ulusal) Kimlik	53
1.4.1.2. Resmi Kimlik	54
1.4.1.3. Sosyal Kimlik	54
1.4.1.4. Kollektif Kimlik	54
1.4.1.5. Kültürel Kimlik	56
1.4.1.6. Etnik Kimlik	56
1.4.1.7. Dini Kimlik	59

İKİNCİ BÖLÜM

2. ETNİK MEDYA VE ALMANYA'DAKİ TÜRK MEDYASI	60
2.1. Etnik Medya	60
2.2. Entegrasyon Sürecinde Medya	60
2.2.1. Entegrasyon Sürecinde Türk Medyası	60
2.2.2. Entegrasyon Sürecinde Alman Medyası	62
2.3. Almanya'da Alman Kaynaklı Türkçe Medya Ve Türk Medyasının Gelişimi	62
2.4. Almanya'da Türkçe Yazılı Basının Gelişim Süreci	64
2.5. Alman Kaynaklı Türkçe Görsel Basının Gelişimi Ve Almanya'da Türk Görsel Basınının Gelişim Süreci	65
2.5.1. Alman Kaynaklı Türkçe Yayınlar	65
2.5.1.1. WDR'nin Türkçe Televizyon Yayınları	66
2.5.1.2. ZDF'nin Türkçe Televizyon Yayınları	66
2.5.1.3. Türkische – Deutsche Fernsehen (TD-1) 'in Türkçe Yayınları	67
2.5.1.4. Berlin Türkiyem Televizyonu (BTT) Türkçe Yayınları	68
2.5.1.5. Türkische Fernsehen Deutschland – TFD	68
2.5.1.6. Avrupa Türk Televizyonu – ATT	68
2.5.2. Türkiye Kaynaklı Türkçe Yayınlar	69

2.5.2.1. TRT ‘Internasyonal Televizyonu’ (TRT-INT)	71
2.5.2.2. Star 1 (Inter Star)	71
2.5.2.3. Show Tv	71
2.6. Alman ve Türk Kaynaklı Türkçe Radyo Yayınları Ve Almanya’da Türkçe İşitsel Basının Gelişim Süreci.....	72
2.6.1. Alman Kaynaklı Türkçe İşitsel Yayınlar.....	74
2.6.1.1. WDR’nin Türkçe Radyo Yayınları.....	74
2.6.1.2. SBF’nin Türkçe Radyo Yayını	75
2.6.2. Almanya’daki Yerel Radyoların Türkçe Yayınları	75
2.6.2.1. Essen Radyosu’nun Türkçe Yayınları	75
2.6.2.2. Uluslararası Dortmund Radyosu’nun Türkçe Yayınları.....	76
2.6.2.3. Uluslararası Bochum Radyosu’nun Türkçe Yayınları.....	76
2.6.2.4. Radyo Kaktüs’ün Türkçe Yayınları	76
2.6.2.5. Radyo Merhaba’nın Türkçe Yayınları	76
2.6.2.6. Recklinghausen Radyosu’nun Türkçe Yayınları	76
2.6.2.7. Berlin Radyo Enerji Türkçe Bölümü Radyosu’nun Türkçe Yayınları ...	77
2.6.3. Türkiye Kaynaklı Türkçe İşitsel Yayınlar	77
2.6.3.1. TRT Türkiye’nin Sesi Radyosu’nun Yayınları.....	77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ENTEGRASYON SÜRECİNDE MEDYANIN PARALEL TOPLUM

ÜZERİNDEKİ ROLÜ (ALMANYA ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA).....	78
3.1. Araştırma.....	78
3.1.1. Amaç.....	78
3.1.2. Önem	78
3.1.3. Hipotezler	79
3.1.3.1. Araştırma Hipotezleri	79
3.2. Yöntem.....	80
3.2.1. Araştırma Modeli.....	80
3.2.2. Evren ve Örneklem.....	81
3.2.3. Sınırlılıklar ve Kapsam.....	81
3.2.4. Verilerin Toplanması ve Anket Uygulaması	82
3.2.5. Verilerin Analizi	83
3.2.6. Verilerin Çözümü (Anket Sonuçları ve Değerlendirilmesi).....	84

3.2.7. Bulgular	134
3.2.7.1. Yazılı Basına İlişkin Bulgular.....	134
3.2.7.2. Görsel Basına İlişkin Bulgular.....	143
3.2.7.1.1. Görsel Basına İlişkin Bulgularda Program Analizi.....	144
3.2.7.1.2. Görsel Basına İlişkin Bulgularda Haber Analizi.....	161
3.2.7.3. İşitsel Medyaya İlişkin Bulgular	167
3.2.7.3.1. İşitsel Medyaya İlişkin Bulgularda Program Analizi.....	167
3.2.7.3.2. İşitsel Medyaya İlişkin Bulgularda Haber Analizi.....	172
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	176
KAYNAKÇA.....	191
EKLER	198
ÖZGEÇMİŞ	209

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetine İlişkin Veriler	84
Tablo 2. Katılımcıların Yaş Gruplarına İlişkin Veriler	84
Tablo 3. Katılımcıların Eğitim Düzeyine İlişkin Veriler	85
Tablo 4. Katılımcıların Medeni Durumuna İlişkin Veriler	86
Tablo 5. Katılımcıların Gelir Düzeyine İlişkin Veriler	86
Tablo 6. Katılımcıların Mesleki Durumuna İlişkin Veriler	87
Tablo 7. Katılımcıların Doğum Yerine İlişkin Veriler.....	88
Tablo 8. Katılımcıların Uyuğuna İlişkin Veriler	88
Tablo 9. Katılımcıların Almanya'daki İkamet Sürelerine İlişkin Veriler	89
Tablo 10. Katılımcıların Aidiyet Duygularına İlişkin Veriler	89
Tablo 11. Katılımcıların Dini Aidiyet Duygularına İlişkin Veriler	90
Tablo 12. Katılımcıların Almanya'yı Vatan Olarak Görüp Görmediklerine İlişkin Veriler	91
Tablo 13. Katılımcıların Türkiye'de Yaşama veya Çalışma İsteklerine İlişkin Düşünceleri	91
Tablo 14. Katılımcıların Almanya'da Kalma İsteklerine İlişkin Düşünceleri	92
Tablo 15. Katılımcıların Alman Toplumunu Yeterince Tanıyıp Tanımadığına İlişkin Düşünceleri	93
Tablo 16. Katılımcıların Alman Vatandaşlarıyla Uyum İçerisinde Yaşayıp Yaşamadığına İlişkin Düşünceleri	93
Tablo 17. Katılımcıların Almanya ve Alman Vatandaşlarının Geneli Hakkında Nasıl Bir Tutuma Sahip Olduğuna İlişkin Düşünceleri.....	94
Tablo 18. Katılımcıların Farklı Kültürlerin Almanya'da Bir Arada Rahatça Yaşayıp Yaşamadığına İlişkin Görüşleri	95
Tablo 19. Katılımcıların Almanya'da Kendi Kültürlerini Rahatça Yaşayıp Yaşamadıklarına Dair Görüşleri	95
Tablo 20. Katılımcıların Yaşadıkları Ülkede Uyuğundan Dolayı Farklı Bir Uygulamayla Karşılaşıp Karşılaşmadığına, Dışlandığını Hissedip Hissetmediğine ve Kendisini Almanya'da 3. Sınıf Vatandaş Olarak Görüp Görmediğine İlişkin Görüşleri	96

Tablo 21. Katılımcıların Arkadaş Ortamlarında Hangi Uyruktan İnsanların Daha Fazla Olduğuna İlişkin Cevaplar	97
Tablo 22. Katılımcıların Göçmen Olarak Yaşamının Zorluklarına İlişkin Düşünceleri	98
Tablo 23. Katılımcıların Almanya’da Yaşadığı ya da Yaşamakta Olduğu En Önemli Sorunlara İlişkin Cevapları	99
Tablo 24. Katılımcıların Almanya’ya Uyum Sağlayıp Sağlamadıklarına İlişkin Görüşleri	100
Tablo 25. Katılımcıların Almanya’ya Uyum Sağlayamamasında Hangi Nedenlerin Olduğuna İlişkin Cevaplar	101
Tablo 26. Katılımcıların Tatillerini Genellikle Nerede Geçirdiklerine İlişkin Cevapları	102
Tablo 27. Katılımcıların Almanya’da Üyesi Oldukları ya da Faaliyetlerine Katıldıkları Herhangi Bir Dernek, Kurum, Kuruluş veya Cemaat’in Olup Olmadığına İlişkin Bulgular	102
Tablo 28. Katılımcıların Türk Hükümeti’nin Yurt Dışında Yaşayan Vatandaşların Sorunlarıyla Ne Derece İlgilenip İlgilenmediğine İlişkin Görüşleri.....	103
Tablo 29. Katılımcıların Günlük İletişimlerinde Hangi Dili Kullandıklarına İlişkin Cevapları	104
Tablo 30. Katılımcıların Aileleriyle Evde En Çok Hangi Dilde İletişim Kurduklarına Dair Yanıtları	104
Tablo 31. Katılımcıların Hangi Dili Daha İyi Konuşabildiklerine İlişkin Cevapları...	105
Tablo 32. Katılımcıların Kendilerini En İyi Hangi Dilde İfade Edebildiklerine İlişkin Düşünceleri	106
Tablo 33. Katılımcıların Türkçelerini Geliştirmek İçin Bir Eğitim Programına İhtiyaç Duyup Duymadığına İlişkin Görüşleri.....	106
Tablo 34. Katılımcıların Türkiye’de Yaşanan Gelişmeleri Takip Edip Etmediklerine İlişkin Görüşleri	107
Tablo 35. Katılımcıların Türkiye’de Yaşanan Gelişmeleri Genellikle Hangi Araçlardan Takip Ettiklerine Yönelik Verdikleri Cevaplar.....	108
Tablo 36. Katılımcıların Ülkelerarası İyi ya da Kötü Haberleri Hangi Ülkenin Medyasının Daha Objektif Verdiğine Yönelik Cevapları	109
Tablo 37. Katılımcıların Medya Organlarının Entegrasyon Konusunda Kendilerini Yönlendirip Yönlendirmediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar	109

Tablo 38. Katılımcıların Entegrasyon Konusunda En Çok Hangi Kitle İletişim Aracının Kendilerini Yönlendirdiğine İlişkin Verdikleri Cevaplar	110
Tablo 39. Katılımcıların, Kültürlerini Yaşatma ve Sürdürme Konusunda Kitle İletişim Araçlarının (gazete, tv, vb...) Ne Kadar Etkili Olduğuna İlişkin Görüşleri	110
Tablo 40. Katılımcıların Kitle İletişim Araçlarının Türkiye İle Olan Bağları Canlı Tutup Tutmadığına İlişkin Görüşleri.....	111
Tablo 41. Katılımcıların Kitle İletişim Araçlarından Hangilerinin Almanya'daki Göçmenlerin Sorunlarına Yer Verdiğine İlişkin Yanıtları.....	112
Tablo 42. Kültürlerarası Uyum ve Diyalogun Hangi Unsurlarca Engellenmeye Çalışıldığına İlişkin Katılımcıların Görüşleri	112
Tablo 43. Katılımcıların Hangi Kitle İletişim Aracının Yaptığı Yayınlarla Almanya ile Uyumlarına Katkı Sağladığına İlişkin Veriler	113
Tablo 44. Katılımcıların Almanya'ya Türkçe Yayın Yapan Televizyon Kanallarını Ne Sıklıkla İzlediklerine Dair Görüşleri.....	114
Tablo 45. Katılımcıların Almanya'ya Yayın Yapan Kanallardan En Çok Hangilerini İzlediklerine Dair Görüşleri	115
Tablo 46. Katılımcıların Türk Televizyonlarında En Çok Hangi Program Türünü ya da Türlerini İzlediklerine Dair Görüşleri	116
Tablo 47. Katılımcıların Türk Kanallarını İzlemedeki Amaçlarına İlişkin Cevapları .	117
Tablo 48. Türkçe Gazetelerin Ne Sıklıkla Okuduğuna İlişkin Yanıtlar.....	117
Tablo 49. Almanya'da ve Stuttgart'ta Çıkan Türkçe Gazetelerden Katılımcıların En çok Hangilerini Okuduklarına Dair Görüşleri	118
Tablo 50. Katılımcıların Türkçe Gazete Okumalarına İlişkin Nedenleri.....	119
Tablo 51. Katılımcıların Almanya'da Türkçe Yayın Yapan Radyoları Ne Sıklıkla Dinlediğine İlişkin Yanıtları	119
Tablo 52. Almanya'da Yayın Yapan Radyolardan Katılımcıların En Çok Hangilerini Dinlediklerine İlişkin Cevapları.....	120
Tablo 53. Katılımcıların Türkçe Radyo Dinleme Nedenleri.....	121
Tablo 54. Katılımcıların Yaş & Almanya'yı Vatan Olarak Görme Oranlarına İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi.....	122
Tablo 55. Katılımcıların Yaş & Hangi Dili Daha İyi Konuşabildiklerine Dair Verilerin Karşılaştırmalı Analizi	123

Tablo 56. Katılımcıların Yaş & Kendilerini Hangi Millete Daha Yakın Hissettiklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi	125
Tablo 57. Katılımcıların Yaş & Türkiye’de Yaşama ya da Çalışma İsteklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi.....	127
Tablo 58. Katılımcıların Yaş & Arkadaş Ortamlarındaki İnsanların Hangi Uyruktan Olduğuna Dair Verilerin Karşılaştırmalı Analizi.....	128
Tablo 59. Katılımcıların Yaş & Almanya’daki Türkçe Televizyon Kanallarını Ne Sıklıkla Takip Ettiklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi.....	130
Tablo 60. Katılımcıların Yaş & Almanya’daki Türkçe Gazeteleri Ne Sıklıkla Okuduklarına İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi	131
Tablo 61. Katılımcıların Yaş & Almanya’ya Yayın Yapan Türkçe Radyoları Ne Sıklıkla Dinlediklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi.....	133
Tablo 62. Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa Gazetelerindeki “Toplam Haber Sayısı” ile “Entegrasyona İlişkin Haber Sayısı”	135
Tablo 63. Kanal Avrupa Televizyonu Haftalık Yayın Çizelgesi	144
Tablo 64. Euro Star Televizyonu Haftalık Yayın Çizelgesi	145
Tablo 65. 02.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	146
Tablo 66. 03.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	148
Tablo 67. 04.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	150
Tablo 68. 05.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	152
Tablo 69. 06.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	154
Tablo 70. 07.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	155
Tablo 71. 08.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri	157
Tablo 72. Kanal Avrupa ve Euro Star Televizyonu Haber Bültenlerinde Günlük	161
Tablo 73. Metropol Fm Haftalık Yayın Çizelgesi	168
Tablo 74. Metropol FM ve Sky Radyo’da Günlük Yayınlanan “Haber Sayısı” ile “Entegrasyona İlişkin Haber Sayısı”	172

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: 03.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	139
Görsel 2: 04.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	140
Görsel 3: 04.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli.....	139
Görsel 4: 02.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	140
Görsel 5: 05.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli.....	141
Görsel 6: 05.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	141
Görsel 7: 7-8-9.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	140
Görsel 8: 04.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	141
Görsel 9: 7-8-9.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	142
Görsel 10: 14 – 15.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Görseli	141
Görsel 11: 16.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Görseli.....	142
Görsel 12: 16.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli.....	141
Görsel 13: 14 – 15.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli	142
Görsel 14: 11.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli.....	143
Görsel 15: 11.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli.....	143
Görsel 16: 06.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü	164
Görsel 17: 08.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü	165
Görsel 18: 09.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü	165
Görsel 19: 10.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü	166
Görsel 20: 12.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü	166

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans tezimin konu seçiminden tamamlanmasına kadar geçen sürede tezin seyrine ve akademik gelişimime yön veren, tezim üzerinde çalıştığım süre boyunca yazdığım metin taslaklarını defalarca okuyup düzelten, bana ve çalışmaya olan güvenini her zaman hissettiren, çalışma üzerinde çok emeği bulunan, sadece ilgi ve desteğiyle değil yaratıcı fikirleriyle çalışmanın gelişimini sağlayan ve çalışma boyunca sayısız kez anlayış göstererek destek veren değerli tez danışmanım Profesör Doktor Mustafa Yağbasan'a bütün içtenliğimle teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmasının Almanya ayağı noktasında her konuda yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen Hochschule der Medien Uluslararası İlişkiler Ofisi Müdürü Gottfried Ohnmacht-Neugebauer ve Werner Till'e;

Anket uygulaması sırasında bana çok yardımcı olan Sindelfingen Ulu Camii Din Görevlisi Abdullah Bora'ya, Feuerbach Yeni Camii Din Görevlisi Eyüp San'a, Ludwigsburg Hacı Bayram Veli Camii Din Görevlisi Mücahit Kılbaş'a, Kornwestheim Ayasofya Camii Din Görevlisi Abdülkadir Kartal'a ve Kornwestheim Atib ailesine, Alevi Derneği temsilcisi Yücel Bey'e, Stuttgart Ülkü Ocakları temsilcisi Ertuğrul Uslu'ya, Stuttgart UETD ve DİTİB ailesine, Stuttgart İş Bankası Müşteri Temsilcisi Dilan Macit'e;

Yayın içeriklerinin elde edilmesi konusunda teknik destek sağlayan Kayhan Fazıl Erdem'e;

Araştırmanın teorik kısmının oluşturulması safhasında kaynak konusunda yardımcı olan ve çalışma boyunca desteklerini esirgemeyen değerli dostum Oya Aydın'a;

Kaynaklarını benimle paylaşan çeşitli kurum ve kuruluşların görevlileriyle tecrübelerinden istifade ettiğim yurt dışındaki arkadaş ve dostlarıma teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ayrıca hayatımda attığım her adımda desteğini hiç esirgemeyen ve her konuda bana ilham veren sevgili babam İsmet Sırmalı'ya, bana olan inancını, desteğini ve sevgisini her zaman içimde hissedeceğim sevgili annem Fatma Sırmalı'ya, hem özel

hem akademik hayatımda beni yalnız bırakmayan çalışmamın en sıkıntılı ve stresli zamanlarında yanımda olarak beni motive eden ailemin tüm fertlerine, anket yanıtlarının SPSS programına aktarılması sırasında çok yardımcı olan eniştem Akif Acar ve ablam Sema Acar'a teşekkür ediyorum ve çalışmamı aileme ithaf ediyorum.

Yapılan çalışmanın, konuyla yakından ilgisi olan herkese yararlı olması dileğiyle...

Elazığ- 2015

Emine SIRMALI



KISALTMALAR

Akt.	: Aktaran
bkz.	: Bakınız
Çev.	: Çeviren
K.İ.A.	: Kitle iletişim Araçları
RTÜK	: Radyo - Televizyon Üst Kurulu
Sy.	: Sayfa
Tv.	: Televizyon
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve diğerleri
vs.	: Vesaire

GİRİŞ

Yaklaşık elli dört yıl önce Almanya'nın Türkiye'den işçi talep etmesi neticesinde ev, arsa, araba vs. parası biriktirmek uğruna arkalarında ailelerini, çocuklarını, akrabalarını ve sevdiklerini bırakarak vatanlarından ayrılan gurbetçi vatandaşlarımız Almanya'daki yurtlara "geçici işçi" statüsüyle yerleştirilmişlerdir. Kısa zaman sonra anavatana geri döneceği düşüncesi hem Türkiye'den işçi talep eden Almanya'nın hem de bu talebe talip olan Türk vatandaşlarımızın kafasında yer etmiştir. Bu nedendir ki Almanya'ya misafir işçi statüsüyle giden ilk kuşak gurbetçiler ne Almanya'ya alışmak ve uyum sağlamak niyetindedir ne de Almanya bir gün geri dönecekleri düşüncesiyle ülkeye davet ettiği dini, dili, kültürü, ırkı farklı olan bu insanların ülkeye uyum sorunları ve kendi kültürel gereksinimleri ile ilgilenmek niyetindedir. Ancak geçen zaman zarfında gelen misafir işçilerin ülkelerine geri dönmemesi hatta Türkiye'de yaşayan ailelerini ve çocuklarını da yanlarına getirmesi Alman hükümetinin ülkede "misafir işçilerin" varlığını algılamasını sağlamıştır. Durumun farkına varan Almanya başlangıçta geri dönüşü teşvik eden sonrasında ise asimilasyon odaklı politikalar geliştirmiş ancak Türklerin yine de geri dönmemesi üzerine entegrasyon odaklı çalışmalar yürütmüştür.

Özellikle Almanca bilmemeleri sebebiyle Alman vatandaşlarla sağlıklı iletişim kuramayan gurbetçi vatandaşlar çok sıkıntılı dönemler geçirmiş ve sıkıntılarını bir nebze olsun kendi içlerinde hafifletmek uğruna dertlerini, sıkıntılarını birbirleriyle paylaşmışlar ve birbirlerine kenetlenmişlerdir. Bu kenetlenme de ilk zamanlar Almanya'da bir Getto doğurmuş yeni kuşaklar geldikçe bu durum paralel toplum niteliğine bürünmüştür. Almanya'da artık kendi kendilerine yetebilen, işçi konumundan işveren konumuna yükselen ve Alman ekonomisine yön vermede önemli bir etkiye sahip olan Avrupalı Türkler var. Ancak üç kuşak geride bırakarak dördüncü kuşağa erişen Türkler günümüzde kendilerini ne tam olarak Almanya'ya ne de tam olarak Türkiye'ye ait hissetmektedir. Göçmenlere yönelik hükümet odaklı yapılan açıklamalarda da Türklerin aradan geçen onca zamana rağmen halen daha Almanya'ya uyum sağlayamadıkları ileri sürülmektedir. Burada hükümetin uyumdan ne anladığı ve ne kastettiği de önem taşımaktadır. Ancak bu durumun oluşmasında Almanya'da 'yabancı' Türkiye'de 'Almanca' olarak nitelendirilmelerinin etkisi büyüktür. Bir diğer

büyük etki de Almanya'daki Türklere hem Almanya'dan, ağırlıklı olarak da Türkiye'den sürekli enformasyon sağlayan kitle iletişim araçlarıdır.

Kitle iletişim araçları, toplumun büyük bir çoğunluğuna ulaşması, gerekli enformasyonu aktarabilecek bir iletişim ağı olması ve toplumsal hedeflere uygun faaliyet sürdürmesi açısından entegrasyon politikalarının başarıya ulaşmasında büyük önem taşımaktadır (Öztürk :254).

“Kitle iletişim araçları, toplumsal değişim süreci içerisinde toplumsal yapının diğer kurumları ile etkileşen, onlarla birlikte karşılıklı bir süreç içerisinde etkileşerek değişen, hem onlar üzerinde etkilerde bulunan, hem de onlardan etkilenecek faaliyetini” sürdüren bir yapıdır. “Bu araçlar; toplumda yer alan ekonomik kurumlar, siyasal kurumlar, inanç ya da dinler, örf - adet ve gelenekler gibi toplumsal yapının unsurları arasındaki ilişkinin ve yapısal bütünlüğün korunmasına katkı sağlayabilme, değişikliğin hızlanmasını artırabilme ya da yönlendirebilme olanakları ile de önem kazanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının bu işlevleri, “azınlık medya”sı için daha büyük önem taşımaktadır” (Öztürk:254). Bir yandan içinde yaşadıkları toplumla bütünleşme sorunu çözümlenmemiş Almanya'da yaşayan Türk asıllı göçmenler, öte yandan göçmenlerin gelişinin ardından yayımlanmaya başlanan Türkçe gazeteler, kurulan televizyon kanalları ve radyoların uyum sürecindeki rolü, Almanya'da yeni sosyal politikaların tartışıldığı ve bazı entegrasyon programlarının uygulamaya konulduğu günümüzde özel bir önem taşımaktadır.

Ele alınan çalışmada; Almanya'daki Türklerin kimlik ve aidiyet duyguları ile Almanya'ya Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarının ne ölçüde takip edildiği, gerçekleştirilen bir anket uygulamasıyla araştırılarak Almanya'da yaşayan Türk toplumunun entegrasyon sürecinde Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarının işlevleri ve etkinlik düzeyleri ampirik yöntemle elde edilen veriler ışığında açıklanmaya çalışılmaktadır.

Bu bağlamda çalışma; Almanya'daki Türklerin aidiyet duygularının öğrenilmesi ve Almanya'daki Türk göçmenlere yönelik yayın yapan kitle iletişim araçlarının yayın içeriklerinin analiz edilmesiyle kitle iletişim araçlarının kültürel entegrasyona ne ölçüde katkı sağladığını anlamak ve bundan sonra bu alanda yapılacak araştırmalara ışık tutmak açısından önemlidir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Paralel Toplum

“Paralel toplum” kavramı, aynı toplum içerisinde hem mekân hem de sosyal-kültürel hayat itibariyle birbirinden soyutlanmış ya da birbiriyle çok az iletişim ve etkileşime sahip etnik homojen grupların oluşması anlamına gelmektedir (Koçdemir, 2006:68’den Akt: Bedirhan, 2009:3).

Yağbasan (2009:120) ise paralel toplumu; bir toplumun kendi ülkesinden uzakta ve kendi kültüründen farklı bir ortamda, yaşamını kendi kültürü çerçevesinde devam ettirebilme çabası olarak tanımlamaktadır.

Bir toplumda nüfus olarak giderek çoğalan bir grubun, içinde yaşadığı diğer toplumdaki yalıtılması söz konusu ise burada toplumun ikiye bölünmesi ya da ikili bir toplumun ortaya çıkması kaçınılmazdır. Toplum bilimciler ve siyasetçiler bu şekilde meydana gelen toplumlara “*paralel toplumlar*” adını vermektedir. Bu tür toplumlarda oluşması beklenen en büyük korku; sosyo-ekonomik, etnik ve kültürel bakımdan gittikçe derinleşen çelişkilerin gerilimlere ve çatışmalara dönüşmesi tehlikesidir (Canatan, 2011:14). 1960 yılında Almanya’ya giden vatandaşlarımız -bugün dördüncü nesle ulaştığı halde- hala buldukları ülkenin toplumuyla kaynaşmış değillerdir. Vatandan koptuklarını ve istenmediklerini düşünen göçmenlerde artık paralel bir toplumda yaşadıkları kanaati hâkimdir. Yani buldukları ülkede çalışacak, üretecek, çarşıdaki pazardaki malı tüketecek ancak hiçbir şekilde o toplumla bağdaşmayacak (Ortaylı, 2008:152-153).

Paralel toplumlarda yaşam, iki dilli olmayı (iki dilde konuşmayı, düşünmeyi ve yazmayı), iki kültürde de hareket edebilmeyi ve iki kültüre de uyum sağlayabilmeyi zorunlu kılmaktadır. Hâkim toplumun dilini anlamayan ve konuşamayan, onların yaşam tarzını kavrayamayan ve o toplumun normlarını bilmeyen göçmenlerin kendilerini hala yabancı hissetmeleri ya da yabancı muamelesi görmeleri gayet doğaldır. Hâkim kültür içerisinde yaşayan göçmen toplum ya kendi kültürü içine kapanarak içinde yaşadığı hâkim toplumdan izole bir şekilde yaşayacak ya da kendi kültürel değerlerini tabulaştırmadan çoğunluğun kültürüne açılacak, o kültürde yerini almaya ve toplumdaki yaşamı karşı kültürdeki insanlarla birlikte düzenlemeye çalışacaktır. İlk yolun kolay

ancak yanlış bir yol olduğu kesindir, doğru olan ikinci yoldur ancak hâkim kültürün bu yolun hiçbir zaman tek yönlü bir yol olmadığını bilmeleri ve bunu kabul ederek azınlık toplumuna sağduyulu yaklaşımları gerekmektedir. Ve en önemlisi de bu yolda hala eksik olan pek çok unsurun devletler tarafından bilinçli bir şekilde inşa edilmesi bir zorunluluktur (Bedirhan, 2009:5). Klose (1977:216), bir yandan Alman toplumunun bu konudaki sorumluluğuna işaret ederken diğer yandan da Türk göçmenlerin uyumu konusunda Alman politikasında çok yönlü uyum çalışmalarının yapılmamış olmasını eleştirmektedir. Ancak Türk tarafını da milli ve dini kimliğe sığınması ve Batı karşıtlığı çerçevesinde pratiğe aktarılan İslamcılık anlayışıyla entegrasyona yaptığı olumsuz katkı nedeniyle sorumlu tutmaktadır (Akt: Bedirhan, 2009:3–4). Şen'e göre (www.konrad.org.tr/Medya%20Mercek/13faruk.pdf), dâhil olunan toplumun kaynakları ve süreçleri üzerinde eşit söz sahibi olunmadığı ve kültürel çoğunluğa saygı gösterilmediği sürece tam bir uyumun sağlanması söz konusu değildir. Kapalı paralel toplumlar, ortak yaşam için sorun oluştururken buna karşın bütünüyle bir asimilasyon, yaygın siyasi ve bilimsel bakış açısından hedef olarak görülmediği gibi gerçekçi de değildir.

Kızgınlık ve düşmanlığı besleyen bir başka unsur da, göçmen toplulukların tecrit edilmeyi kendi istekleriyle seçtikleri ve hâkim toplumla teması en aza indirerek ve hatta şehirde “kümeleşerek”, “paralel” bir toplum şeklinde yaşamayı özellikle istedikleri kanaatidir. Diğer yandan, söz konusu göçmen topluluklarda yaşayan bazı kişiler ise, ev sahibi toplumun kendilerini reddettiğini ve tecrit ettiğini düşünmektedir (Avrupa Konseyi Raporu, 2011:21–22).

Batı Avrupa Devletleri arasında en eski göçmen işçi kabul eden ülke olması sebebiyle Almanya'nın yabancılar politikası, ülkenin bir göçmen ülkesi olduğu gerçeğini uzun bir dönem ya görmezlikten gelmiş ya da bu gerçeği kabullenmek istememiştir. Buna bağlı olarak sosyal ve mesleki entegrasyonun desteklenmesi gerektiği gerçeği geç fark edilmiş, fark edildiği dönemlerde de uygulanmaya çalışılan politika “entegrasyon”dan çok “asimilasyon” olmuştur (Bedirhan, 2009:4).

Gökçe'ye göre (2006:10), Alman yabancılar politikasının temelini, ya işçi sıfatıyla Almanya'ya gelenlerin bir gün ülkelerine geri döneceği düşüncesi ya da Almanya'yı yaşam alanı olarak seçen yabancıların hâkim topluma ve onların sosyal-kültürel standartlarına benzeceği böylece hâkim toplum ve sonradan dâhil olan grup arasındaki farkın birkaç nesil sonra giderek azalacağı görüşü oluşturmaktadır. Diğer bir

ifadeyle, Alman Yabancılar Politikasındaki etkin entegrasyon anlayışına göre, farklı kültürlerle mensup insanlar hakim kültür içerisinde eriyecektir. Bu doğrultuda, hâkim kültürün azınlık kültürüne yaşam alanı tanıdığı ancak bu farklılığı bir dışlanma ve baskı aracı olarak kullandığı, farklı kalan ya da kalmak isteyen bireylere kendisine biçilen rolleri üstlendiği sürece (işçi olma, vergi ödeme, ileride Almanya'yı terk etme vb.) yaşam biçimini devam ettirmesine imkân tanıdığı, bunun ötesindeki talep ve beklentilerde ise kendi sosyal-kültürel norm ve standartların özümsemesi istendiği ya da dayatıldığı rahatlıkla söylenebilmektedir. Bu anlayış temeline sahip bir politikanın ise sosyolojik açıdan bir entegrasyondan ziyade tam bir asimilasyon politikasına dayandığı ortadadır (Akt: Bedirhan, 2009:4).

Yağbasan (2009:121), hakim kültürlerin entegrasyon kavramının masumiyetinden faydalanarak diğer kültürlerle kendi sosyal ve kültürel değerlerini açık ya da gizli bir biçimde veya zorla aktarmasını, tektip bir dünyanın oluşturulması yönündeki çabalar olarak değerlendirmektedir. Yağbasan'a (2009:121) göre, kültürel farklılıkları ortadan kaldırmak yerine farklılıklardan farklılıklar yaratılmak üzere bunlardan faydalanılma yoluna gidilmesi yenedünya düzeninin bir gereği olmalıdır.

1.2. Getto

“Türkçeye “toplama kampları” kavramıyla giren “yoğunlaşma” (konsantrasyon) sözcüğü bazen “toplama” bazen de “temerküz” olarak çevrilmiştir ve çoğunlukla da olumsuz çağrışımları bulunmaktadır.” Yetişen yeni kuşaklar toplama kamplarının anlamını ve bu kampların ne işe yaradığını televizyon ekranlarına yansıyan görüntülerle tanımıştır. Bu görüntülerde genellikle bitkin, yorgun, yarı çıplak ve açlıktan kemikleri beliren insanlar dikkat çekmiştir. Fakat “getto” kavramı günümüzde bu kadar olumsuz çağrışımlar yüklenmiş gözükmemekte ve yabancıların belirli bir mahallede ya da bölgede yoğunlaşmasını ifade etmektedir. Eğer belirli bir bölgede belirli bir yabancı kökene mensup insanların oranı toplam nüfusa kıyasla daha yüksek bir orana sahipse o zaman bir “yoğunlaşma”dan bahsedilmelidir. Kavram, hem belirli bir duruma hem de sürece işaret etmektedir (Tesser vd, 1995:38'denAkt: Canatan, 2011:13).

“Getto, yoğunlaşmanın belirli bir biçimi olarak algılanmaktadır. Eğer belirli bir grup sadece bir bölgede ve homojen bir grup olarak kendi başına yoğunlaşmışsa bu durumda bir gettodan bahsedilebilir. Ayrıca getto grubun ikameti bakımından süreklilik kazandığı ve dolayısıyla kurumsallaştığı bir yapıdır. Bir başka deyişle grup ile mekân

arasında bir özdeşlik söz konusudur. Bu kavramsal ayrım dikkate alındığında her yoğunlaşmanın bir getto karakterine bürünmesi muhtemelse de mutlaka getto haline dönüşmesi zorunlu değildir” (Canatan, 2011:13)

İbranice kökenli (wikipedia) getto kelimesini insanlık, Hıristiyan-Yahudi çatışması sonucu tanımıştır. Eski çağlarda Hıristiyanlar, İsa’yı öldürttüklere gerekçesiyle Yahudileri Hıristiyan kentlerinin dışında çevresi yüksek duvarlarla kapatılmış mahallelerde kentin geri kalanından tecrit edilmiş bir şekilde yaşamaya mecbur etmişlerdi. Getto kelimesi daha sonraları, Avrupa ve Amerika’da yoksulların, siyahların ve diğer azınlıkların yaşadıkları mekânları tanımlamak için kullanılır hale gelmiştir (Sevimli, 1993:91’den Akt:Kılıçaslan, 2006:147). Genelde kötü koşulların hâkim olduğu bölgeler için kullanılmaktadır (Wikipedia). Tipik gettolar, yaşama elverişsiz koşulların hüküm sürdüğü, işsizlik ile çocuk suçlu oranı yüksek, şehir içi mahalleleridir. Diğer bir ifadeyle gettolar, “içlerinde yaşayanların kendi yağlarında kavruldukları, ülkenin anadilini pek konuşamadıkları, “yerli” halktan birilerinin girmeye kalkıştığı takdirde pek hoş karşılanmadığı ve kendilerini güvensiz hissettikleri, okullardaki sınıflarda yalnızca azınlıklara mensup çocukların bulunduğu ve bu çocukların ülkenin dilini akıcı bir şekilde öğrenip bu dilde okuyup yazmalarını sağlayacak maddi kaynaklardan yoksun bölgelerdir” (Avrupa Konseyi Raporu, 2011:21-22). Türkler için ifade edilen Getto kavramı ise mutlak anlamda yukarıda bahsedilenler gibi olmayıp sadece bir benzetmeden ibarettir. Türkler, buldukları yabancı ülkede kendi kültürel ortamlarında izole olmayı tercih ederek, geleneksel örf ve adetleri korumaya yönelik olarak aile içi ilişkilerine büyük önem vermektedir. Diğer göçmenler arasından bu yönleriyle ayrılan Türkler, milli kültürlerine duydukları sevgi ve düşkünlükle tipik bir karakteristiğe sahiptir ve gurbette bu duygunun daha da kuvvetlendiği gözlenmektedir (Perşembe, 2005:93’den Akt: Kılıçaslan, 2006:147-148).

“Getto” terimi günümüzde etnik, dini, milli ya da başka toplulukların yaşadığı dar kentsel bölgeleri anlatmak için kullanılmakta; yerel nüfusun büyük çoğunluğunu meydana getiren bu topluluklar ulusal düzeyde azınlıkları oluşturmaktadır. Bu tür nüfus yoğunlaşmalarının mutlaka ya da istisnasız biçimde sağlıklı olduğu söylenemez. Bunlar geçmişte de pek çok toplumda var olan oluşumlardır ve göçmen grupların ev sahibi konumundaki ülkeye zaman içinde entegrasyonu açısından yararlı bir aşama oluşturmuşlardır (Avrupa Konseyi Raporu, 2011:21-22).

Hasançebi ve Özkara'ya göre, Almanya'ya ilk yıllarda gelen Türk işçilerin ailelerini Türkiye'de bırakmaları ve bekâr olmaları, Almanya'da uzun süre kalmayı düşünmemeleri ve para biriktirebilmek amacıyla aynı evde bir arada yaşamaları gettoların oluşmasında etkili olmuştur. Sosyal ve kültürel değerleri farklı bir ülkede, yaşanan çevreye karşı duyulan endişe ve korkular sonucu oluşan 'getto'nun bekâr evlerinden sonra ailelerle birlikte yaşarken de devam etmesinin pek çok nedeni bulunmaktadır. Örneğin; Almanya'ya gelip yerleşen tanıdıklarına yakın oturma isteği, 'nasıl olsa döneceğim' düşüncesiyle konut seçiminde titiz davranmama, yabancı işçi çalıştıran fabrika yöneticilerinin işçileri fabrikaya yakın yerlerde oturmaya teşvik etmesi, şehir ve fabrika yöneticilerinin daha rahat kontrol sağlamak amacıyla yabancıların belli yörelerde toplanmasına karışmaması ya da dolaylı olarak teşvik etmesi sonucu gettolaşma kavramının ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Doğan, 1994:4).

1983 yılında yayınlanan 'Ghettosituation und Kulturelle Widersprüche' isimli araştırmada, yabancıların oturduğu evlerin kalitesinin Alman vatandaşların oturduğu konutlara göre çok daha düşük olduğu ortaya konulmuştur. Araştırmaya göre, oturdukları evlerde tuvaleti olmayan Almanların oranı % 4 iken bu oranın Türklerde % 15, banyo ve duşu olmayan evlerin oranı Almanlarda % 6 iken bu oran Türklerde % 42, evlerinde sıcak su akmayanların oranı Almanlarda % 15 iken Türklerde % 45, evlerinde ısıtma sistemi olmayanların oranı Almanlarda % 25 iken Türklerde bu oranın % 58 olduğu saptanmıştır. Aynı araştırmada şehirlerin belli bölgelerinde yoğunlaşan ve genellikle yabancıların oturduğu böylesi yerleşim birimlerinin çevre düzenlemesinin de kötü olduğu, sosyal olanakların sınırlı, çocuklar için anaokulu ve oyun alanlarının yetersiz, sağlık hizmetlerinin de düşük olduğu belirtilmektedir (Hasançebi ve Özkara'dan Akt: Doğan: 1994:4-5).

Almanya'nın göçmenleri geçici işçi statüsünde görmesi nedeniyle, göçmenlerin barınacakları birimler olarak oluşturulan yurtlarda (Heim) yaşama koşulları ve Alman toplumundan dışlanmışlık görüntüsü, uyum deneyimlerinin geleceği açısından olumsuz bir başlangıç olmuştur. Ülkelerine geri dönmeyen göçmenlerin, ailelerini de yanlarına almaya başlamasıyla bu işçiler, genellikle şehirlerin kenar mahallelerinde oluşturulmuş "gettolar" yerleştirilmiştir. "Zamanla göçmenlerin Alman toplumuyla aynı ortamları paylaşmaları söz konusu olsa da, günümüzde pek çok Alman kentinde, Türklerin ve diğer yabancıların çoğunluğunu oluşturduğu "getto" yerleşimleri varlığını korumaktadır. Toplumdan dışlanmışlık duygusunu çalışma yaşamında, okulda ve

gündelik yaşamda hisseden yabancıların sığındığı bu mekânlar, kimliksel dayanışma ve kolektif var oluş duygularının güçlendirildiği aykırı bölgeler olmuştur” (Perşembe, 2006:80'den Akt: Bedirhan, 2009:3).

Buna karşın yapılan çeşitli araştırmalarda, getto dışında oturan Türk ailelerin çocuklarının gettolarda oturan Türk ailelerin çocuklarına göre okullarda daha başarılı, çevreye uyumda daha az zorluklarla karşılaşan ve yaşlılarıyla daha kolay ilişki kurabilen çocuklar olduğu saptanmıştır. Başlangıçta getto olgusunu önemsemeyen hatta zaman zaman bu olguyu dolaylı ya da dolaysız destekleyen Alman yöneticiler, zaman geçtikçe gettolaşmayı sosyal barışı bozabilecek bir tehlike olarak değerlendirmeye başlamışlardır (Doğan, 1994:5). Özellikle 11 Eylül saldırılarından sonra Müslümanlar hakkında yapılan genellemeler ve İslam ile terörün çok sık bir biçimde beraber anılır hale gelmesi, göçmenlerin entegrasyonu için gösterilen yoğun çabanın boşa gitmesine neden olmuştur. Uyum ile ilgili iyi atmosferin ortadan kalkmasına yol açan bu süreç, tarafların kendi bölgelerine çekilmesine neden olmuş ve gettolaşma sürecini hızlandırmıştır (Şen, 2006:127).

Staudacher'e göre “gettoların oluşmasına kararlılıkla karşı konulmalıdır. Çünkü buralar çok kültürlü bir toplumun zıddı ve öncelikle bir güvenlik sorunudur.” Oysaki Almanya'da gerçek anlamda Türk gettosu yoktur. Ancak Türklerin yoğun olarak yaşadıkları mahalleler vardır. Bu mahallelerde de Türk göçmenler diğer sosyal alt kümeler ve etnik kimliklerle birlikte yaşamaktadır. Buraların göçmenler tarafından tercih edilme sebebi ise büyük ölçüde, akraba ve arkadaşlarayakın oturma isteği, kültürel ürünlere daha kolay ulaşma ve bölgede hayatın daha ekonomik olmasıdır (Adıgüzel, 2011:239).

Hartfiel'e (1976:23-24) göre, eğer gettodaki yaşam uzun süre devam ettirilmek zorunda kalınmışsa o zaman bu tarz yaşamın olumsuz ve istenmeyen etkileri de zamanla ortaya çıkmaktadır. Gettolaşma nihayetinde hâkim toplumdan bir kaçıştır ve bütün kaçışlar gibi sağlıksız sonuçlar vermektedir (Akt: Turan, 1997:75). Gettolardaki “sosyal ve ekonomik yoksunluk, huzursuzluğa ve kargaşaya yol açabilir; bunun nedeni de her zaman kültürel ya da dini mağduriyetler değildir. Açık bir toplumun içindeki kapalı bir toplulukta yetişen daha iyi eğitilmiş yeni orta sınıf, daha üst sosyal katmanlara doğru yükselme imkânı olmadığından kızabilir ve bir tür ‘kültürel şizofreni’ye kapılabilir. Bu grubun mensupları radikalleşmeye yatkındır. Kapalı olma özelliklerinden dolayı gettolar, suç faaliyetleri için bir paravan oluşturabilir” (Avrupa Konseyi Raporu,

2011:21-22). Bu durum, bireysel planda çeşitli psikolojik ve psiko-somatik rahatsızlıkları beraberinde getirebilmektedir. Toplumsal planda ise sosyo-patolojik bir durum olan “Anomie” ile karşılaşmaktadır. Sosyo-kültürel farklılaşma giderek normsuzluğa (normlosigkeit) ulaşarak, sub-kültür gruplarının ve marjinal unsurların sosyal bir rahatsızlık olarak ‘Anomie’ye uğramalarına yol açmaktadır (Schrader, 1979:27’den Akt: Turan, 1997:74-75). Buna göre ilk kez 1983 yılında E. Durkheim tarafından kullanılan ‘Anomie’ kavramı daha sonra R.K Merton tarafından geliştirilmiştir. Buna göre; “sosyal bir rahatsızlık olan Anomie, toplum dışı kalmanın ifadesi olmaktadır.” Kişi ya da grubun “toplum içinde kabul gören bir pozisyona sahip olma”sı şeklinde açıklanmakta ve “amaçlar”la toplumun sunduğu “araçlar” arasındaki tutarsızlık ile rahatsızlıkların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Hartfiel, 1976:23-24’den Akt:Turan, 1997:75).

Açıkça görülüyor ki, böyle bir tecrit, tecrit edilen toplulukla onu çevreleyen geniş toplumun birbirlerine yabancılaşmasına katkıda bulunmakta ve “birlikte yaşama” anlayışına hiç uymamaktadır. Bu olgu, planlı “çok kültürlülük” politikalarının sonucu olsun veya olmasın, bütün ciddi entegrasyon politikaları bunu yenmeyi hedeflemelidir(Avrupa Konseyi Raporu, 2011:21-22).

İnsan hakları sadece bir ülkede yaşayan ve o ülkenin vatandaşlığına tabi kişilerin hakları olmamalıdır. İçinde yaşadığı ülkeye ekonomik olarak katkıda bulunan, kurallarına uyan, son kuruşuna kadar vergisini ödeyen bir göçmen de evrensel olan bu haklardan istifade edebilmelidir. Aksi halde insan hakları teriminin yeniden sorgulanması gerekir. Göçmen bulduran devletler, vatandaşlarının ve yabancıların ülkeye giriş, ülkede kalış, etkinlik ve ülkeden sınır dışı edilmeleri konularını düzenlerken vatandaş ve göçmen işçi arasındaki dengeyi korumalıdır. Bu denge göçmen işçiler aleyhine bozulduğu takdirde toplumun her alanında bunun yansımaları belirecek ve yabancı düşmanlığı oluşacaktır (Kılıçaslan, 2006:150).

Kısacası, etnik çoğulculuk perspektifi hariç tüm kuramlar gettolaşmayı; olumsuz, istenmeyen ve zararlı bir olgu olarak görmektedirler. Gettolaşma, asimilasyon sürecinde kimi zaman “zorunlu bir ilk durak”, kimi zaman “önyargıların kaynağı”, kimi zaman “ilişkisizliğe yol açan bir içe kapanma hali”, kimi zaman “toplumsal hareketliliğin önünde bir engel”, kimi zaman da “kurumsal ayrımcılığın bir göstergesi” olarak nitelenmektedir. Her ne olursa olsun, bu sorun aşılması gereken bir sorun olarak ortaya konmaktadır (Canatan, 2011:17).

Toplumlar arasında kültürel mesafe ve farklılıklar, ortak yaşama kültürünü zenginleştirerek giderilebilir. Ancak bunun için bir arada yaşama deneyimine katılan tarafların ön yargısız ve istekli olmaları, birbirlerinin değerlerine saygı göstermeleri gerekmektedir (Bedirhan, 2009:6).

1.2.1. Anomie ve Anomie Teorisi

Durkheim tarafından ortaya atılan ve Merton tarafından geliştirilen bu teoriye göre, suçluluk durumunun olmadığı bir toplum söz konusu değildir ve anomie kuralsızlık demektir. Eğer bir toplumda kültürel ve sosyal yapının bütünleşmesi başarılı olamamışsa, başka bir deyişle kültürel yapının istediği davranışları sosyal yapı engellemişse bunu anomie yani normların yıkılması ve normsuzluğa doğru bir gidiş kısacası kural tanımazlık takip edecektir. (Joachim, 1977:56'dan Akt: Demirbaş, 1990:66).

Merton, toplumlarda, toplumun üyeleri tarafından ulaşılmaması gereken zenginlik ve mesleki tanınma gibi genel olarak toplumlar tarafından tanınan ve belirlenen başarı hedeflerini ortaya koymuştur. Bu hedeflere ulaşmak için toplumlar, çalışma ve miras gibi yasal yolları mümkün kılmışlardır. Bununla birlikte mevcut araçlarla belirtilen hedeflere herkesin aynı şekilde ulaşması mümkün olmadığından, sapıcı davranışlar ortaya çıkmaktadır (Kürzinger,1982:79 - Eisenberg, 1985:62'den Akt: Demirbaş, 1990:66-67). Diğer bir ifadeyle anomie, belirli bir statüye sahip olanların sosyal yapıda bulunan nedenlerden dolayı toplumun hedeflerine kolayca ulaşabilmelerine rağmen bu durumda olmayanların aynı hedefe ulaşmalarının zor veya imkânsız olmasından doğan güçlüklerin sonucudur. Yani suçluluk, söz konusu sosyal yapının neticesidir (Mergen, 1978:120 - Gebauer, 1981:2-83'den Akt: Demirbaş, 1990:67). Çünkü meşru yollarla bu hedeflere ulaşamayan kişiler, ihmal edilmiş durumları kaldıramadığında yüksek bir ihtimalle bu amaçlara ulaşmak için sapıcı davranışlara yöneleceklerdir. Bu yüzden Almanya'daki yabancıların yükselen ikamet sürelerine rağmen, ihmal edilmiş durumlarının devam etmesi, onları suça teşvik etmektedir (Bernd Uwe, 1983 - Akt: Demirbaş, 1990:67). Özellikle yabancı gençlerin suçluluğu, onların Alman toplumunun kenarında bulunması ve geleceklerinin kapalı olması nedenleri anomie teorisiyle açıklanmaktadır (Schüler Springorum,1983:12'den Akt: Demirbaş, 1990:67).

1.3.Kültür

Genel anlamda kültür, insana ait bilgi, inanç ve davranış bütünü ile bu bütünün parçaları sayılan her türlü maddi ve manevi yatırımlardan oluşmaktadır. Toplumsal ve bireysel yaşamın oluşmasını sağlayan dil, gelenek, düşünce, semboller, yasalar, kurallar, ahlak, kuramlar, aletler, teknikler, makineler, bilim, felsefe ve sanat eserleri gibi her tür maddi ve tinsel ürünler bütünlüğü kültür olarak nitelendirilir. Bu anlamıyla kültür, toplumdaki tüm bireylerin ortak bir şekilde oluşturdukları ve kabul ettikleri kurum ve değerlerdir (Çüçen, 2005'den Akt: Durugönül, 2012:17). Başka bir ifadeyle kültür, insanın doğada hazır bulmadığı ancak doğaya kattığı her şeydir. Taylor'a göre ise, kültür ya da uygarlık bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği bilgi, sanat, gelenek görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütünlüktür (Güvenç, 1974:102'den Akt: Durugönül, 2012:18). En geniş tanımıyla kültür, bir toplumun üyelerinin tutumu, davranışları ve sosyal alışkanlıklarının bütünü şeklinde ifade edilebilir. Bu alışkanlıklar bütünü, toplumun her üyesi tarafından öğrenilen, bilinen, genel kabul görmüş belirli bir bilgiyi gerektirir. Dolayısıyla kültür bir yaşam tarzıdır ve bu yaşam tarzının pratiğe dönüşmesidir. Bir toplumdaki bireyler o toplumun ortaya koyduğu yaşam tarzına yani toplumun kültürüne uymuyorsa ya kültürsüz kabul edilir ya da o kültüre yabancı sayılır (Bedirhan, 2009:5).

Şeriatî'ye (1993:21) göre kültür, "bir ulusun tarihi boyunca biriktirip, kendine özgü bir şekil verdiği zihni, manevi, sanatsal, tarihi, edebi, dini ve duygusal semboller, işaretler, gelenekler, adetler, sosyal yaşantı ve anıtlar şeklinde ortaya çıkmasıdır" (Akt: Cengiz, 2009:16). Bireyin kendi kültürüyle kurduğu bağ, onun farklı kültürleri ve başlıkları tanımasını ve kabul etmesini güçleştirir. Aslında bütün kültürler geçmişten bugüne kadar farklı farklı kültürlerle girdikleri etkileşim sonucu şekillenmişlerdir (Cengiz, 2009:8). "Endüstriyel gelişimlerinin sonucu olarak ekonomik ve teknolojik alanda üstünlüğü ele geçiren Batı'nın karşısında üçüncü dünya denilen ve batı tarafından geriliğin, acizliğin çerçevesine oturtulan halklar bugün Batı'nın metropollerinde yaşamakta ve 'çevre'nin 'merkez'e karşı duruşunu temsil etmektedirler. Bir zamanların sömürülmüş halkları bugün sömürenlerin evlerine konuk olmuş ve tepkileştirilmeye, unutturulmaya çalışılmış olan kültürlerini ev sahiplerinin bütün hoşgörüsüzlüklerine rağmen yaşamaya ve yaşatmaya devam etmektedirler" (Cengiz, 2009:9).

1.3.1.Kültürlenme (Kültürasyon) Kavramı

Abanoz, kültürlenmeyi farklı birey ve kültürlerin birbirini etkilemesiyle ortaya çıkan yeni bileşim olarak tanımlamaktadır. Abanoz, Almanya'ya giden ilk kuşak işçilerin çocuklarında görülen değişimi bir kültürlenme örneği olarak sunmaktadır (Abanoz).

1.3.2.Kültürleşme (Akültürasyon) Kavramı

Kültürleşme diğer bir adıyla akültürasyon kavramı kültürel antropoloji disiplininin psikoloji kaynaklı olarak ortaya çıkmıştır. Kültürleşme; farklı kültürlere sahip bireylerden oluşan grupların, birinci elden bağlantıya geçmeleri sonucunda orijinal kültürlerinin birinde ya da her ikisinde oluşan değişiklikler kapsamında ortaya çıkar. Tanıma göre kültürleşme kültürel değişimden farklı olarak ele alınmaktadır (Redfield et al., 1936:149-152'den Akt: Gülnar & Balcı:451). Bu kültürleşme ile ilgili ilk çalışma olmamasına rağmen, antropolojik anlamda ilk kapsamlı tanım özelliğini taşımaktadır (Berry, 2008:330'den Akt: Gülnar & Balcı:451).

Kültürleşme, kültürel değişimin daha geniş kapsamda sadece bir boyutu olarak ele alınmaktadır ve asimilasyondan ayrı tutulmaktadır. Belki de en önemlisi, kültürleşmenin sadece asimilasyon olmadığına dair yapılan belirgin teşhistir. İkinci önemli özellik ise kültürleşmenin çift taraflı olmasıdır. Bu öyle bir süreçtir ki yalnızca baskın olmayan gruplardan daha çok her iki grupta da değişiklikleri beraberinde getirebilir (Redfield et al., 1936:149-152; Berry, 2008:330'den Akt: Gülnar & Balcı:451).

Roebbers'a (1997:10) göre kültürleşme, farklı iki kültürün sürekli ve doğrudan temasla ortaya çıkan kültürel değişimidir (Akt: Karataş, 2006:35). Herkovics'in anlayışına göre ise kültürleşme, iki kültürün birbirini karşılıklı şekilde etkilemesidir (Akt: Karataş, 2006:35). "Hoerder (Akt: Aengenvoort, 1999:246), kültürleşme sürecini ikinci sosyalizasyon aşaması olarak değerlendirerek göçmen özelinde, değişimi alıcı toplumun içinden bir 'yeniden biçimlenme' olarak görür, Schoeck (Akt: Schrader, 1979:64) daha farklı bir tanımlama getirerek kültürleşmenin ancak birey veya grupların kendi öz kültürlerine dönerken beraberlerinde yabancı kültürün bir unsurunu götürmeleri durumunda oluşabileceğini iddia eder" (Akt: Karataş, 2006:35).

Güvenç'e (2010:121) göre kültürleşme, kültürel yayılma süreciyle gelen maddi ve manevi öğelerle, başka kültürden birey ve grupların belli bir kültürel etkileşime

girmesi ve karşılıklı etkileşim sonunda her ikisinin de değişmesi sürecidir. İki ya da daha çok sayıdaki kültür grubunun aşağı yukarı sürekli ilişki ve etkileşimi sonucunda gruplardan birisinin ötekine ait kültürel öğeleri kabul etmesi, benimsemesi ve ortaya yeni bir kültür bileşiminin çıkması süreci olarak da tanımlanabilir. (Akt: <http://books.google.com.tr>). Çağlar (2011:64) ise kültürleşmenin, yerli kültürün belli öğelerine adapte olmak olduğunu belirtmektedir. Bu durumda kişi asla kendi etnik kimliğini terk etmez, sadece göç ettiği ülkenin dili gibi belli öğelerini öğrenir ve topluma öyle adapte olmaya çalışır (Akt: <http://books.google.com.tr>).

Kültürleşme, orijinal kültürel değerlerdeki değişiklik düzeylerine göre üç temel biçimde ele alınabilir. Birincisi; *yerlileri yabancılardan üstün gören hareket* (değişime direnç); ikincisi; *çift kültürlülük hareketi* (kültürel öğelerin yeni bir çerçevede yeniden bir araya getirilmesi); üçüncüsü; *asimilasyon hareketi* (değişimin kabulü) olarak karşımıza çıkmaktadır (Chang, 1972:15'den Akt: Gülnar & Balcı:451). Melkote ve Liu (2000:75) ise kültürleşmeyi iki boyutta kavramsallaştırmaktadır: *Davranışsal kültürleşme* ve *değer kültürleşmesi*. *Davranışsal kültürleşme*, ev sahibi kültürün dili, adetleri ve yaşam tarzını içeren kültürün daha açık ve gözlemlenebilir boyutlarına bireylerin aşamalı olarak adaptasyonunu içermektedir. *Değer kültürleşmesi* ise daha az belirgindir ve bireyin ev sahibi kültürün temel değerlerine aşamalı uyumunu kapsamaktadır (Akt: Gülnar & Balcı:451-452).

Bogardus (1949:127) kültürleşmeyi: “iki veya daha fazla kültürel sistemin, beşerî ilişkiler vasıtasıyla ayrı bir kültür sistemi geliştirmesi süreci” olarak tanımlar ve üç tip kültürleşme belirtir. İlki, *körlemesine kültürleşmedir*. Bu kültürleşme insanların birbirlerine yakın yaşaması ile mal ve hizmet ilişkisine girmeleriyle kendiliğinden gelişen kültürel özelliklerinin ortaya çıkmasıdır. İkincisi, *empoze kültürleşmedir*. Empoze kültürleşmede bir diğerine baskı yapmak suretiyle kendi özelliklerini diğerine dayatmak esastır. Üçüncüsü *demokratik kültürleşmedir*. Bu kültürleşme her kültürün temsilcilerinin diğer kültürleri kendi tarihi ve değerleri sistemi içinde kabul etmesinden oluşur (Bogardus, 1949:9-12-127'den Akt: Birkök, 1994:26).

“Arends - Toth (2003:12), göçmen veya azınlık alt kültür gruplarının mensuplarında kültürün korunması ve adaptasyon arasındaki ilişkinin üç biçimde tanımlanabileceğini, buradan da üç farklı kültürleşme modeli doğduğunu göstermiştir. Bu modellerden birincisi ve en bilineni Gordon'a (1964) ait olan tek boyutlu modeldir. Bu model, kültürel değişim sürecini kültürel korumacılıktan adaptasyon yönünde, tek

boyutlu bir süreç olarak görmekte, göçmenlerin yeni kültürü elde ettikçe zamanla köken kültürlerini kaybedeceklerini öngörmektedir. Kültürel uyum hızı kişiden kişiye değişebilir, kişiler kültürel kimliklerinin seçiminde genelde özgür değildir. Birçok kişi için sonuç yeni kültüre mutlak uyumdur. Böylece bu modelde, kültürleşmenin iki temel ve zıt yönü olan kültürel korumacılık ve kültürel adaptasyon, iki zıt kutup olarak ele alınmıştır. Bu durumda etnik azınlıkların mensupları öz kültürleri ve hâkim grubun kültürü arasında bir seçim yapmak zorundadır. Gordon (1964) için, göçmenlerin asimilasyon sürecinin doruk noktası yeni ülke tarafından önyargı ve ayrımcılık eksikliğiyle gruplar arası çatışma olmamasıdır” (Akt: Akıncı, 2014:31).

“Kültürel uyum araştırmalarında kullanılan iki boyutlu model, Berry’nindir (1980). Bu modelde kültürel korumacılık ve adaptasyon, iki bağımsız boyut olarak sunulmakta, kişinin kendisini bir kültürle tanımlamasındaki yükselişin, diğeri bir kültürle tanımlamasında gerileme gerektirmediği ileri sürülmektedir. Kültürel korumacılık ve adaptasyonun birleştirildiği bu modelde, Berry (1980) dört kültürleşme davranışı ortaya çıkarmaktadır: *asimilasyon*; bir azınlık grubun öz kültürünü bırakıp değer, gelenek ve tutumlarında, çoğunluk grubunkileri benimsemesi, *entegrasyon*; kendi köken kimliklerini koruyarak çoğunluk kültürünkileri kabullenmesi, *ayırıcılık yani segregasyon*; kendi kültürüne ait özelliklere sıkıca sarılıp hâkim kültürü reddetme ve *marjinalleşme*; her iki kültürle de ilişkilerini asgari düzeyde tutma olarak açıklanmaktadır. Daha sonra Berry (2003), kültürleşmeyi ya da kültürel uyumu bireysel ve grup süreci olarak iki seviyeye ayırmıştır. Bu model, Bourhis vd. (1997) tarafından alınıp gruplar arası ilişkilere ve sürecin iki boyutlu görünümüne daha fazla önem veren etkileşimli kültürel uyum modeli (Interaktif Acculturation Model) adı altında geliştirilmiştir (ayrıntılar için bk. Wagner 2010)” (Akt: Akıncı, 2014:31).

Karataş (2006:37)’ın aktardığına göre Berry (Akt: Roebbers 1997:17), psikolojik kültürleşme sürecinin beş aşamadan oluştuğunu belirtmektedir. Bunlar; “*Temas Öncesi Aşama*: Bu aşamada iki veya daha fazla kültürel grup, birçok kültürel nitelikleriyle az veya çok yan yana ama doğrudan bir temas kurmadan yaşar. *Temas Aşaması*: İkinci aşamadan farklı olarak bireyler kültürlerde buluşur. Meydana gelecek entegrasyon ile karşılıklı kültür alış-verişinde bulunurlar. *Çatışma Aşaması*: Zamanla ve artan ilişkilerden dolayı farklı kültürlerin üyeleri arasında bir ‘gerilimli alan’ oluşur. Burada başat olmayan gruba, egemen grup çizgisinde kendisini değiştirme baskısı gelir. Bu durumda eğer baskı süreci uzarsa ve iki kültür arasındaki fark çok büyükse veya azınlık

kültürünün üyeleri asimile olmaya hazır değilse o zaman dördüncü aşamaya geçilir. *Kriz Aşaması*: Bu aşamada çatışma yükselir ve bir çözüme ulaşılması gerekir. *Uyarlama Aşaması*: Bu aşamada farklı olan gruplar veya bireyler arasındaki kültürel ilişki sağlamlaşır” (Karataş, 2006:37).“Sonuncu model olan üç boyutlu füzyon modelindeyse, kültürleşmenin iki ana boyutu karışmakta, her iki kültüre de benzemeksizin en iyi yönlerini içeren, yeni, bütünleşmiş bir kültür ortaya çıkmaktadır” (Arends-Toth, 2003:13’den Akt: Akıncı, 2014:33).

Buradan hareketle özgün bir tanım yapmak gerekirse kültürleşme, yabancı bir ülkede bulunan bireyin, içinde bulunduğu kültürü de değiştirecek biçimde kendi kültürel tutumlarını ve davranışlarını yeni kültüre istekli bir biçimde uyumlu hale getirme süreci olarak tanımlanabilir (Gülner & Balcı:452). Turan (1997:33)’a göre akültürasyon, belirli bir kültürün, farklı bir kültürle karşılaşması sonucu bir takım unsurları içererek kısmen ya da tamamen erimesidir. Akültürasyon, kural olarak hâkim kültürün lehine sonuçlanmaktadır.

1970’den itibaren Türk göçmenlerin değişimiyle ilgili gerek Almanya gerekse Türkiye, göçmenlerin özgül olarak yaşadıkları değişimi anlama üzerine değil aksine bu değişimi belli kategoriler altında sınıflandırma çabası göstermektedir. Bu çaba göçmen kabul eden toplum tarafından ‘Alman kültürünün eritici gücü’ ve göç veren toplum tarafından ‘Türk kültürünün yozlaşmaya karşı direnci’ olarak şekillendirilmiş ve bu özellikler kültürle ilişkilendirilerek ‘kültürel bir meydan okuma’ haline getirilmiştir. Bu durum değişim olgusunun önüne geçerek tipik bir ‘gerilimli alan’ oluşturmaktadır. Kültürleşme sürecini bu perspektiften ele almak özgül değişimi anlama çabasını engellemektedir. Bu durumda gruplardan ziyade bireylerin ele alınarak onların içinde bulunduğu durum değerlendirilmelidir. Çünkü kültürün korunması için yapılan karşı tepkiler de birer kültürleşme türü olarak ele alınmaktadır. Bireysel olarak ortaya çıkan kültürleşme sosyalizasyon yardımıyla açıklanmalıdır. Çünkü sosyalleşme şekli yukarıda aktarılan ‘gerilimli alan’dan bağımsız olarak gerçekleşebilir. Genellikle Türkiyeli göçmenlerin kültürleşme konusu, göçmen çocukların sosyalizasyonunda ortaya çıkmaktadır. Göçmen çocukların yaşadıkları sosyalizasyon ‘çoklu’ bir durum olmakta ve zamanla birey kendini gerilimli alan içinde kendine uygun gördüğü bir yere konumlandırmaktadır. Kişinin kendini konumlandığı bu yer genelde her şeyin çoklu okunduğu bir alan olduğu için ‘melez kültür’ alanını yaratmaktadır (Karataş, 2006:36).

1.3.2.1. Entegrasyon (Uyum)

Bir ülkeden başka bir ülkeye göç eden vatandaşların, göç ettikleri ülkede yaşadıkları sorunlar ve ülkeyle bütünleşmeleri konusunda ele alınan çalışmaların ilk zamanlarında göçmenlerin göç ettikleri ülke toplumuna uymaları anlamına gelen “*adaptasyon*” kavramı kullanılmıştır. Ancak zamanla; göçmen vatandaşların yeni kültüre uyum sağlamasının yanı sıra kendi etnik kültürlerini de devam ettirebilmeleri anlamını içeren “*entegrasyon*” kavramı tercih edilmeye başlanmıştır. “Çünkü; aynı ülkenin sınırları içinde yaşayan bu kültür grupları ile kurulan iletişim de kültürlerarası özellik taşımakta” (Kartari, 2006:12’den Akt: Şahin, 2010:105) “ve farklı kültürlerin hem kendilerini korumak hem de yeni toplumla bir arada yaşamak istediklerinde bunu sağlamak için entegrasyondan başka bir yol görünmemektedir” (Bilgin, 2007:265’den Akt: Şahin, 2010:105).

Sosyoloji, 19. yüzyıldan itibaren entegrasyon kavramıyla yakından ilgilenmiştir. Entegrasyon alanındaki çalışmaların temelini Durkheim’in (1986) sosyal uyum, sosyal çözülme ve uyumsuzluk konusundaki görüşleri oluşturmaktadır. Yine o dönemlerde entegrasyon konusuyla yakından ilgilenen Weber (1970), entegrasyon konusunu *dahil etme* (inclusion) ve *dışlama* (exclusion) bağlamında ele almıştır. Ancak Parsons’un (1951) entegrasyon bağlamında ele aldığı sosyal düzen konusundaki yaklaşımları günümüzdeki entegrasyon ve sistem entegrasyonu çalışmalarını önemli ölçüde etkilemiştir. Sosyal düzen üzerine yoğunlaşan Parsons, bu sistemin alt sistemlerini belirleyerek sistemler arasındaki denge üzerine odaklanmıştır. Günümüzdeki entegrasyon çalışmalarına yön veren Lockwood (1964), entegrasyonu sosyal entegrasyon ve sistem entegrasyonu şeklinde ayırmış ayrıca Habermas (1984), Esser (2000) gibi entegrasyon alanında önemli çalışmalar yapan bilim adamlarını etkilemiştir (Şahin, 2010:106).

Günlük yaşamda en yaygın kabul gören ifadeyle entegrasyonunun tanımını, “azınlıkların çoğunluk içindeki yaşamını, kendi özünden uzaklaştırmadan veya değiştirmeden, o toplum içinde uyumlu yaşamasını sağlamak” şeklinde yapan Öztürk (253), entegrasyon sürecinin tek yönlü işleyen bir süreç olmadığına dikkat çekmektedir. Castles & Miller (2008:362), amacının azınlıkları hakim kültür içine çekmek olan entegrasyon politikalarını, “asimilasyonun daha yavaş ve kibar biçimi” şeklinde değerlendirmektedir (Akt: Özmen, 2011:397). “Asimilasyon ile entegrasyon arasında kesin bir sınır çizmek zor olmakla birlikte” (Somersan, 2004:92’den Akt: Özmen,

2011:397) “entegrasyon, kesinlikle hâkim kültür içinde erimek, asimile olmak değildir. Ancak asimilasyon entegrasyonun son evresi veya olası sonuçlarından biri olarak görülebilmektedir” (Faist, 2003:307’den Akt: Özmen, 2011:398).

Göksu (2000:82) ise entegrasyonu, bir ülkede yaşayan çeşitli kesimden insanları bir araya getiren, birbirine yaklaştırıp birbirleriyle kaynaşmalarını sağlayan bir kavram olarak açıklamaktadır. “Bu anlamda entegrasyon, ortak unsurların bir araya getirilmesi ve ortak olmayan hususlarda ise karşılıklı hoşgörüyü olanaklar dahilinde anlaşmayı ifade eder. Ortak olmayan hususlarda hakim unsur anlaşmıyor, kendi değerlerini diğerine empoze ediyorsa orada tek taraflı entegrasyon ya da diğer bir deyişle asimilasyon söz konusudur.”

“Uyum” kavramı modern toplumların en demode ve dahası monokültür iddialı hatta totaliter içeriği ile tehlikeli kavramlarından bir tanesidir. Bu kavramın yerine “karşılıklı uyum” ya da “katılım” kavramlarının kullanılması gerekmektedir. Uyum kavramı ve hatta tolerans (hoşgörü) kavramı, içerisinde “tahammül”ü barındırmaktadır. Uyum bir tabiiyet olgusu olarak da görülebilir. “Leitkultur” kavramı da bu ilişkiyi ifade etmek amacıyla geliştirilmiştir. Toplumun yerleşik kültürüne tabii olmak asli hedeftir, bunun tersi bir durumda uyum (entegrasyon) gerçekleşmemiş sayılır. Aslında uyum konusuna bu şekilde yaklaşmanın modern toplumlarda gereği de yeri de yoktur. Toplumda yer alan ve yabancı diye hitap edilen insanların buldukları topluma uyumu tek başlarına onların elinde değildir. En az bunun kadar önemli olan diğer bir husus da yerleşik toplumun “kabul kültürü”nün gelişmesidir. Bu, tam bir uyum için vazgeçilmez bir unsurdur (Erdoğan, 2014:68).

Yukarıda yapılan tanımlara kıyasla Alman bilim adamları ve politikacıları entegrasyonu farklı şekilde ele almaktadır. Almanya Federal Hükümeti eski yabancılar sorumlusu Bayan Liselotte Funcke’nin tanımına göre entegrasyon, “*Yabancıların ulusal, kültürel ve dini özelliklerine saygı göstererek, onları ayırım yapmaksızın topluma ve meslek yaşamına kaynaştırmaktır*” şeklindedir (Şen, 2006:115).

Entegrasyon kavramının ilk defa politikacılar tarafından kullanıldığını belirten ve sözcüğün anlamını açıklamak için Politoloji sözlüğüne başvuran Beck (1987:374) entegrasyonu, “kendi başına buyruk ve parçalar halindeki unsurların birleşip kaynaşması, birleşik bir bütünlük oluşturması sürecidir. Eğer bir grup ya da çeşitli sosyal gruplar bir araya gelerek, toplumsal bir birlikteliğe doğru yönelmiş bir sistem meydana getiriyorsa, bu sistemin üyesi olmak yolunda iseler, bu sürece ‘Entegrasyon

(bütünleşme)’ denmektedir” şeklinde açıklamıştır (Akt: Turan, 1997:23). Şen (1987:17), entegrasyonu göçmenlerin “milli, kültürel ve dinsel özelliklerine saygı göstererek, onlara karşı diskriminasyon yapmadan” onları sosyal ve kültürel hayatın bir parçası haline getirmek olarak tanımlamaktadır (Akt: Göksu, 2000:86). Entegrasyon sürecinde azınlık toplumu hâkim toplumla karşılaştığı zaman oluşabilecek ilk sonuç hâkim kültür tarafından önerilen normların toplumun bütün fertlerince uygulanmaya başlanmasıdır. Böyle bir durumda azınlık konumundaki toplum, kültürel açıdan değişmekte ve asimile olmaktadır. İkinci mümkün sonuç, hâkim kültürün azınlık kültüründen aldığı normlarla sosyal bir bütünlük oluşturmasıdır. Üçüncü olası sonuç, hem azınlık kültürü hem de hâkim kültür temelde çatışma yaratan normlarından vazgeçerek her iki kültürün sosyal düzen kurabileceği yeni bir kültürel norm sisteminin meydana getirilmesidir. Doğabilecek dördüncü sonuç ise, “*yaratıcı intibak*” olarak adlandırılmaktadır. Yaratıcı intibakta, her iki kültürün de temel menfaatlerinden ödün verilmeden iki toplum açısından da kabul edilebilir en iyi çözüm yolları aranmaktadır (Birkök:1994).

Tanımlamaların neredeyse tümünde bu kavram, analitik ve sınırları belli olmayan kaygan bir zemin üzerine yerleştirilmektedir. Bu nedenle kavram bilimsel bir konu gibi görünmekten çok politik bir kavram gibi durmaktadır. Ne var ki, “entegrasyon kavramının kişiler veya gruplar arasında hangi farklılıklarla tanımlandığı değil, hangi farklı durumlar için kullanıldığı önemlidir. Mesela, yapısal işlevselciler entegrasyon ve asimilasyon kavramlarını aynı anlamda kullanmaktadır” (Hupka, 2003 – Schrader vd. 1979’dan Akt: Karataş, 2006:62). Yine benzer şekilde göçmenler de her türlü ‘uyum’ söylemini ve pratiğini asimilasyon olarak algılayıp değerlendirmektedirler (Karataş, 2006:62). Çok zor da olsa entegrasyonun sınırlarını belirlemek bu noktada çok önemlidir. Öyle ki, göçmenleri kabul eden toplum ve hükümet, göçmen kişi veya gruplardan doğrudan entegrasyon istemektedir. Kavramın sınırlarının belirlenmediği bir durumda göçmenlerin kafalarında karşı tarafın kendilerinden ne istediği belirmemektedir. Mesela, Almanya’nın entegrasyon adına göçmenlerin önüne koyduğu ‘öncü kültür’ kavramı göçmenler tarafından anlaşılammıştır (Karataş, 2006:62). Göçmenlerin kendi okullarını açmaları onların kendi kültürlerini öğrenmeleri, milli kimlik kazanmaları ve kültürlerinin devam ettirilmesi açısından önemli görülürken bir kesim ise bu duruma karşı çıkmaktadır. Karşı çıkanlar bu okullara giden göçmen çocukların toplumdan kopacağını ve bu durumun entegrasyonu önleyeceğini savunmaktadır. Onlara göre entegrasyonun en önemli parçalarından biri olan dil

öğrenimi zayıflayacak ancak bir taraftan da çokkültürlü eğitim sabote edilmiş olacaktır (Göksu, 2000:86).

SEKPOL inisiyatifi tarafından Almanya genelinde temsili örneklem yoluyla belirlenmiş 1.083 Türk göçmen ile telefon aracılığıyla yapılan bir araştırmanın sonuçlarını değerlendiren Erdoğan (2014:73), Almanlar için Almanya'daki Türklerin uyum noktasında büyük bir sorun teşkil ettiğinden bahsetmekte ve Almanlara göre Türkler uyuma adeta direnmektedirler. Fakat Türklerin hangi davranışları sergilediğinde ya da hangi sosyo-kültürel vb. kurallara uyduğunda uyumlu sayılacağı da açık değildir. İsimlerinin, yaşam biçimlerinin hatta dinlerinin değişmesinin mi beklendiği açık değildir. İşte bu belirsizlik, Türkler tarafından bilinçli ya da bilinçsiz olarak hiç de hoş karşılanmayan “asimilasyon” kavramını gündeme taşımaktadır. Türkler için ise entegrasyon sorun değildir. Türkler “entegre” olmayı yasalara, geleneklere uymak, otoriteyi kabullenmek ve yerli halkın sosyal yaşamında sorun yaratmamak şeklinde algılamaktadır. “Türkler uyumu genel olarak, kendi kültürel değerlerini ve özellikle de anadil, din, anavatanla güçlü bir bağlantı gibi hususları terk etmeden yükümlülüklerini yerine getirmek ve yaşadıkları topluma saygılı olmak” şeklinde anlamaktadırlar. Bu kapsamda da elli yılı aşan göçmenlik sürecinde neredeyse hiçbir toplumsal sorun yaratmamayı yeterli bir uyum unsuru olarak görmektedirler. Anadolu kültürünü yaşayan, Müslüman, ve Türkiye'yi çok seven ama aynı zamanda yaşadıkları vatanlarına da sadakat içinde olmayı entegrasyon için gerekli ve yeterli görenlerle, bunu gerekli ama yetersiz görenler çatışmaktadır (Erdoğan, 2014:73-74).

Birsen Şahin (2010:145-146) tarafından Almanya'da yaşayan Türklere yapılan araştırmaya göre ise de Almanya'da yaşayan Türklerin entegrasyon kelimesinden anladıkları; bulunulan ülkenin kurallarına göre yaşamak, içinde yaşanılan ülkenin dilini bilmek ve yaşanılan ülkede suç işlememektir. Almanya'daki Türklere göre ise Almanların entegrasyondan anladıkları; “Almanlar gibi yaşama beklentisi ya da kendi kültürünü unutup Alman kültürüne uyum sağlama şeklindedir”. Şahin'in (2010:145-146) elde ettiği araştırma sonuçlarına göre ise katılımcıların bir kısmı “Almanların entegrasyondan ne anladıklarını bilmediklerini söylemişlerdir. Ayrıca katılımcılar genellikle Almanların kendilerini Alman toplumuna entegre olamamış olarak gördüklerini belirtmişlerdir”.

“Türk Topluluğu ‘Türkiye gerçeğinden gelerek, Almanya gerçeği içinde’ yaşamaktadır. Öyleyse, kültür ve sanat faaliyetleri de ‘... ne Türkiye'nin uzantısı ne de

Almanya'nın kopyası olabilir. Her ikisinden de kaynaklanan fakat 'kendi bağımsız gerçeğini vurgulayan' bir yapılaşma söz konusu olmalıdır. 'Bu denge böyle sürdüğünce, bir çoğunluk içinde, özdeşliğini yitirmeyen bir azınlık olarak kalırız' denilmektedir. 'Demokratik Entegrasyon'dan bu anlaşılmıştır. Bu dengenin bozulması halinde, asimilasyonun meydana gelmesi kaçınılmaz olacaktır ki, '... bu da bizim yok olmamız demektir' şeklinde çeşitli kaygılar dile getirilmiştir" (Ören, 1980'den Akt: Turan, 1997:23). Ancak azınlıkların her ülkede bir asimilasyon ya da tam bir uyum süreci yaşadıklarını söylemek mümkün değildir. Bazı göçmenlerin göçmen kimliklerini koruyarak buldukları ülkeye entegre olmak istemeleri farklı alternatifler üzerinde düşünmeyi zorunlu kılmıştır. Bu çerçevede çok kültürlülüğü yansıttığı belirtilen mozaik modeli ön plana çıkmıştır. Örnek model olarak Kanada'nın gösterildiği bu sistemde grup kimliği (Quebec Fransızları) korunarak da bir entegrasyon yaşanabileceği belirtilmektedir. "Mozaikte bir erimeden veya asimilasyondan çok, grup kimliği farklılıklarının ifadesine de olanak veren bir uyumdan söz edilmektedir." Böylelikle asimilasyon olmadan da bir entegrasyonun gerçekleşebileceği vurgulanmaktadır (Lucassen, 2005'den Akt: Kaya:157-158).

İşçi olarak Avrupa ülkelerine göç eden Türkler göç ettikleri ülkelerde çok farklı sıkıntılarla karşı karşıya kalmıştır. Göç eden ilk kuşaktan itibaren sonraki her kuşak kendi döneminde kendine özgü sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır (Bedirhan, 2009:3). Geleneksel değerlerine bağlılık ve eğitim düzeylerinin düşük olması sebebiyle Türk göçmenler, göç ettikleri Avrupa ülkelerindeki modern hayata uyumda zorlanmışlardır (Türkdoğan, 1977:99'dan Akt: Bedirhan, 2009:3). Hâkim kültürle bir arada yaşama deneyiminin başarısızlığı ve karşılıklı dışlama olgusu, Türklerin içinde buldukları topluma uyumlarının olumsuz değerlendirilmesi için yeterli bir nitelik olarak görülmektedir (Bedirhan, 2009:3).

Ancak bazı araştırmacılar, Türk göçmenlerin Avrupa'ya uyum sağlamada başarısız olduğu kanısına varmanın acelecilik olduğu görüşündedir (Kaya, 2005a'dan Akt: Kaya:158). Dünyanın hiçbir yerinde birinci kuşak göçmenlerin gittikleri yeni ülkeye tam bir uyum içinde entegre oldukları görülmemiştir. Entegrasyon süreci daha çok ikinci kuşakla birlikte başlamaktadır. "Ayrıca özellikle Türklerin Avrupa'daki entegrasyonu söz konusu olduğunda gündeme gelen "kültürel farklılık" yaklaşımı entegrasyonun başarısı veya başarısızlığını tek başına açıklayacak nitelikte değildir. Çünkü ABD örneğinde görüldüğü gibi göçmenlerin eğitim durumları, sosyal statüleri ve

o ülkenin diline hâkimiyet durumları en az kültürel farklılıklar kadar önemli unsurlar olarak dikkat çekmektedir” (Kaya:158). Yine pek çok Avrupa ülkesinde tarihsel nedenlerden kaynaklanan Müslüman karşıtı önyargılar yüzünden Müslüman göçmenlerin entegrasyon süreci olumsuz şekilde etkilenmektedir. Çünkü göçmen grubun gittiği ülkeye uyumunu etkileyen en önemli faktörlerden biri de göçmen kitlenin gittiği ülkede gördüğü kabuldür. Eğer bir göçmen ülkedeki diğer göçmenlerle kendini kıyasladığında eşit muamele görmediği kanısına varıyorsa bu durum, onun ülkeyi benimsemesi ve toplumun bir parçası olduğu düşüncesi noktasında bir takım sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Ve bu tür önyargılar bir takım yasal düzenlemelere tabi tutulursa bu kez de göçmenlere karşı gösterilen davranış ve tutum farklılıkları daha da somutlaşmış olur, ki bu durum göçmenlerin göç ettikleri ülkeye olan güvenlerini ve kabul görme duygularını olumsuz yönde etkiler (Alba, 2005’den Akt: Kaya:159).

Entegrasyon konusunun, yabancıların hukuki pozisyonlarını açıklamak için iyi bir örnek olduğunu dile getiren Toker (1988:54), Almanya’nın belirlediği entegrasyon ölçütlerinin Almanya’daki Almanlara uygulanması halinde pek çok Almanın sınıfta kalacağını ifade etmektedir. Almanya’da yaşayan dazlakları ya da sosyal yardım ödeneği alan Almanları bu duruma örnek gösteren Toker (1988:54), Almanya’nın entegrasyona bakış açısını, “bizim Almanya’ya uyum gösterip göstermediğimize karar verirken uygulanan ölçütler dazlaklara uygulanacak olsa ya da sosyal yardım almak durumunda kalan Almanlara uygulanacak olsa, onların da sınır dışı edilmeleri gerekir. Tabi bunu arzu etmiyoruz. Ama burada ölçüt olarak getirilen sadece kendi çıkarları. Demek istediğim, bizim uyum derecemizi, kendi özelliklerini ölçüt olarak değerlendiriyorlar. Örneğin; bir Alman spor kulübünde hiç üye Türk Hanım yoksa Türk kadınları uyum gösteremiyor oluyor. Kendilerini dünyanın merkezi olarak görüyorlar. Yabancıların uyumu, bu topluma dış görünüş olarak ne kadar yaklaşmış olduklarıyla ölçülüyor” sözleriyle açıklıyor (Toker, 1988:54).

Erdoğan (2014:67) da, bilim adamları tarafından belki de iyi niyetle yapılan bazı entegrasyon çalışmalarının ayrımcılığın temelini oluşturmaya başladığını belirterek “Almanya’da yaşayan yabancılar içinde en uyumsuz olanlar Türkler, çünkü yaptığımız araştırmaya göre Türkler diğer Polonyalı, Yugoslav, İtalyan, Yunan vb. göçmenlerle karşılaştırıldığında kendi çocuklarına en az Alman ismi verenlerdir. Bu da entegre olamamanın bir göstergesidir” şeklinde çalışmalara bile kapıların açıldığını ifade etmektedir. Erdoğan, yanlış sorularla doğru cevaplar bulunamayacağını, benzer

araştırmaların Doğu ve Batı Almanya arasında, Katolik ve Protestan Almanlar arasında, Kuzeyli ve Güneyli Almanlar arasında yapılması halinde ortaya çıkacak olan sonucun büyük farklılıklar barındırıp barındırmayacağını sorgulamaktadır (Erdoğan, 2014:67).

Görülüyor ki, entegrasyon problemleri kapsamında ortaya çıkan sorun alanları çok çeşitlidir. Ancak göçmen toplumun sosyo-kültürel boyutu dikkate alındığında ve yapılan araştırmalar incelendiğinde en fazla öne çıkan sorun alanlarının başında, “dini tutum ve davranışlar, ibadetler, kültürel tutum ve davranışlar, günlük ilişkilerde karşılaşılan ön yargılar, dil sorunu ve yabancı düşmanlığının” başı çektiği görülmektedir (Yavuz, 2013:622). Almanya gibi çokkültürlü toplumlarda yapısal ve kültürel uyumun sağlanması çok yönlü ilişkileri barındıran karmaşık bir süreçtir. Ne yalnızca iş bölümü ne de yalnızca kurumların birbirleriyle ilişkilerinin uyumlu olması entegrasyon için yeterli bir ölçüt değildir. Çokkültürlü ve çok etnikli bir ortamda entegrasyonun sağlanabilmesi, toplumda yaşayan farklı etno-kültürel grupların ülkedeki her türlü imkândan eşit bir biçimde faydalanabilmesi ve etnik grupların arasında çatışmaya yol açabilecek unsurların yer almamasına bağlıdır (Toksöz, 2006:36’den Akt: Özmen, 2011:397).

Göçmen Türklerin bir kısım sosyal, ekonomik ve siyasal göstergeleri (eğitim durumları, siyasal ve ekonomik katılım, farklı etnik gruplarla evlilik gibi) incelendiğinde pek çok açıdan göçmen Türklerin hâkim topluma göre daha olumsuz şartlarda yaşadıkları görülmektedir. Ancak uyumun çok uzun bir süreç olduğu göz önüne alındığında bu tür farklılıkların zamanla aşılacağı unutulmamalıdır. Ayrıca Türk göçmenlerin büyük çoğunluğunun Türk toplumunun kırsal kesimlerinden geliyor olması bu göçmenlerin uyum sürecine daha empatik yaklaşmayı zorunlu kılmaktadır (Kaya:159-160). Wagtendonk (1993:8), entegrasyonu engelleyen en büyük sorunun ne din ne de başka bir neden olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre entegrasyonu engelleyen en büyük unsur yabancılar arasında yüksek orandaki işsizliktir. Yapacak iş bulamayan göçmenler kendilerini dini çevrelere vermekte ve toplumdan izole olmaktadır (Akt: Göksu, 2000:89). Gilles Kepel ise yabancıların uğradıkları hayal kırıklığı neticesinde bunu aşırı dindarlıkla kapatmaya çalıştıklarını savunmakta ve Müslümanlara ‘ibadet makinaları’ demektedir (Akt: Göksu, 2000:89).

“Wantendok’un aksine Güngör (1993:18), Türklerin dine daha sıkı sarılmalarını işsizlik harici nedenlere bağlamaktadır.” Güngör’e göre, Almanya’daki Türkler yabancı bir toplumun içinde azınlık konumunda bulunmaktan dolayı oluşan savunma hali,

dışlanma, hor görülme, ayrımcılığa tabi tutulma gibi faktörler nedeniyle dini inanç ve milli kültürlerine daha sıkı bağlanmışlardır (Akt: Göksu, 2000:89).

Berlin Nüfus ve Kalkınma Enstitüsü'nün 2009 yılı Ocak ayında yayınladığı rapora göre, Türklerin entegrasyonunu engelleyen iki temel faktör bulunmaktadır. Bunlardan ilki; Türk kültürünün Alman kültüründen uzak olmasıdır. İkinci faktör ise, dil olgusu dolayısıyla Türklerin eğitimde başarısız olmalarıdır (Alacacıoğlu, 2009:299'dan Akt: Adıgüzel, 2011:235). Staudacher ise Türklerin entegrasyonunun önündeki engelin yalnızca dil sorunu olmadığını, Türklerin bilinçli bir şekilde kendilerini yerli toplumdaki soyutladığını, kültürel ve sosyal değerlerini, yaşam tarzlarını kendi içlerinde oluşturdukları kapalı toplumlarda muhafaza etmeye çalıştıklarını iddia etmektedir (Akt: Adıgüzel, 2011:239). Buna karşılık Martin (1991:84), Türk göçmenleri "görülebilir Türkler" ve "görünmez Türkler" olarak sınıflandırmaktadır. Martin'e göre görülebilen Türkler, Almanya'ya ilk gelen kuşaktır ve bu kuşak köylerinden kalkıp sanayileşmiş bir topluma uyum sağlamak zorunda kalan yoksul insanlardan oluşmaktadır. Görünmez Türkler ise, ikinci ve üçüncü kuşak Türklerdir. Bunlar doktor, mühendis, şirket yöneticisi gibi okumuş ve uzman personellerden oluşmaktadır. İkinci grubun Türklüğü ise Almanlar tarafından hemen anlaşılabilir (Göksu, 2000:90).

Bonn Büyükşehirliği de Türklerin entegrasyon sorununu açıklarken, Türklerin Almanya'ya farklı bir kültürden geldiklerini ve Hıristiyan ortama uyum sağlamayacaklarını belirterek Türklerin geldikleri ortama geri dönmeleri halinde kendi ülkelerine daha kolay uyum sağlayacaklarını belirtmiştir. (TCBB, 1999a'dan Akt: Göksu, 2000:84). "Ancak 2005'te yürürlüğe giren ve göç yasasını çıkarıncaya kadar bir göç ülkesi olduğu gerçeğini kabullenmeyen Almanya, yaklaşık elli yıldır birlikte yaşadığı göçmenleri "yabancı" statüsüne tabi tutmaktadır. Türkler ve diğer yabancılar "Alman ırkının saflığını bozar" inancıyla dışlanmakta, Avrupa'nın en sıkı vatandaşlık kanunlarıyla bu dışlanma anayasal bir zemine de oturtulmaktadır" (Küçükcan, 2009:305'dan Akt: Adıgüzel, 2011:234). "Her türlü yasal eşitsizlikler içerisinde kendini hukuken savunmadan bile yoksun bu insanların iş gücü piyasasındaki dolanımı, yedek işgücü ve konjonktürel Tampon (konjunkturpuffer) olarak görülmüş ve problematize edilmeye çalışılmıştır" (Bielefeld, 1988:104-105'dan Akt: Turan, 1997:75). Her türlü yasal eşitsizliklerden doğan sorumluluklar, oturma ve çalışma izinlerinin keyfi dağılımı sonucu ortaya çıkan sıkıntılar, okul ve eğitim planındaki yetersizlikler gibi pek çok

sorundan Türk topluluğu sorumlu tutularak entegrasyon için gerekli olan tüm koşulları Türklerin kendi çabalarıyla elde etmeleri gerektiği ve uyum için ne gerekliyse onu yapmaya zorunlu oldukları düşüncesi güdülmüştür. Başarısızlık, Türk toplumunun kendi beceriksizliği olarak algılanmıştır. Alman toplumu ise, toplumsal hayatın her aşamasında Türk insanıyla yüz yüze gelmekten kaçınmış ve Türklerle ilişkiler asgari düzeyde tutulmuştur. Üstelik Alman toplumu kendi sosyo-kültürel değer ve normlarının Türkler tarafından benimsenmesini ve kabul görmesini istemektedir. İşte kültürel çelişkilerle birlikte pek çok sorun da buradan kaynaklanmaktadır (Franz, 1981:59'dan Akt: Turan, 1997:76).

Almanya'ya göç eden Türk toplumu, yavaş yavaş Alman toplumuna entegre olması gerekirken entegrasyonu kendi içinde ve kendi kendine gerçekleştirmiş dolayısıyla Alman toplumuyla arasındaki ilişki “desentegrasyon” kavramıyla tanımlanmaya başlanmıştır. Bu oluşumun nedeni veya nedenleri olarak yalnızca yasal eşitsizlikler görülemez. “Yasal eşitlikle ilgili düzenlemeleri askıya alan; kazanılmış hakların önemli bölümünü de kâğıt üzerinde kalmaya mahkûm eden başlıca gerçek; Alman Toplumunun Türk topluluğuna yönelik daha önce sözünü ettiğimiz “farklı ve tepeden bakan” muamele yani “dışlama” (diskrimination) olgusudur. Bu olgu daha ilk adımda sosyal entegrasyonun önündeki en ciddi engeli teşkil etmiştir” (Turan, 1997:77). Bu durumu destekler nitelikteki yazısıyla duruma dikkat çeken Dünya Gazetesi Köşe yazarı Ferit Parlak (2011), sadece Türk vatandaşlarına tek taraflı vatandaşlık seçme konusunda baskı yapıldığını, kişinin; eşinin, annesinin, babasının ya da çocuğunun dil sınavını geçemediği takdirde Almanya'ya alınmadığını, çocukların ders saatleri dışında sigorta primi yatırarak ana dillerini öğrenmeleri gerektiğini, iş müracaatlarında Türklere negatif ayrımcılık yapıldığını ve Türk vatandaşlarına yönelik vize uygulamalarında resmi anlaşma ve protokollerin hiçe sayıldığını belirterek tüm bu konuların çözümü için ise Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin kararlarının beklenildiğine vurgu yapmaktadır.

“Alman hükümetinin Almanya'da yaşayan Türklere ‘özel’ uygulamaları ne hukuk ne de insan hakları açısından kabul edilebilir” diyen Posta Gazetesi Yazarı Candaş Tolga Işık (2011), “Alman pasaportuna sahip bir Türk, Türkiye'de yaşayan biriyle evlendi. Haliyle eşini yanına, Almanya'ya getirmek istiyor. Bunu yapabilmesi için eşinin Almanca sınavına girip bu sınavda başarılı olması gerekiyor. Bir başka deyişle kendisine “Almanca bilmeyen biriyle evlenemezsin” deniyor. Bu uygulama

sadece Türkler için geçerli! Oysa Almanya’da göçmen olarak yaşayan 7 millet var. Burada yaşayan Türklerin itirazı ise şu; Almanca öğrenmeye itirazımız yok, elbette öğrenelim ama sadece Türkler için böyle bir kanun çıkarmak Almanya’da Türklerle ikinci sınıf vatandaş muamelesi yapıldığının göstergesidir” açıklamasını yapmaktadır. Almanya’da yaşayan Türklerle özel bir başka uygulama ise çifte pasaport yasağıdır! 18 yaşına gelmiş bir Türk, karar vermek zorundadır... Ya Alman ya da Türk pasaportu taşıyabilir... İkisi birden olamaz! Ya Alman olacak ya da Türk! Almanya’da Türkler için bir başka önemli sorun da işsizliktir. Türkler arasındaki işsizlik oranının yüzde 30’lara dayandığı söylenmektedir. Berlin’de sokağa çıktığınızda bunu çok daha net bir şekilde görebilmektesiniz. Taksi şoförlerinin neredeyse tamamı Türk’tür. Neden? diye sorduğunuzda aldığınız cevap ise değişmemektedir. “Uzun süre iş aradım, bulamayınca mecburen taksi şoförlüğüne başladım. Türklerle başka iş vermiyorlar.”

Aynı konuya değinen Türkiye Gazetesi Yazarı Nuh Albayrak (2011) da, ilk gönderildiği zamanlarda kendi ülkesi tarafından da durumları sorgulanmayan Türklerin orada tüm zorluklara göğüs gerdiklerini belirterek “Türkler, Almanya’nın geri gönderme gayretlerine direnmiş ve bu soğuk toplum içerisinde imkânsız başarılar kendine yer bulmuştur. Ama Almanya’nın artık ihtiyacı kalmadığını düşündüğü bu insanları başından atma hayalleri hiç bitmemiştir. Hala yürürlükte olan “Alman vatandaşı olmak istiyorsan Türk vatandaşlığından çıkacaksın” daha da beteri, “Almanca bildiğini sınavla ispatlayamayan eşini, anneni, babanı yanına getiremezsin” gibi çağ dışı uygulamaların hedefi başka ne olabilir. Bir zamanlar köle seçer gibi uzun sopalarla uzaktan muayene ile işe aldıkları bu insanlar bugün kurdukları 70 bin işletmede 400 bine yakın işçi çalıştırarak 35 milyar Euro ciro oluşturmanın ötesinde bu ülkeye spordan siyasete, sanattan sosyal hayata her alanda çok önemli katkılar sağlamıştır. Hepsi bir tarafa artık binlerce Alman gelinimiz ve bu evliliklerden doğan 120 binin üzerinde ortak ürünümüz” olduğuna dikkat çekerek Almanya’daki Türklerin yaşadıkları onca soruna rağmen Almanya’ya entegre olmaya çalıştıklarına ve bunun yanında ülkeye her alanda büyük katkı sağladıklarına vurgu yapmaktadır.

“Türkiye’de “Alamancı”, Almanya’daki Türkler arasında “gurbetçi”, Almanlar tarafından ise önce “Gastarbeiter (misafir işçi)” daha sonra da “Ausländer (yabancı)” ve “Mitbürger (hemşehri)” (Erdoğan, 2014:62) olarak adlandırılan göçmen Türkler zamanla kendilerine ait taleplerle toplum karşısına çıkmaya başlayınca Türklerin yerleşik olan topluma yani temel olana uyumu talep edilmiştir. Ancak toplumun

düzenini bozacak davranışlar sergilemeyen, bulunduğu ülkenin yasalarına ve idari uygulamalarına itaat eden, kendilerine ait pek çok sorunları olsa da yaşadıkları toplumda sorun çıkarmayan yabancı kitlelerin neye ve neden uyum göstermeleri gerektiği hala tartışılmaktadır (Erdoğan, 2014:65). Aslında Entegrasyon konusunda Türkler kadar Alman tarafının da kafası karışıktır (Martin, 1991:31-32'den Akt: Göksu, 2000:87). “Çünkü ne Türkler homojen bir gruptur ne de Almanya'nın uygulayacağı tek bir model vardır.” Mesela, eğitimi entegrasyon aşamasının önemli bir parçası sayan ve Almancaya ağırlık veren Batı Berlin Modeli'nin yanında göçmenleri kendi ülkelerine gönderip onları oraya entegre etmeyi düşünen Bavyera Modeli de söz konusudur (Martin, 1991:31; Abadan-Unat, 1976; Turan, 1992'den Akt: Göksu, 2000:87).

Kısaca entegrasyon, tek taraflı olmadığı gibi tek bir parametre ile ölçülebilecek ya da genellenebilecek bir olgu da değildir. Çok kültürlü toplumda, toplumun tüm taraflarının katılımı ve sorumluluğu çerçevesinde gerçekleşebilecek bir süreçtir. Entegrasyon sürecinde göçmen toplumun kültürü ile yaşam tarzının birlikte kabul görmesi ve hâkim toplum tarafından kültürel ve sosyal mesafenin asgariye indirilmesi önemlidir (Özmen, 2011:400). Almanya'nın 1970 yılına kadar yazılı olarak belirlenmemiş Yabancılar Politikası'nı iki temel prensibe dayandıran M-Braun (1980:23-24), Yabancılar Politikasının iş gücü politikası olarak anlamlandırıldığını ve Almanya'nın bir göç ülkesi olmadığını belirterek, işgücü pazarı ve ekonomik politikaya büyük önem vermekle birlikte ‘yabancı işçileri topluma üye etmekten’ söz etmektedir (Akt: Turan, 1997:25). M-Braun (1980:23-24), meselenin sosyal yanının daha sonra gündeme geldiğini 1973 kararından sonra ise ‘İsteyen yabancıların ülkede kalmaları normaldir, bunların topluma sosyal uyumları için çaba harcanacaktır’ denildiğini ifade etmektedir (Akt: Turan, 1997:25).

Görülüyor ki; Almanya'nın göç çalışmaları son 20 yıldır değişikliğe uğramıştır. Göçmenlerin geldikleri ülkedeki toplumun kültürünü ve kurallarını kabul ederek özünden uzaklaşması yaklaşımının yerini zamanla hem kendi kültürünü koruyup hem de geldiği ülkenin kültürüne uyum sağlayabilecek entegrasyon yaklaşımı daha çok kabul görmeye başlamıştır (Şahin, 2010:56). Nitekim Almanya, son dönemlerde yaptığı entegrasyon çalışmaları ve bir göç ülkesi olduğu gerçeğini kabul etmesiyle birlikte olaylara farklı bir boyut kazandırmıştır. Almanya'da artık Helmut Kohl'un “Yabancılar misafir ve biz ev sahibiyiz. Kötü misafirleri burada barındırmak zorunda değiliz” (Akkaya:112'dan Akt: Hekimler, 2009:27) şeklindeki fikirlerin geçerliliğinin yitirildiği

ortaya konmuştur. Öyle ki Almanya Şansölyesi Angela Merkel ile birlikte Türk-Alman öğrencilerden oluşan bir toplulukla gerçekleştirilen söyleşide Almanya'daki Türklere hitaben; Ülkenize dönmeyin Almanya'ya entegre olun ancak asimile olmayın. Entegrasyon için ne gerekiyorsa yapın ancak asimilasyona karşı çıkın. Çünkü bireyler ancak kendi kültürel değerleriyle güçlüdür ([http:// www. nethaber.com/ Dünya/54612/Tayyip-Erdogan-Almanyadaki-Turklere-her-zaman-ayni2009:2'den Akt: Hekimler, 2009:24-25](http://www.nethaber.com/Dunya/54612/Tayyip-Erdogan-Almanyadaki-Turklere-her-zaman-ayni2009:2'den-Akt:Hekimler,2009:24-25)) şeklinde bir mesaj verilerek Almanya'nın entegrasyonu desteklediği ancak asimilasyona karşı çıktığı ifade edilmiştir.

Bununla birlikte Almanya'da yaşayan Türklerin Türkiye'ye geri dönüş oranlarında azalma görülmesi ve yatırım planlarını Almanya'da yoğunlaştırmış olmaları Türklerin Almanya'ya uyum düzeylerinde artış yaşandığının göstergesi sayılabilmektedir (Özmen, 2011:407).

Sonuç olarak; entegrasyon süreci pek çok boyutla birlikte ele alınıp değerlendirilmesi gereken bir konudur. Uyum sürecinde hem göç eden toplumun hem de göç alan toplumun bir takım sorumlulukları vardır. Göç eden toplum, içerisinde yaşadığı topluma kendi kültüründen kopmadan en iyi şekilde entegre olmaya çalışırken hâkim toplum da bu yolda gerekli zemini hazırlamalıdır. “Kendi toplumsal yapılarından ve sosyal değişmeden kaynaklanan kuşaklar arası sürtüşmenin yanı sıra, sahip oldukları kültürel kimlik ile göç ettikleri medeniyetin kimliği arasındaki sürtüşmelerden doğan kültürler / uygarlıklar arası sürtüşme de göçmenlerin uyum sürecini şekillendirmektedir” (Kocabıyık, 2006:40'dan Akt:Yavuz, 2013:616-617).

1.3.2.1.1. Dilin Entegrasyona Etkisi

Almanya Federal Cumhuriyeti, Almancanın göçmenlere öğretilmesi konusunu entegrasyon politikasının en önemli aşaması olarak görmektedir. Alman toplumu, kendi uluslarını dillerine verdikleri önemle yarattıkları için Alman olmayanların Almanlaştırılmasının önündeki en büyük engeli de göçmenlerin geldikleri ülkenin dilini konuşmamalarına bağlamaktadır. Mevcut sorun, yabancılar ve göçmenlerin uyum sorunu değil, “dil ve kültür farklılıkları” yüzünden doğrudan doğruya göçmenlerin problem olarak görülmesidir (Alacacıoğlu, 2009:297-301'dan Akt: Adıgüzel, 2011:233).

Bir yandan Almanya, kendi dili olan Almancanın göçmenlere öğretilmesi konusunu entegrasyon politikasının en önemli aşaması olarak görürken diğer yandan

Almanya’da yaşayan Türk göçmenler ikinci kuşaktan itibaren Türkçenin daha az kurallı konuşulmaya başlanmasını, Türk gençlerinin kullandıkları dilin ağırlıklı olarak Almanca olmasını ve okullarda ana dil eğitiminin aşamalı bir şekilde kaldırılmasını Türk kültürünün ve Türk kimliğinin yaşatılarak yeniden üretilmesi noktasında bir tehdit olarak görmektedirler (Adıgüzel, 2011:232). Bu tehdidi destekler nitelikte Alman dilinde edebiyat yapabilen bir ikinci kuşağın varlığından bahseden Makal (57), Alman dilinde çeşitli edebiyat eserleri üreten ikinci kuşak Türklerin, Alman toplumuna uyum sağlayamayan klişeleşmiş ‘yabancı işçi’ kavramını yıktıklarını ve bu genç Türk kuşağının varlığını ve sesini duyurduğunu ifade etmekte ancak bir yandan da bu kuşağın anadillerini yitirmiş bir ikinci kuşak oluşturduğu gerçeğini de gözler önüne sermektedir (Doğan, 1994:28).

Dil konusu Almanya’da yaşayan Türk göçmenler ile Almanya devleti arasında çatışmaların merkezi olmuştur. İlk kuşak Türklerde Almanca bilenlerin oranı çok düşükken Almanya’da doğup büyüyen ikinci kuşaktan itibaren durum tersine dönmüş ve Almanya’da doğup yetişen Türk göçmenler arasında Türkçe bilenlerin oranı azalmıştır. Her iki dilde de yetersiz olan üçüncü kuşak Türk göçmenler ise günlük hayatlarında yarı Türkçe yarı Almanca karışımı bir dille iletişim kurmaktadır (Adıgüzel, 2011:233). Çakır (2002-2003:42-43) üçüncü kuşak gençlerin Türkçe ve Almanca karışımı bir dil kullanmalarını üç farklı nedene bağlamaktadır (Akt: Adıgüzel, 2011:242). Bunlardan ilki, göçmen Türk gençlerinin her iki dile de yeterince hâkim olamamaları nedeniyle iki dili birleştirerek iletişim kurmaları, ikincisi iki dile de eş düzeyde sahip olan gençlerin dış etkenlere bağlı olarak konuşulan konu, ortam ve kişiye göre bir dilden diğerine geçmeleri, üçüncüsü ise düzenek değiştirme olarak adlandırılan ve gençlerin sistematik bir yapı içinde dili kullanmaları esnasında bir takım eksikliklerin ortaya çıktığını fark ederek diğer dildeki becerisi ile bu eksikliği gidermeye yönelmesidir. Genellikle Türkçe konuşmakta zorlanan göçmen gençler tıkdıkları yerlerde Almanca dilini kullanarak düzenek değiştirme yönteminden istifade ederler (Adıgüzel, 2011:242).

Göçün ilk yıllarında hem Almanya hem de göçmenler için Almanca bilmemek büyük bir sorun olarak görülmemekteydi. Ancak entegrasyon ve asimilasyon tartışmalarının artmasıyla birlikte kültürlerini korumak isteyen Türk göçmenler yeni kuşakların Türkçe sorununa yoğunlaşmaya başlamışlardır. Bir taraftan Alman devleti yürüttüğü entegrasyon politikasının sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için

Almanya'daki Türklere Almanca öğrenilmesi konusunda baskı yapmış, diğer yandan Türkiye Almanya'daki Türk kaynaklı Sivil Toplum Kuruluşların taleplerini de dikkate alarak devletlerarası anlaşmalar ile Almanya'daki Türklere öğretmenler yollamış ve Türkçe öğretimini teşvik etmiştir (<http://digm.meb.gov.tr/yurtdisigorev/rehber/Rehber II 4.html/> Adıgüzel, 2011:233). Adıgüzel'in de (2011:233) bahsettiği üzere Almanya'da yaşayan Türkler Almanya'da yetişen üçüncü kuşak gençlere gerek aile içinde gerekse Türk kaynaklı Sivil Toplum Kuruluşları tarafından düzenlenen kurslarda Türkçe öğretmeye çalışmakta, devlet okullarında verilen Türkçe derslerinde de kurallı ve düzgün Türkçe öğretimi için girişimlerini sürdürmektedir. Alman Federal Cumhuriyeti ise entegrasyonu güçleştirdiği düşüncesiyle ana dili öğrenme girişimlerini olabildiğince yavaşlatmaya, göçmen Türklerin eğitim, din, sosyal çevre, aile gibi sosyal ve kültürel yaşamlarının her alanında Almancayı tek dil olarak kullanmalarına yönelik politikalara devam etmektedir.

Üçüncü kuşak Türk göçmenlerin neredeyse büyük bir çoğunluğu hem Almancayı hem de ana dilleri olan Türkçeyi iletişim ortamlarında kullanmaktadır. Almanya'da yetişen Türk toplumsal yapısına bakıldığında çift dilli bir kuşağın yetişmekte olduğu ve bu kuşağın büyük oranda Türk kültürüyle pek iç içe yaşamadığı görülmektedir (Adıgüzel, 2011:240-241).

Çakır'ın da (2002-2003:40) belirttiği gibi Türkçenin günlük hayatta öğrenilmesi ve kullanılmasında en büyük sorumluluk aile, sosyal çevre ve medyadadır. Almanya'daki Türk gençlerinin konuştuğu Türkçe giderek Almanca Türkçe karışımı bir dil ile Türk argosu şekline bürünürken bu süreçte aile bireylerinin evde Türkiye'den geldikleri yörenin ağzı ile konuşması ve Almanya'dan izlenebilen Türk televizyon kanalları, radyoları ve gazetelerinin kullandığı dil de oldukça etkilidir (Akt: Adıgüzel, 2011:243).

1.3.2.1.2. Din Faktörünün Entegrasyona Etkisi

Göçmen topluluklarda kültür, milliyet, din ve dil gibi unsurlar büyük önem arz etmekle birlikte bu unsurlar göçmen toplulukların en dirençli niteliklerindedir. Almanya'da yaşayan Türkler için de milliyet ve din yani Türklük ve İslam çok önemlidir. Yapılan araştırmalar da göstermektedir ki, yurtdışında yaşayan çoğu Türk için bu iki öge, Türkiye'de yaşayanlardan daha çok öne çıkmaktadır (Abadan-Unat, 2002:68'dan Akt: Özmen, 2011:401). "Hatta yabancı toplumda yaşayan birey ve

grupların yaşamlarında dinin öne çıkmasının zamanla etnisiteyi ikinci plana itebildiği iddia edilmektedir” (Gümüş, 1996:248’den Akt: Özmen, 2011:401). Bunun bir göstergesi olarak Türkler arasında etnik örgütlenmelerden ziyade dini örgütlenmelerin yaygınlığı gösterilebilmektedir. Göçmen toplulukların kimliği üzerinde belirleyici bir rol üstlenen din ve milliyet unsurları zamanla zayıflayabilmektedir. Ancak Türk göçmenler için bu durum çok da söz konusu olmamaktadır çünkü Türkler etnik özelliklerine sıkı sıkıya bağlıdır ve özelliklerini gittikleri her yere taşıyabilmektedirler (Toksöz, 2006:40-41’den Akt: Özmen, 2011:401).

Araştırmacıların üzerinde birleştiği bir diğer nokta da Türk Toplumunun temsilcisi olduğu kültürel değerler, İslam dini ve dünya görüşüdür. Kültürel farklılıkların temeli göçmen Türk toplumunun dininde ve inanç sisteminde yatmaktadır. Başka bir deyişle topluluk Müslüman olduğu için dışlanmaktadır. Almanya’daki en büyük Müslüman grubu oluşturan Türkler, İslam-Batı çatışması nedeniyle saldırıların hedefi olmuştur. Bu görüşün taraftarları Türk topluluğu içinde de hayli yaygındır. Müslüman azınlıklar tüm Avrupa ülkelerinde dışlanmaktadır. Faslılar Fransa’da, Pakistanlılar İngiltere’de benzer tepkilere maruz kalmışlardır. Müslüman ülkelere ve bu ülke insanlarına Avrupa’da olduğu gibi Almanya’da da kuşku ile bakıldığı bir gerçektir (Turan, 1997:79). Modern anlayış, dini; bireysel bir inanç sistemi olarak yorumlamakta ve aslında kapsamlı bir din olan ve aynı zamanda politika ve toplumla bir bütünlük meydana getiren İslam’ı ‘modern’ ölçüye uymadığı gerekçesiyle ‘anormal’ ve ‘anlamsız’ bulmaktadır. Bu sayede İslam ‘anlaşılmaz, mantık dışı, aşırı ve tehdit edici’ bir din şeklinde algılanmaktadır (Esposito, 2002:410’den Akt: Özmen, 2011:401). Oysa din göçmenler için kendi geçmiş ve gelecekleri arasında bir köprü görevi görmenin yanı sıra onların geldikleri yeni toplumda karşılaşılabilecekleri referans kaybına da bir cevap niteliğindedir (Kastoryano, 2000:136’dan Akt: Özmen, 2011:401). Çünkü Avrupa’daki Türkler dini, etnisitenin en önemli unsurlarından biri olarak görmektedirler (Abadan Unat, 2002:68).

Çok kültürlü toplumlarda din, farklılaşan hatta en belirgin olan niteliklerdendir. Göçmen toplum, dini de diğer kültürel unsurlar gibi geldiği yeni ülkeye kendisiyle birlikte getirmiştir. Ancak dinin ve getirilen diğer kültürel unsurların yerleşilen yeni toplum içinde hiç değişmeden korunacağını ya da burada kurulan sosyal ilişkilerde tek belirleyici nitelik olduğunu iddia etmek mümkün değildir. Ancak din, göç olgusunun açıklanmasında temel bir kavram olarak yer almaktadır. Din sosyalleştirici ve

bütünleştiricidir. Dinin bu özelliği sayesinde göçmen toplumlar kendi dini ve kültürel değerlerini gittikleri yabancı ülkelere taşımaya devam etmektedir (Perşembe, 2005:51). Öyle ki göçmenlerin dini ve milli kültürel değerlerine daha fazla önem vermeleri onların yaşadıkları toplumda fazla muhafazakâr olarak addedilmelerine yol açan nedenlerden birini oluşturmaktadır. Ve göçmenler için de cami, bir sığınma yeri ve muhafazakâr bir kimlik oluşturma aracı olarak görülmektedir. Dinsel ve kültürel kimliklerini kaybetme endişesi ve dayanışmaya duyulan ihtiyaç göçmenlerde camiye, Kur'an kurslarına ve derneklere ilgiyi arttırmaktadır (Abadan Unat, 2002:15; Günay, 2003:59'den Akt: Özmen, 2011:401).

Birinci kuşak Türkler, Almanya'ya ilk geldikleri dönemlerde işverenlerinden fabrika yurtlarında namaz kılınabilecek bir yer tahsis edilmesi talebinde bulunmuşlardır. İşte ilk cami derneklerinin temelleri, fabrikada çalışan Türklere kaldıkları yerlerde namaz kılmak için ayrılan odalarda atılmıştır. Öyle ki buralara "arka avlu camileri (Hinterhofmoscheen) adı verilmiştir (Abadan Unat'tan Akt: Adıgüzel, 2012:16)

Darmstad Türk İslam Derneği Başkanı Abdurrahman Şahin, sevdiklerini geride bırakarak kendi ülkelerinden kopup gelen gurbetçileri, bir arada tutabilmek ve bu nesilden doğan çocukların kendi kültürel değerlerine uygun bir şekilde yetiştirilebilmesi açısından dernekler kurduklarını belirtirken göçün ilk yıllarında Türkiye'nin gurbetçi işçilerle ilgilenmemesinden, Almanya'ya çalışmak üzere gönderilmiş bu insanların kültürel ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmamasından yakınarak Almanya'daki gurbetçi vatandaşların kendi başlarının çaresine bakmaya çalıştıklarını ve bu yolla dernekleşmeye gittiklerini ifade etmektedir (Adıgüzel, 2012:16).

Göçmen toplumlarda din, sosyal bütünleşmeyi güçlendirmesi açısından en önemli toplumsal fonksiyon olarak görülmektedir. Çok kültürlü toplumlarda da dinin bazı ahlaki öğretileri gereği inançlı göçmenleri, entegrasyonu engelleyecek tutumlardan uzak tutması beklenir. Örneğin, dinin ırkçı eğilimleri olduğu eleştirisi, bu tür eğilimlerin yol açabileceği saldırıları kontrol etmeye sevk edebilir (Parekh, 2002:417'den Akt: Özmen, 2011:402). Ancak dinin emrettiği doğruluk, dürüstlük, yardımseverlik, merhamet, adalet gibi değerler sayesinde dinin göçmenlerin entegrasyonunu kolaylaştıracağı da düşünülmektedir. Dinin entegrasyona engel olduğu alanlar genellikle "yeme içme alışkanlıkları, kültürel etkinlikler, bayram ve dinî günlerle ilgili ritüeller, dindar ailelerin çocuklarını okul gezilerine, yüzme derslerine göndermek istememeleri,

anaokullarına gerekli önemi vermemeleri, spor derslerinde duş almalarında sakınca görmeleri” gibi konulardır (Özmen, 2011:402).

Almanya’da yarım asırdan fazla bir yaşam deneyimine sahip olan Türk göçmenler, çok kültürlü bir entegrasyon politikasına sahip olan ülkede kültürel farklılıklar, toplumsal ve devletsel politikalar nedeniyle yerli halka karşı bir takım entegrasyon problemleri yaşayabilmektedir. Göçmen toplumun dini hayat tarzı ve entegrasyonu arasındaki ilişki, dinsel algı ve tutumlarındaki farklılaşmaya ve diğer entegrasyon unsurlarının varlığı ile orantılı olarak yön bulmaktadır. Yani göçmen toplumun entegrasyon düzeyi ve din-entegrasyon ilişkisi çoklu nedensellik kavramı ile belirlenmektedir (Özmen, 2011:405).

T. Faist, yaptığı gözlemlere dayanarak Almanya’da hem Türk hem de Alman özelliği taşıyan kolektif bir kimliğe rastlamadığını, ancak Türklere ait öğelerin hâkim olduğu kolektif kimliğe rastladığını belirtmektedir. Bunun nedeni olarak da Türklerin kolektif dini bir kimliğe ve anavatanlarına bağlılığını göstermektedir. Faist, göçmenlerin kendi ülkesi ile bağlarını koparmadan ‘ulusaşırılama’nın göçmenlerin uyumuna engel olabileceği savına da katılmadığını belirtmektedir (Faist, 2003:317-323’den Akt: Özmen, 2011:407).

Yakın tarihlere kadar içinde barındırdığı yabancılara ve farklı etnik-kültürel gruplara karşı büyük sorunlar yaşayan Almanya devletinde yabancılar konusundaki tartışmalar 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya’nın birleşmesiyle dramatik bir şekilde artmıştır. Tartışmaların artık doğrudan saldırıya dönüştüğü ve yaygınlaştığı bu yeni dönemde Solingen ve Möln başta olmak üzere aralarında Türk göçmenlerin de bulunduğu ve çoğu ölümlerle sonuçlanan şiddet olayları yaşanmıştır. 1990’lı ve 2000’li yıllarda Türklere yönelik eleştiriler artık Müslümanlık üzerinden yapılmaya ve İslamafobi kavramı tartışılmaya başlanmıştır. Almanya’da yaşayan Müslüman göçmenlerin neredeyse dörtte üçünü oluşturan Türkler, İslamafobinin en büyük hedefi haline gelmişlerdir (Erdoğan, 2014:70-71). Her ne kadar İslam üzerinden Türklere yönelik saldırılar ya da olaylar durulmuş gibi görülse de Almanya’da İslama karşı çıkanlar ve bu dine mensup kişileri Almanya’da görmek istemeyenler tekrar ayaklanarak çeşitli eylemler yapmaktadırlar. Bugün bunun en büyük örneği ve savunucusu olarak 2014 yılında kurulan Dresden merkezli Pegida (Patriotic Europeans Against the Islamization of the West) yani “Batının İslamlaşmasına Karşı Vatansever Avrupalılar” karşımıza çıkmaktadır.

Halkla ilişkiler ajansı sahibi Lutz Bachmann tarafından kurulan Pegida'nın kurulduğu yıl olan 2014'te üç yüz elli (350) üyesi bulunuyorken sayı 12 Ocak 2015 itibariyle yirmi beş bin (25.000) gibi korkunç bir rakama ulaşmıştır (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Pegida>). Almanya'da bulunan Müslümanların dörtte üçünü Türklerin oluşturduğu göz önüne alındığında bu hareketin Türkleri de hedef aldığı açıkça görülmektedir. Ancak içinde bulunduğu toplumun kurallarına riayet eden ve geniş toplum kitlesi için sorun yaratmayan Türkleri yani Müslümanları Almanya'da istemeyen grubun lideri Bachmann, manidardır ki hırsızlık, alkollü ve ehliyetsiz araç kullanma, kokain ticareti gibi çeşitli suçlardan hüküm giymiş, 1998 yılında Alman adalet makamlarından kaçarak Güney Afrika'ya gitmiş daha sonra sınır dışı edilerek iki yıl hapis yatmıştır (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Pegida>).

1.3.2.1.3. Almanya'nın Ulusal Entegrasyon Planı

H. Bauder (2008), 1 Ocak 2000 yılında Alman devleti tarafından kabul edilen Vatandaşlık yasası ve 2007 yılında kabul edilen Göç Yasası'nın Almanya'nın yeni entegrasyon modelinin hukuksal yapı taşları olduğunu belirtmektedir. 1998 yılında Almanya'da yapılan seçimlerde on altı yıllık CDU / CSU yönetimine son verecek olan Sosyal Demokrat / Yeşiller koalisyonunun iktidara gelmesi Almanya'nın bir göç ülkesi olduğunu kabullenmesinde büyük bir rol oynamıştır. 12 Temmuz 2000'de dönemin İç İşleri Bakanı Otto Schily, Almanya'nın ilk göç yasasının hazırlanması için bağımsız bir komisyon kurulması talimatını vermiştir (Akt: Çayla, 2012:156). Süßmuth (2001), Komisyon raporunun Almanya'nın gerçekte yıllardan beri bir göç ülkesi olduğu ve hem ekonomik hem de demografik sebepler dolayısıyla göçmenlere ihtiyacı olduğu kararına vardığını ifade etmektedir. Ayrıca rapor, Almanya'ya yönelik nitelikli emek göçünün teşviki için planlı bir göç sisteminin kurulmasını önermekteydi. Göçmenlerin toplumla tam manasıyla bütünleşmesi ve ortaya çıkacak kültürel çeşitliliğe saygı gösterilmesi gerektiğinin altı çizilmekteydi. Raporda, siyasal reform yapılarak eğitim, sosyal hizmetler, emek piyasası ve diğer alanlarda da özel önlemlerin alınması gerektiği belirtilmekteydi (Akt: Çayla, 2012:156). 2002 baharında iki meclis tarafından da kabul edilen göç yasası usul yönünden Alman anayasasına aykırı olduğu gerekçesiyle Alman Anayasa Mahkemesi tarafından reddedilmiştir. Federal Hükümet Başkanı Otto Schily'nin muhalefete uzlaşması sonucu yasanın son hali Temmuz 2004'te kabul edilmiş ve 1 Ocak 2005'te yasa yürürlüğe girmiştir (Çayla, 2012:156). Şansölye Merkel

tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen ilk entegrasyon zirvesi Federal Hükümetin Göç ve Uyumdan Sorumlu Devlet Bakanı Maria Böhmer'in gözetiminde gerçekleştirilerek bu zirvede bir "Ulusal Entegrasyon Planı" hazırlanmasına karar verilmiştir (Çayla, 2012:157-158).

Göçmenlere yönelik olarak oluşturulan Entegrasyon Planı on başlıktan oluşmakta ve planın içeriği; entegrasyon kurslarının iyileştirilmesi, Almancayı öğrenmeye teşvik etmek ve dil öğreniminin küçük yaşlarda başlatılması, iyi bir öğrenim ve meslek eğitiminin başlanması ile iş piyasasında iş bulma şanslarının artırılması, kadınların ve kızların yaşam koşullarını iyileştirerek eşit muamelenin sağlanması, entegrasyonu yerinde desteklemek, kültür ve entegrasyonun sağlanması, spor yolu ile entegrasyonun sağlanarak potansiyellerin kullanılması ve iletişimin sağlanması, medya ve entegrasyon, eşit katılım ve dünyaya açık olmak şeklindeydi (Ulusal Entegrasyon Planı, 2007:4-5).

Almanya, Ulusal Entegrasyon Planı'nın uygulanmasında belediyelere özel bir önem atfetmektedir. Yerel bakımdan entegrasyonu desteklemek amacıyla federal, eyalet ve yerel otoriteler düzeyinde temsilcilerle beraber göçmen kökenli birlik ve kuruluşlar ile dini vakıf temsilcilerinin de içinde bulunduğu bir çalışma grubu oluşturulmuştur (Çayla, 2012:168).

1.3.2.2. Asimilasyon

Marshall'ın belirttiğine (1999) göre asimilasyon kavramı ilk defa biyoloji alanında 'içine almak', 'özümlemek', 'özümsemek' anlamlarında kullanılmış daha sonra biyolojiden aktarılarak önce psikoloji ardından da göç sosyolojisinde kullanılmaya başlanmıştır. Kavram başlangıçta sosyoloji alanında 'karşılaştırmak', 'benzer yapmak' anlamlarını karşılarken daha sonraları 'içine almak', 'bütünleştirmek' kelimelerini karşılamıştır (Akt: Karataş, 2006:54). Chicago Okulu kurucularından Park ve Burgess, asimilasyon kavramını ilk kez sosyoloji teorisi bağlamında ele almıştır (Akt: Karataş, 2006:54).

Gordon'a (1964: 65) göre asimilasyon, farklı kültürlerdeki kişi ya da grupların diğer kültüre katılarak o kültürü ve o kültürün davranışlarını benimsemesi ve böylece hâkim kültürün bir parçası haline getirilmesi sürecidir (Akt: Demirbaş, 2003-2004: 52). John Cuber'e göre asimilasyon kültürel farklılıkların ortadan kalktığı aşamalı bir süreçtir. Brewton Berry de asimilasyonu, farklı kültürlerden bir araya gelen grupların

ortak bir kültür oluşturarak kültürel mirasın birleştirilmesi olarak tanımlar ve sürecin iki yanlılığına dikkat çeker (Gordon, 1964:65-66'dan Akt: Demirbaş, 2003-2004:52-53). Demir ve Acar'a göre (1997:25) sosyoloji sözlüğü asimilasyonu akültürasyonun son aşaması olarak görür. Hâkim toplum veya hâkim kültürün daha zayıf toplum ve kültürleri kendi içinde eritmesi ya da bireyin doğup büyüdüğü toplumun dışında bir toplumla veya azınlık ya da göçmen bir topluluğun başka bir toplulukla geliştirdiği ilişkiler sonucunda kendi özgün kültürel kimliğini kaybetmesi ve yeni kültür ortamında eritilmesidir. Bu duruma etnik eşitleme süreci veya sosyal grubu bir diğerine benzetme de denir.

Asimilasyon, akültürasyon sürecinin bir alt kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır (Abadan Unat, 2002:9). Diğer yandan asimilasyon, farklı kültür unsurlarının özel bir kültür modeline entegrasyonu olarak da algılanmaktadır. Günümüzde çok kültürlü modern ulus devletler iki hedefe birden yönelmektedir. "Bir taraftan göçen gruplar içindeki kendi alışkanlıkları, adadilleri ve dini inançları süreklilik kazanmalı (saklı kalmalı), diğer taraftan da ulusal devletlerin onlardan beklentileri (değerlerle ilgili anlayışlar ve örnek davranış modelleri) benimsenmeli ve özümsemelidir" (Turan, 1998:38). Abadan Unat (2002:9), akültürasyonu, bir kültürün baskın olduğuna karar verilerek onun kabul edilmesi ve o kültürle aynışmaya benzeşmeye çalışması olarak tanımlamaktadır. Abadan Unat (2002:9), kavramın "kültürel intibak ve kültür üstlenilmesi" olarak tanımlandığını belirtmektedir. Akültürasyon, bir kültürün başka bir kültürle karşılaştığında çeşitli unsurları içererek ya kısmen ya da tamamen erimesidir. Kural olarak akültürasyon, hâkim unsurların lehine sonuçlanmaktadır. Eğer akültürasyon zorlanırsa etkisi yüzeysel boyutta kalacaktır ki bu da orijinal kültürün kaybedilmesi nedeniyle "desintegration"a, yani sınıflaşmaya yol açacaktır.

Asimilasyon kavramı, yapısal, kültürel, psikolojik ve biyolojik anlamda çeşitli boyutlara sahip bir kavramdır. Hem bu kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaması hem de sınırlarının tam olarak belli olmamasından dolayı kavram antropoloji, sosyoloji ve psikoloji gibi farklı disiplinlerin de ilgisini çekmiştir (Demirbaş, 2003-2004:53).

"Broom ve Selznick, asimilasyon terimini 'grupların kimliğinin erimesi süreci' olarak tanımlamaktadır (1963:34). Turan ise terimi Hirschberg'den 'ideolojik olarak arzu edilen ve tamamıyla akültürasyona uğramanın mümkün olan sonucu ve neticesi' şeklinde aktarmaktadır (1992:48). Erkal'da Goodman'a dayanarak terimi 'azınlık

grubun ana grupla sosyal mesafeye dayanan özelliklerinin ve hayat tarzının dominant gruba uydurulması süreci' olarak tanımlayarak bunun 'kültürel baskı' ile yürütülebileceğini vurgulamaktadır (1995:285). Özetle asimilasyon, kimlik, ideoloji ve kültür olarak hâkim gruba teslim olmayı anlatmaktadır” (Akt: Göksu, 2000:85).

Harry Bash'a göre (1979:75) asimilasyon, '*psikolojik uyum*', '*kültürel adaptasyon*' ve '*sosyal yapısal bütünleşme*' olarak kavramsallaşırken (Akt: Demirbaş, 2003-2004:53), Shibutani ve Kwan asimilasyonun psikolojik yanına vurgu yaparak asimilasyonu bireyin kendini kavramasında değişime neden olan akla ilişkin bir süreç olarak tanımlar (Bash, 1979:90'dan Akt: Demirbaş, 2003-2004:53). Farklı disiplinlerden konuya yaklaşan Martin Marger (1991:122), kültürel asimilasyonu etnik grubun kültürel özelliklerinin diğer gruplar tarafından uyarlanması olarak tanımlarken biyolojik asimilasyonu farklı etnik grupların evlilikle karışması olarak tanımlamaktadır. Psikolojik asimilasyonda ise kişi kendini etnik grubun üyesi olarak değil geniş toplumun üyesi olarak tanımlar ve diğerleri tarafından da bu şekilde kabul görmek ister (Akt: Demirbaş, 2003-2004:53). Jiobu (1988:213) ise asimilasyonu, “pratikler, normlar, değerler, örf-adetler olarak 'altkültürel', arkadaşlık ve evlilik ilişkileriyle 'yapısal', eğitim, fırsat ve gelir bağlamında 'sosyo - ekonomik' olarak tanımlar” (Akt: Demirbaş, 2003-2004:53).

Görüldüğü üzere asimilasyon, araştırmacılar tarafından farklı bağlamlarda ele alınmaktadır. Mesela; Alman araştırmacılar asimilasyon kavramını kullanmak yerine kültürleşme kavramını tercih etmektedirler (Karataş, 2006:54). Buna göre Schrader (1979:65) asimilasyonu yani kültürleşmeyi, “alıcı toplumun sosyal değer standartlarının alınması, kendini yönlendirme ve davranış kalıplarından hayat ilgilerine kadar ve gruba bağlılığın (grup üyesi olma) bilinçsel değişimi” biçiminde tanımlayarak “asimilasyon kavramının içine öznelerin dışsal ve içsel yönlerini yani insanın tümünü almaya çalışmaktadır” der (Karataş, 2006:54). Dışsal asimilasyondan kasıt, hâkim olan toplumun davranış kurallarının benimsenmesi ve hâkim olan kültüre gözle görülür bir biçimde uyumdur. İçsel asimilasyon ise, kimlik bağlamında alıcı kültür üzerinde bir karar kılmaktır (Schrader 1979:65'den Akt: Karataş, 2006:54).

“Asimilasyon, yabancı kültür elementlerinin, özel bir kültür modeline entegrasyonu olarak da anlaşılmaktadır. Bu elementlerin hangileri daha sonra gelişip uç vereceklerdir veya gelişip birleşerek yeni kombinasyonlar teşkil edeceklerdir. Bugün çok kültürlü modern ulus devletlerin bu problem üstündeki sosyolojik, sosyal-psikolojik

ve Ethnolinguistik araştırmaları şu iki hedefe birden yönelmektedir; Bir taraftan göçmen grupların kendi alışkanlıkları, anadilleri ve dini inançları süreklilik kazanmalı (saklı kalmalı), diğerk taraftan da Ulusal Devletlerin onlardan beklentileri (değerklerle ilgili anlayışlar ve örnek davranış modelleri) benimsenmeli ve zmsenmelidir” (Turan, 1997:34). Park ve Burgess tarafından yapılan asimilasyon tanımı uzun yıllar asimilasyonun standart sosyolojik belirlemesi olmuştur. Buna göre asimilasyon, kişilerin ve grupların belleklerini, duygu ve düşüncelerini, davranışlarını kazandıkları, deneyimlerini paylaştıkları ortak kültürel yaşamla birleştirdikleri nüfuz ve yayılma sürecidir (Bash, 1979:68’dan Akt: Demirbaş, 2003-2004:53). Gordon’a göre (1964:63) Park bu süreci ulusal varlığı sürdürmek ve kültürel dayanışmaya erişmek olarak görürken (Demirbaş, 2003-2004:53), Bash (1979:114) ise Metzger’in bu sürecin sosyolojik sorunların zm için gerekli olduğunu düşündüğünü vurgulamaktadır (Demirbaş, 2003-2004:53).

Gordon (1964:85), ABD’nin etnik gruplara karşı uyguladığı felsefeyi ‘*İngiliz uyumculuğu*’ (Anglo Conformity), ‘*Kaynaşma Kazanı*’ (Melting Pot) ve ‘*Kültürel oğulculuk*’ olmak üzere üç farklı kategoride ele almaktadır (Akt: Demirbaş, 2003-2004:54). İngiliz uyumculuğunda göçmen gruplar, kendi atalarının kültürlerinden çekirdek grupların davranışları ve değerkleri yönünde vazgeçerler. Azınlık farklılığını kaybedip çoğunluk gibi olurken çoğunluk değişmez ve olduğu gibi kalır (Jiobu, 1988:7’dan Akt: Demirbaş, 2003-2004:54). Kaynaşma Kazanı, tüm etnik ve çoğunluk grupların homojen bir şekilde karışıp her birinin farklılığını kaybetmesi ve azınlık kültürünün hâkim kültüre karışmasıdır. Kültürel oğulculuk’ta ise göçmen grupların kültürü Amerika vatandaşlığı bağlamında ekonomik ve politik bütünlük içinde korunur ve göçmen gruplar toplumda farklı bir öge olarak varlığını sürdürür (Demirbaş, 2003-2004:54). Birbirleriyle karşılaşan orijinal kültürlerin Akültürasyon problemi, karşılaşan iki kültürden birinin diğerkine karşı daha üstün gelmesi halinde ortaya çıkan sorun Etnolojinin genel Asimilasyon teorisi içerisine giren bir hal almaktadır. Bu olay akültürasyon sürecinin bir sonucu olarak nitelendirilmektedir. Akültürasyon nerede farklı bir kültürün kabulüne yol açmış ve kendine özgü kültürel değerklerin kaybedilmesiyle sonuçlanmışsa orada artık bir asimilasyon süreci söz konusu olmuştur (Turan, 1997:34).

Göçmenler, sosyal ve kültürel yapıları, gelenekleri görenekleri, dinsel bağlılıkları ve değerkleriyle bir topluma sonradan gelerek bu toplum içinde kabul

görmeye çalışmaktadırlar. Hâkim topluma yeni katılan bu unsur eğer hâkim toplumun tüm değerlerini kabul ederse ve bu kabul hâkim toplum tarafından da kabul görürse bir sorun oluşmadan birleşme gerçekleşir ve “asimilasyon” oluşur (Göksu, 2000:84).

Asimilasyonun tam anlamıyla sağlanabilmesi, yerli kültürel kimlikten tamamıyla sıyrılmaya yerli kültürün tamamıyla yok olmasına bağlıdır. Günümüzde sıklıkla rastlanmamaktadır. Tam bir asimilasyon neredeyse mümkün görünmemektedir (Turan, 1997:34-35).

1.3.2.2.1. Asimilasyon Modelleri

1.3.2.2.1.1. Konformist-Fonksiyonalist Asimilasyon Modeli

Kurthen (2002:87)’e göre, bireylerin veya toplulukların bir kültürden başka bir kültüre geçişte geçirdikleri değişimlerin bütünü olarak tanımlanabilecek asimilasyon kavramı için çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu modellerin başını “konformist-fonksiyonalist asimilasyon modeli” (konformistisch-funktionalistischen Assimilationsmodell) çekmektedir (Akt: Karataş, 2006:55). Kymlicka (1998:42) ve Giddens (2000:251), bu modelin altında başlıca iki alt yaklaşımı öne çıkarmaktadır. Bunlar; “*Anglo – Uyum*” (Anglo-conformity) ve “*Eriyik Potası*” (Melting Pot) teorileridir (Akt: Karataş, 2006:55).

1.3.2.2.1.2. Irk İlişkileri

Park’a göre her birey biri biyolojik diğeri kültürel olmak üzere iki kökene sahiptir. Birey, kendi kökeninin taşıyıcısı konumundadır. Kültürden kasıt ise, grup içindeki genel iletişim sağlanması, düşünme, hissetme ve davranış biçimleri, kuşaklararası aktarılanlar ve toplumun sürekliliğinin güvence altına alınmasıdır. Çeşitli kültürler dünya toplumunda kendilerine yer edinebilmek için birbirleriyle rekabet etmektedirler. “Park’a göre bu rekabetin bedeli yerel kültürlerin yıkılmasıdır. Yani az gelişmiş kültürlerin, gelişmiş kültürlere uyması gerekir.” Sonuç olarak Park, homojenleşmiş ve daha çok barışın baskın olduğu dünya çapındaki bir yapıyı yeğlemektedir (Hupka 2003:25-26’dan Akt: Karataş, 2006:56). Kymlicka (1998)’nın aktardığına göre benzer bir durum Marx’ın görüşlerinde de mevcuttur. Marx, hâkim kültürün içine gelen küçük toplumlara, büyük toplumların kültürünü kabul ederek asimile olmalarını önermiştir (Akt: Karataş, 2006:56).

1.3.2.2.1.3. Irk İlişkileri Döngüsü

Park ve Burgess'in birlikte geliştirdikleri "İrk İlişkileri Döngüsü" teorisine göre beş ana etkileşim aşaması bulunmaktadır. Bunlar *temas, rekabet, çatışma, uyum ve asimilasyondur*. Kültürlerarası karşılaşmalarda sürece müdahale edilebilir ancak süreç durdurulamaz. Süreç sürekli bir çatışma içindedir. Park'a göre, beyaz ırkların kendilerini siyah ırlardan ayırmalarının anlamı sosyal mesafenin önemliliğinden kaynaklanmaktadır ten renginden değil. Bu yüzden ırk ilişkileri yalnızca kültürel bir çatışmadır (Hupka, 2003:26'dan Akt: Karataş, 2006:56).

1.3.2.2.1.4. Asimilasyon Süreci Teorisi

Yalçın (2004:62)'in aktardığına göre Milton M. Gordon, asimilasyonun çeşitli süreçlerden geçtiğini belirterek asimilasyonu kategorilendirmiştir. Bu süreçler; *kültürel ve davranışsal asimilasyon* (Kültürleşme – Akültürasyon), *Yapısal Asimilasyon*, *Evlilik Yoluyla Asimilasyon*, *Tanımlamaya Dayalı Asimilasyon*, *Kabullenilmiş Hal Asimilasyonu* ve *Kabullenilmiş Davranış Asimilasyonudur* (Karataş, 2006:57).

1.3.2.2.1.5. Asimilasyonun Yüzleri Yaklaşımı

Park ve arkadaşlarının geliştirdiği modellerden etkilenen ve Avusturya'da yaşayan Ron Taft tarafından geliştirilen bu model daha çok psikolojik faktörler üzerine dayanmaktadır. Model, göçmenler ve alıcı toplum arasındaki ilişkileri beş madde üzerinden değerlendirir. Bunlar; *Kültür ve Dil Konusundaki Bilgi ve Hünerler*, *Karşılıklı Sosyal Etkileşim*, *Grup Üyeliği*, *Gruba Entegrasyon* ve *Grup Normlarına Uygunluktur* (Yalçın, 2004:63'dan Akt: Karataş, 2006:57). Taft, beş maddenin incelenirken ayrıca motivasyon, çaba, algılanan başarı ve gerçek başarıya dikkat edilmesi ve bunların göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtir. Bu çalışmaların ardından asimilasyon görüşlerini dört ana maddede toplayan Taft, bunları şu şekilde açıklar; *Birincil Entegrasyon*: Bulunulan ülkede kalmaya istekli olmak. Yaşanılan yerden memnuniyet duyma, anavatanı özlememe, kendini oralı gibi tanıtmama, bulunulan ülkenin vatandaşlığına geçme isteği ve orayı anavatan olarak kabul etme. *İkincil Entegrasyon*: Bulunulan ülkenin normlarını kazanma, dilini konuşabilme ve sosyal kaynaşma. *Kendi Etnik Grubuna Karşı Tavrı*: Anavatanı ve öz kültürü aleyhinde olabilme. *Sosyal Sınıf*: Eğitim seviyesi, dil bilgisi ve mesleki konum (Yalçın 2004:63'dan Akt: Karataş, 2006:57).

1.3.2.2.1.6. Kuşak – Sonuç Teorisi

Asimilasyon olgusunu birden fazla kuşak üzerinden tanımlayan Schrader (1979:65) ve arkadaşları, bir gün mutlaka asimilasyon sürecinin sonuçlanacağını varsaymaktadırlar. Yazarlara göre bu varsayım; “Kültürleşme-Sosyalizasyon-Entegrasyon-Asimilasyon” aşamalarını izleyecektir. Birey, hâkim kültürün üyeleriyle girdiği ilişkide kendini asimile edebilmesi için bir şekilde kültürleşme sürecine girmelidir. Bu süreçte birey, yeniden düzenleme ve kültürleşme ile ortama ayak uydurur. Bu aşamanın ardında bir parçalanma ve daha sonra çekirdek ailede yeniden örgütlenme meydana gelir. Parçalanma ve yeniden oluşturulma süreciyle asimilasyon meydana gelmiş olur (Karataş, 2006:60).

1.3.2.2.1.7. Hoffmann-Nowotny'nin Teorisi

Araştırmacı Hoffmann'a göre göçmenlerin ve özellikle onların çocuklarının hâkim toplumun değerlerine katılma oranı ne kadar fazlalaşırsa, bu insanların asimile olma ihtimalleri de o derece artmaktadır. Ayrıca Hoffman, entegrasyonun yapısal katılımı, asimilasyonun kültürel katılımı ifade ettiğini belirtmektedir (Karataş, 2006:60).

1.3.2.2.1.8. Sosyal Entegrasyon ve Sistem Entegrasyonu Teorisi

Hupka (2003), Hartmut Esser tarafından geliştirilen bu modelin diğer modeller içerisinde uygulanabilirlik açısından en olumlu model olduğunu ifade etmektedir. Esser, modelinde üç farklı etnikler arası ilişki türünü birbirinden ayırtmaktadır. Bu ayırıştırma; *Sosyal Entegrasyon*, *Sosyal Yapı* ve *Sistem Entegrasyonu* şeklindedir. Burada en önemli nokta kültürel ve yapısal asimilasyon süreçleridir. *Kültürel Asimilasyon*, hâkim yani alıcı toplumun kültürel kategorilerini benimseme yani kabul etme sürecidir ve yatay bir hareketlilik mevcuttur. *Yapısal Asimilasyon* ise dikey tabakalar arasında geçiştir. Yapısal asimilasyonun ortaya çıkış biçimi, kariyer yaparak iş alanında yükselmektir (Akt: Karataş, 2006:61).

Esser'e (2000:56-58) göre *sosyal entegrasyon* göçmenlerin yeni topluma entegre olmasını yalnızca ekonomik ya da yasal sorumluluklar açısından değil, diğer alanları da kapsayacak şekilde ele almaktadır (Akt: Şahin, 2010:106-107). Esser, sosyal entegrasyon alanını dört boyutta belirlemektedir: *kültürleşme* (acculturation), *sosyo-ekonomik-politik konum* (placement), *etkileşim* (interaction) ve *kimlik* (identity). Esser, sosyal entegrasyonun gerçekleşebilmesini bu dört boyuta ve bunlar arasındaki

etkileşime bağlamaktadır. Bu dört boyut ise kısaca şu şekilde tanımlanabilir (Akt: Şahin, 2010:61).

Kültürleşme; kültürleşme, gelenekler ve dil gibi çeşitli konularda yeni toplumun kültürü ile etnik kültürün etkileşimidir. Daha çok Antropologlar tarafından kullanılan kültürleşme kavramı, azınlık toplumunun hâkim toplumla doğrudan temasa geçmesi sonucu iki toplumun karşılıklı olarak mevcut kültürel özellikleri değiş tokuş etmesi olarak tanımlanır (Kottak, 2001:86'dan Akt: Demirbaş, 2003-2004:53). Arnold Rose ise kültürleşmeyi, bir kişinin ya da grubun diğer bir sosyal grubun kültürünü kabul etmesine yol açan süreç olarak tanımlamaktadır (Gordon, 1964:65'den Akt: Demirbaş, 2003-2004:53). Etnik gruplar arasındaki ilişkilerle ilgilenen bazı sosyologlar asimilasyon ve kültürleşme kavramlarını eş anlamlı olarak kullanmaktadır ya da kültürleşme kavramını asimilasyon yolunda bir aşama olarak kabul etmektedir (Glazer, 1983:99'den Akt: Demirbaş, 2003-2004:53). *Sosyal-ekonomik-politik konum*; topluma yeni katılan bireylerin sosyal, ekonomik ve politik konumu ile haklarını içermektedir ve bu durum daha çok yapısal boyut olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2010:61). *Etkileşim*; topluma yeni katılan üyelerin kendi toplumu ve yeni toplumun üyeleri ile olan etkileşimlerini içermektedir (Şahin, 2010:61). *Kimlik*; kimlik konusu kişinin toplumsal yaşam içinde kendisini nereye ait hissettiği bağlamında ele alınmakta ve kişi tarafından duygusal anlamda oluşturulduğu için de sosyal kimlik kavramına yakın bir anlam taşımaktadır (Şahin, 2010:107).

“Bu dört boyut etnik kültür, etnik toplum, ev sahibi toplum ve ev sahibi toplumun kültürü açısından değerlendirildiğinde ise Esser, entegrasyonun dört farklı biçimi olduğunu belirtmektedir. Bu dört alanda her iki kültüre de uyumu ifade eden *çoklu entegrasyon*, orijinal kültüre uyumun baskın olduğu *segregasyon*, ağırlıklı olarak yeni kültüre uyumu içeren *asimilasyon* ve her iki kültürü de reddetmeyi ifade eden *marjinalleşme*dir.” Esser'in teorisine göre sosyal entegrasyon daha çok asimilasyon ve segregasyon biçiminde görülmektedir. Nedeni ise, göçmenlerin şu durumda sosyal entegrasyona uygun özellikler taşınamamasıdır. Göçmen toplum ancak üçüncü kuşaktan başlayarak sonraki kuşaklara doğru gittikçe sosyal entegrasyon sağlayabilecek seviyeye ulaşabilecektir. Fakat bu durumda da iki farklı kültürün bir aradalığından ziyade yeni topluma uyum daha baskın olacağından sosyal entegrasyon yerini asimilasyona bırakacaktır. Kısaca göçmen toplumda ilk kuşaktan oluşacak yeni kuşaklara doğru

gidildikçe kültürleşme, kimlik ve etkileşim alanında sosyal entegrasyonun vuku bulma şekli daha çok asimilasyon biçiminde gerçekleşecektir (Şahin, 2008:230).

Sistem Entegrasyonu ise, göç alan ülkede, göçmen toplum ile hâkim toplum ve gruplar arasında çok büyük bir gerilim olmadan göçmenlerin yerleşik topluma dâhil edilmesidir. Bu kapsamda göçmenler özellikle çalışma yaşamına buldukları katkıdan ve vergi ödemelerinden dolayı yapının ekonomik kısmında yer almaktadırlar. Topluma yeni katılan üyeler bir işte çalıştıkları, ekonomiye katkıda buldukları, vergilerini ödedikleri ve yasalara uygun davrandıkları sürece sisteme entegre olmuş sayılmaktadırlar. Bu üyelerin çok iyi dil bilmeleri ya da içinde buldukları toplumun kültür ve geleneklerine uyum sağlamaları ya da bu toplumun üyeleri ile bağlantı kurmaları ve etkileşim içinde olmaları da gerekmemektedir. Dil bilmeden ve iletişimde bulunmadan da bu göçmenler toplum içinde sistemle uyumlu olarak yaşamlarını devam ettirebilmektedirler (Şahin, 2010:106-107).

Berry (Akt: Roebers 1997:14) ise Esser'in aksine; asimilasyonu, entegrasyonu, ayrılma (segregasyon) ve marjinalleşmeyi *kültürleşme* biçimi olarak ele almaktadır. Hyman (Akt: Hoffman 2001:145) da asimilasyonu süreç olarak iki bölüme ayırmış ve birincisini *kültürleşme* ikincisini de *entegrasyon* olarak açıklamıştır (Akt: Karataş, 2006:37).

1.3.2.3. Segregasyon

Mik'e (1987:40) göre segregasyon kavramı ortak özellikleri bulunan bir grubun belli bir yerde gruplaşma sürecini ifade etmektedir (Akt: Canatan, 2011:13). Ancak segregasyon belirli bir grubun ülkedeki dağılımı karşısında başka bir grubun ülkedeki dağılımına da işaret etmektedir. Bu daha çok segregasyonun matematiksel bir kategorisidir. Özetle segregasyon, belirli bir grubu toplumun geri kalanından ayırmak için yapılan pratiklerin ve faaliyetlerin tümüdür. Başka bir ifadeyle bir grubun rızasının dışında o grubun toplum tarafından bilinçli bir şekilde yalıtılmasıdır. "Gettolaşma, yoğunlaşma ve segregasyonun hangi oranda grubun kendi iradesinin bir ürünü olduğu önemli bir tartışma olmakla birlikte segregasyon daha çok dışarıdan biçimlenmeyi ve toplumsal yalıtılmanın sosyal boyutlarını içermektedir" (Canatan, 2011:13-14). Eğer etnik gruplar mekânsal olarak yoğunlaşıyor ve bu yoğunlaşma onların sosyal ilişkilerini sınırlayıp yerleşik toplum üyeleriyle karşılaşma şanslarını azaltıyor veya yok ediyorsa burada bir gettolaşma ve segregasyon olgusundan bahsetmek gerekir (Canatan,

2011:21). Her yoğunlaşmanın gettolaşma olduğunu söylemek yanlıştır ancak her gettolaşma muhakkak bir segregasyon olgusu doğurur. Segregasyonda geniş bir toplum kitlesiyle ilişkiler sınırlandırılır ve bir yalıtlanma ortaya çıkar. Ortaya çıkan bu toplumsal yalıtlanma, mekânsal yoğunlaşma ve gettolaşmanın bir sonucudur. “Özetlersek; bu durumda yoğunlaşma mekân üzerinde bir yığılma süreci, gettolaşma mekânda süreklilik kazanmışlık durumu iken segregasyon geniş toplumla ilişkilerin asgariye indiği toplumsal bir yalıtlanma halidir.” Gettolaşma ve segregasyon mekânsal yoğunlaşmanın iki yüzü olarak görülebilir. Gettolaşma sebebiyle mekânda süreklilik, segregasyon sebebiyle toplum ilişkilerini sınırlandırma ve toplumdan kopma söz konusudur (Canatan, 2011:13-14). Konuya toplumun geneli açısından bakıldığında ise her gettolaşma ve segregasyon toplumda farklı yapıların ve oluşumların ortaya çıkması olarak görülmektedir (Canatan, 2011:14).

1.3.2.4. Marjinalleşme

Çoklu entegrasyonun aksine marjinalleşmede ülkeye yerleşen göçmenler hem kendi kültürlerini hem de geldikleri ülkenin kültürünü reddeder. Böyle bir durumla karşı karşıya kalındığında göçmen grupta marjinalleşme ortaya çıkar (Şahin, 2010:61).

1.3.3. Sub-Kültür

Latineden türetilmiş bir kavram olan Sub-kültür “Alt Kültür” (unter kultur) anlamında kullanılmaktadır. Sub-kültür; değerlerin, normların, sembollerin ve davranış biçimlerinin oluşturduğu bir sistemdir. Bir grubun belli kültürel özellikleriyle uyumaktadır. Bu özelliklerin taşıyıcıları bu gruba katılarak üye olabilirler. Özellikler, cinsiyet, yaş grubu, ırk, meslek grubu veya sosyal statü kriterleri ya da sembollerini kullanabilmektedirler. Eğer bu sistem kültürel sistemin bütünü içinde az çok farklı bir yaşama yol açıyorsa bu durum onun bir takım sorunlara da yol açtığı anlamına gelmektedir. Grup ile toplumun bütünü arasında sosyal çatışmalar ve çekişmeler ortaya çıkabilecektir. Bu çelişkiler toplumdan farklılaşarak ayrılan davranışlar (abweichenden verhaltens) olacağı için grup ile toplumun bütünü arasındaki ilişkiler entegrasyonun tersi yani desentegrasyon sayılmaktadır (Turan, 1997:72-73).

Azınlık sub-kültürü (minderheitensubkultur), göç eden toplulukların yeni katıldıkları topluma kendi memleketlerinden taşıyıp getirmiş buldukları değerler, normlar ve davranış biçimleriyle bunlara temel teşkil eden dil, din, örf ve adetler dünya

görüşü ve mantalitelerin yaşamak ve yaşatılmakta ısrar edilmesinden kaynaklanmaktadır (Turan, 1997:73).

Azınlık sub-kültürü hiç şüphesiz gettolarda belirgin şekilde görülmektedir. Azınlık gruplarının üyeleri günlük yaşamları sırasında acı tecrübelerle öğrendikleri dışlanma olgusu (diskriminierung) nedeniyle toplumla yüz yüze gelmekten elden geldiğince kaçınmaktadırlar. Böylece azınlık gruplar kendi aralarındaki ilişkiyi yoğunlaştıracak biçimde topluca yerleşmekte ve yaşamaktadırlar. “Getto” denilen bu yerleşme ve yaşama şekli marjinal grupların toplumdaki varoluşlarını sürdürülebilmek için hayati önemde bir araç olmaktadır. Getto, azınlık sub-kültürünün oluşumunda stratejik bir savunma mevzii sunmaktadır. Dışlanma ve sosyal izolasyonun yıkıcı etkilerinin hafifletilmesi mekanizmalarını da getirmektedir. Toplumdan soyutlanmış grup üyeleri gettodaki yaşamları içinde hiç değilse kendi aralarında ilişki kurabilmekte ve nihayet bir topluluğun üyesi olabilmektedirler (Schrader, 1979:27’den Akt: Turan, 1997:74).

1.3.4. Ulus Ötesicilik

Portes ve Guarnizo’nun (2002) aktardığına göre ulus ötesicilik, asimilasyon ya da kültürleşmenin incelediği yeni gelinen ülkedeki uyumdan çok, göçmenlerin kendi ülkeleri ve yerleştikleri ülke arasındaki bağlara ve ilişkilere odaklanmaktadır (Akt: Şahin, 2010:64). Itzigsohn ve Saucedo (2002:770) ise ulus ötesi göçmenleri, iki toplumun bir parçası şeklinde yaşayan kişiler olarak tanımlamaktadır (Akt: Şahin, 2010:64).

Schiller, Basch ve Blanc-Szanton (1995:48), göçmenlerin günlük yaşamlarının yalnızca buldukları ülkenin sınırları içindeki ilişkilerden ibaret olmadığını belirtmektedir. Göçmenler günlük yaşantılarında sınır ötesi alanlara geçip hem kendi ülkelerindeki bağlar hem de buldukları ülkedeki bağlar üzerinden günlük yaşamlarını sürdürmektedir (Akt: Şahin, 2010:67). Göçmenler kendi ülkelerine gitmekte, ülkelerindeki yakınlarına para göndermekte ve yaşadıkları toplumda geldikleri ülkenin yaşam biçimini ve sosyal ilişkilerini devam ettirebilecek etnik kurumlar oluşturmaktadırlar. Bu durum *linear ulus ötesicilik* olarak adlandırılmaktadır (Goldring (1998), Landolt (1999), Mahler (1995), Portes, Guarnizo ve Landolt (1999)’dan Akt: Şahin, 2010:68). Dieckhof ve Jaffrelot’a (2010:337) göre, ortaya çıkan bu durum entegrasyon, asimilasyon ya da kültürleşme ile tek başına açıklanamaz. Her iki ülkenin

özelliklerini üzerinde taşımayı ve bu özellikleri devam ettirmek için belirli bir aktivite içinde olmayı içeren bir teorinin sosyoloji alanında bulunmaması bu ulus ötesi durumu açıklayabilecek yeni teorilerin ihtiyaç duyulmasına yol açmıştır (Akt: Şahin, 2010:67).

Ulus ötesiciliği konu alan araştırmalarda ulus ötesicilik, kimlikten ekonomik faaliyetlere, politikadan dine, mekândan medyaya kadar göçmenlerin pek çok alandaki faaliyetlerini kapsamakta ve bu faaliyetler operasyonel hale getirilerek farklı araştırmalarda kullanılmaktadır (Akt: Şahin, 2010:71).

1.3.5. Çok Kültürlülük

Çok kültürcülük (multiculturalism) kavramı ilk kez 1971 yılında Kanada Hükümeti tarafından ve bir siyaset biçimini ifade etmek üzere kullanılmıştır. (Vermeulen & Slijper, 2003:8-11'den Akt: Canatan, 2009:82). Kanada'yı takiben Avustralya ve Birleşik Devletlerde kavram daha sonra devreye girmiştir. İsveç, resmi olarak 1975 yılında kavramı benimsenmiştir. Hollanda'da resmi politikalarda, çok kültürlü toplum kavramı dâhil çok kültürcü bakış açısının bazı yönleri 1980'den itibaren oldukça detaylı bir şekilde gündeme gelmeye başlamıştır. Diğer Avrupa ülkelerinde de, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana göçmenlerle yüz yüze gelen ve bu göçmenlerin giderek geçici olmadıklarının açıklığa kavuşmasıyla çok kültürcülük kavramı yetmişli yıllarda kullanıma girmiştir. Başka kavramlarda olduğu gibi bu kavram da her yerde aynı bağlamda ve aynı aktörler tarafından kullanılmamıştır. Sözelimi Almanya'da bu kavram, özellikle kilise çevrelerinde ve sol siyasal söylemde kullanılmaktadır (Vermeulen, 1997:129'den Akt: Canatan, 2009:83-84). Çok kültürcülük politikasının temelini yurttaşların eşitliği ve kültürel çeşitliliğin kabul edilmesi teşkil etmektedir. Bugün, çok kültürcülüğün merkezi değerleri üç ilkeyle özetlenmektedir (Vermeulen & Slijper, 2003:8-11'den Akt: Canatan, 2009:82). Birinci ilke, kültürel çeşitliliğin tanınmasıdır. Bu ilke, çok kültürcülüğün yetkin kuramcılarında biri olan Charles Taylor tarafından "The politics of recognition" (Tanınma Politikası) olarak adlandırılmıştır. İkinci önemli ilke, toplumsal eşitliktir. Birinci ilkede ifade edilen kültürel ve etnik anlamda eşit muamele yeterli değildir. Grupların aynı zamanda sosyal ve ekonomik anlamda da eşit bir konuma sahip olmaları istenmektedir. Bu anlamda eşitlik ve tanınma gibi kavramlar, hukuksal anlamlarının ötesinde toplumsal bir içeriğe de sahiptir. Üçüncü ve son ilke, toplumsal bütünleşme'dir. Karşıt iddiaların aksine çok kültürcüler, toplumda farklı grupların gettolar halinde ayrışmasına taraf değildirler. Tam

tersine onlar eşitlik ve tanınma temelinde grupların hiçbir engelle karşılaşmadan toplumsal bir dayanışma ve birlik oluşturmalarını hedeflemektedirler. Onlara göre toplumda gettolaşmayı ortaya çıkaran sebep, sosyal ve ekonomik eşitsizliktir, bu ortadan kalkınca, gettolaşma da kendiliğinden ortadan kalkacaktır (Canatan, 2009: 82).

Baumann (2006:85) ise çok kültürlülük üçgeninin köşelerini kültür olarak milliyetçilik, kültür olarak etnisite ve kültür olarak dinin oluşturduğunu belirtmekte ve özcü bakışa göre “ister ulusal, ister etnik ya da dinsel olsun kültürün kişinin oluşturduğu ve sürekli yenilenme etkinliği ile yeniden biçimlendiği bir şeyden ziyade kişinin sahip ve üyesi olduğu bir şey” olarak tanımlamaktadır (Akt: Durugönül, 2012:20). Çok kültürlü toplum çok sayıda kültürün yan yana yaşadığı bir toplumdur. Bu da etnik açıdan homojen / türdeş olan toplumların da çok kültürlü olduğu anlamına gelir, zira toplumsal iş bölümünün belirli bir aşamasından sonra her zaman birden çok kültür söz konusudur. Wagner’e göre (2001:148) bugün kullanıldığı biçimiyle çok kültürlü toplum kavramı, çok etnikli toplum demektir, çünkü etnik gruplar, bir toplumda azınlık olarak yaşasalar dahi asimile olmayıp kendi gelenekleri, alışkanlıkları, kültürel pratikleri kısacası onları diğerlerinden ayıran bir kültürleri olduğundan çok etnikli toplumlar çok kültürlüdür (Durugönül, 2012:20).

Siyaset kuramcısı Parekh (2000:6), çok kültürlü toplum ve bu olguya yaklaşımlar konusunda şunları ifade etmektedir: “Çok kültürlü toplum, bünyesinde iki veya daha fazla kültürel topluluğu barındıran bir toplumdur. Çok kültürlü toplum, her biri farklı biçimler göstermekle birlikte kültürel çeşitliliğe iki şekilde tepki verebilmektedir. Ya kültürel çeşitliliği olumlu karşılar, onu anlamak için merkeze koyar ve onun kendi varlığını sürdürmek üzere öne sürdüğü kültürel taleplere saygı duyar, ya da bu toplulukları çoğunluk kültürü içinde eriterek asimile eder. Birinci durumda, yönelim ve etik olarak çok kültürcü, ikinci durumda ise mono-kültürcü olunur. Her iki durumda da çok kültürlü bir toplumda yaşanıyor ama bunlardan sadece biri çok kültürcüdür. ‘Çok kültürlü toplum’ terimi bir olgu olarak kültürel çeşitliliğe işaret eder, ‘çok kültürcü’ terimi bu olguya yönelik normatif bir tepkiyi dile getirir” (Akt: Canatan, 2009:82).

Doytcheva’ya göre (2009:24-25) ise çok kültürlülük “geçici olarak, modern demokrasilerin, kurumlarını yeniden biçimlendirerek ve kişilere farklılıklarını geliştirmek ve aktarma imkânı vermek farklı kültürlerin tanınması gerektiği düşüncesini temel alan tarihsel bir siyasi program, entelektüel tartışma ve pratik deneyim bütünü

olarak” tanımlanabilir. Doytcheva çok kültürlülüğün toplumun bir özelliği değil, bir ideal ya da siyasi bir program” olduğu düşüncesini insan toplumlarının her zaman çoğul olması ve kültürel açıdan çeşitlilik arz etmesi ama bu çeşitliliğe farklı dönemlerde farklı siyasi cevaplar verilmiş olmasıyla açıklamakta ve çok kültürlülüğün “kültürel farklılıklar sorununun bir toplumsal adalet meselesine dönüşmesine tanık olan demokratik toplumlara özgü çağdaş bir yenilik” olduğunu da eklemektedir (2009:24-25). Çok kültürlülüğün iç içe yaşamamaya dayalı bir türülük olduğunu belirten Taguieff (1987:345) çok kültürlülüğün mesafeli bir farklılık içerdiğini, farklı olanın uzakta tutulmak suretiyle sorun olmaktan çıkarıldığını ifade etmektedir (Akt: Bilgin, 2007:293).

Göçün başladığı yıllarda Türkiye’den Almanya’ya göç eden Türk işçilerinin ülkeye yapacakları katkıdan sonra ülkelerine dönecekleri düşüncesi, onların Alman toplumuyla uyum ve entegrasyonunun önemsenmemesini körüklemiştir. Ancak geri dönmeyen ve varlığını hala Almanya’da sürdüren Türk göçmenler giderek Almanya’nın bir gerçeği haline gelmiş ve Almanya’nın çok kültürlülük kavramını masaya yatırmasını ve devletin bu konuda siyasi model arayışları çabası içerisine girmesini sağlamıştır (Aktay, 2014:48).

1.3.5.1. Almanya’nın Çok kültürlülüğe Bakış Açısı

Almanya’nın göçmelere yönelik algısı tarihsel süreç içerisinde farklı boyutlarda ifade edilmiştir. Almanya’da savaş sonrası dönemde göçmenler, kamuoyunda ekonomik bir araç olarak görülmüşlerdir. Savaş sonrası dönemde ise, Almanya’nın ekonomik gelişimini hızlı bir biçimde sürdürebilmesi için emek piyasası kurallarına uygun olarak göçmen alma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda yapılan çeşitli anlaşmalarla ülkeye kabul edilen göçmenler ‘misafir işçi’ (gastarbeiter) olarak adlandırılmıştır. Bu dönemde emek gücü ön planda olup göçmenlere geçici konaklayacak kişiler olarak bakılmaktadır (Çayla, 2012:12-13).

İlerleyen dönemlerde petrol krizinin de çıkmasıyla işçi alımı antlaşmalarını durduran Almanya’da işçilerin ülkelerine dönmelerine yönelik çeşitli projeler hazırlanmıştır. Ancak beklenenden daha az sayıda işçinin ülkesine dönmesi ve aile birleşmeleri sonucu işçi nüfusunun Almanya’da artmasıyla birlikte göçmenler artık sosyal uyum ve düzene yönelik bir tehdit olarak algılanmaya başlanmıştır. Yetmişli yılların sonlarından itibaren “misafir işçiler” için bu kez yabancılar (Ausländer)

tanımlaması kullanılmaya başlanmıştır. 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesiyle birlikte etnik kavramların hem Almanların kendilerini hem de göçmenleri tanımlamasında öne çıktığı görülmektedir. Bu zaman diliminde Alman kamuoyuna, ülkelerinde çok fazla göçmen bulunduğu ve bu göçmenlerin Alman devletinin olanaklarını kullanarak Alman vatandaşlarının yüksek vergi ödemelerine neden oldukları düşüncesi yerleşmiştir. Aynı zamanda artık göçmenlerin kalıcı olduğu anlaşılacak entegrasyon politikalarının güçlendirilmesi gerektiği kanaati yaygınlaşmıştır (Çayla, 2012:13). Bunun yanında Almanya'daki 'yabancı' kavramının anlamı ulusal olandan Avrupalı olana hatta AB dışı olana şeklinde kaydığı görülmektedir. Öyle ki, Almanya'da yaşayan Yunan, İtalyan ve İspanyolların AB vatandaşı oldukları vurgulanmış ve onların yabancı olarak görülmedikleri belirtilmiştir (Çayla, 2012:19).

“Almanya'da yaşayan göçmenlerin kabul görme ya da dışlanma ölçütü onların ulusal kökeninden (Türk) dinlerine (Müslüman) kaymıştır. Alman kimliğinin modern öncesi etno-kültürel tanımı yerini Müslüman göçmenlerin “öteki” olarak kodlandığı yeni bir kültürel söyleme bırakılmıştır” (Çayla, 2012:20). 2004 yılında Almanya Başbakanı, Gerhard Schröder, “Göçmenlerin Alman yasalarına uyması ve Almanların demokrasi uygulamalarını kabul etmesini” vurgulamıştır. Schröder ayrıca, “demokrasinin hukuk dışı paralel toplumları ve yaşam alanlarını asla tolere etmeyeceğini” (Furlong, 2004 - Der Spiegel, 2006'dan Akt: Narlı, 2006:2) belirtmiştir. Bu konuşmalar yapılırken, Almanya'da diğer bir eleştiri de camiler etrafında oluşan “paralel toplumlarda” “nefret vaizleri”nin verildiği ve Müslümanların yanlış yönlendirildiğidir. (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4056109.stm>.'den Akt: Narlı, 2006:2) Benzer görüşler bugünün Almanya Başbakanı Angela Merkel tarafından Hıristiyan Demokratlar Birliğinin, Aralık 2004'deki yıllık toplantısında da dile getirilmiştir. Sayın Merkel konuşmasında, göçmenlerin Almanya'nın normlarına saygı göstermesinin ve kabul etmesinin önemini vurgulayan cümleler kullanmıştır. Hıristiyan Demokratlar Birliğinin 2005 yılında yapılan yıllık toplantı konuşmasında ise “çok kültürlü toplumun başarılı olamayacağı” (Furlong, 2004'dan Akt: Narlı, 2006:2) anlatılmış ve “çok kültürlülüğün iflas ettiği” (Burker'dan Akt: Narlı, 2006:2-3) söylenmiştir.

Çokkültürlülük başat kültüre tehdit oluşturmadığı takdirde desteklenmektedir. Fakat bugün çok kültürlülük kültürel farklar üzerinden siyaset yapmak isteyenlere argüman üretebileceği ve toplumsal yarılmalara yol açabileceği için tehdit olarak

görülmektedir (Narlı, 2006:3). Westdeutsche Rundfunk (Batı Alman Radyosu) radyosunda redaktör muhabir olarak çalışan ve Almanya'daki yabancılarla ilgili pek çok yayınlar hazırladığını belirten Monheim (1988:60) öz eleştiri yaparak, Almanya'da yabancılarla ilgili çekilen filmlerde “yabancıların zavallı, sınır dışı edilme tehlikesiyle karşı karşıya, sürekli dezavantajlı durumda bir toplum olarak, dolayısıyla bütün problemlerin sebebi olarak” gösterildiklerini, Alman toplumunun bu insanlara acıma duygusuyla yaklaşarak ikinci sınıf insan muamelesi gösterdiğini ve iyi niyetlerle yapılan bazı denemelerin sonuçlarının beklenilenin tam tersi tepkilere yol açtığını belirtmektedir. Monheim'a (1988:61) göre, Almanya'daki pek çok muhabir, Türklerin olumsuz yönlerini ortaya çıkaran programlar hazırlamakta ve bu programlar zaten Türkler hakkında olumlu bir düşünceye sahip olmayan insanlara ulaşmaktadır. Almanya'da Türkler hakkında olumsuz düşünen insan sayısı ise azımsanmayacak derecede çoktur. “Toplumsal eşitsizlik üzerine haber yapmak iç politika ve gazetecilik açısından ne derece önemliyse bu çeşit haberleri diğer tip izleyiciye yani Almanya'da Türkler hakkında sadece olumsuz fikirlere sahip olmayan politikacılara, memur ve seçmenlere ulaştırmak da o kadar zordur.” Haber yapılırken eğer önyargılardan arınılmazsa bu ön yargılara hizmet etme tehlikesi oldukça büyüktür.

Almanya'daki Türkler hakkında çekilen filmler, yapılan haberler tamamen Almanya'nın bakış açısına göre yapılmış filmlerden ve haberlerden oluşmaktadır. Çünkü hedef kitlesi Alman seyirciler ve okuyuculardır. Bu tür ürünler Alman sosyo-kültürel ve toplumsal değerlerine ve bakış açısına göre hazırlandığından Türk işçi ailelerinin kendilerine özgülükleri kavranamamaktadır (Monheim, 1988:61). Ayrıca Türkler Almanya'da yapılan haberlerin öznesi değil nesnesi konumundadır. Alman vatandaşlarının kendi dünyalarındaki koordinatlara oturtulmakta ve doğal olarak da Alman vatandaşlarının düşündüğü profile uymayan bir görüntü oluşmaktadır. Almanya'da Türklerle ilgili yapılan haberlerin odak noktasını Almanya'daki Türklerin yabancı oluşu ve onların yaşadığı problemler oluşturmaktadır. “Bunu somutlaştırırsak, yabancıların işsizlik sorununun açıklığa kavuşması için işsiz yabancıların problemlerinden bahsetmek gerekmektedir. Ancak böyle bir programda İş ve İşçi Bulma Dairesi'nin önünde kuyruğa girmiş yabancılar ve asık suratlar gösterilmektedir. Kırık dökük bir Almanca ile konuşan Türkler ekrana gelmektedir belki ama insan olarak bunların kaderleri söz konusu edilmemektedir. Kısır döngü şu ki; buna derinliği olmayan haberlerimizle bizler sebep olduk” (Monheim, 1988:61). Almanya'da yaşayan

Türk göçmenler hakkında yapılan haberlerde ve programlarda yalnızca onların problemlerine yer vermek oldukça yanlış bir tutum olmaktadır. Hedef kitleyi aydınlatmak isteyen gazetecinin, yapımcının göçmenlerin ülkesinden, gelenek ve göreneklerinden, eğitimlerinden, yaşayış biçimlerinden de bahsetmesi gerekmektedir ki böylece sosyo-kültürel faktörlerin önemi ev sahibi toplum tarafından anlaşılabilir. “Alman izleyiciler ancak bu bilgiler yardımıyla, Türklerin kendi davranış biçimlerinde neden ısrarlı olduklarını ve bizim yaşam tarzımıza neden öyle çok kolayca uymadıklarını anlayacaklardır. Ayrıca Türklerin sosyo-kültürel geleneklerinin ve ekonomik katkılarının bizim toplumumuz için nasıl bir zenginleşme ifade ettiği, iki kültürün etkileşiminin her iki tarafın da yararına olacağına dikkat çekilmelidir” (Monheim, 1988:61-62).

1.3.6. Ayrımcılık ve Ötekileştirme Kavramları

Ayrımcılık kelimesi, Latince ‘*Ayırma*’ anlamına gelen ‘*Discriminato*’ sözcüğünden gelmektedir. Kavram, toplum alanına aktarıldığında; “avantajsız bazı sosyal kesimlerin deri rengi, isim farkı, cinsiyet, din gibi nedenlerle ayırımını” ifade etmektedir. Sosyal psikoloji alanında, “bir bireyin sadece belli bir gruba aidiyeti nedeniyle olumsuz muamele ve davranışlara maruz kalmasını” ifade eden ayrımcılık; “önyargıların davranışlara dönüşmesi” olarak da tanımlanabilir (Bilgin, 2003:40’dan Akt: Sürgevil, 2008:118). Ayrımcılık olmadan ön yargılar var olabileceği gibi, ön yargılar olmadan da ayrımcılık söz konusu olabilir (Bilgin, 2007:30’dan Akt: Sürgevil, 2008:118).

Önyargılar ve ayrımcılığın bir arada görüldüğü diğer bir kavram, öteki kavramıdır. Diğer, öteki, yabancı, başkası gibi sözcükler, insani çeşitliliği göstermektedir. Bu kavramlar, ‘ben’ veya ‘biz’den farklı olan veya farklı olarak tanımlanmış olan birileri olabilir. Ötekilik veya başkalık, bir kişi veya gruba atfedilen bir özelliktir. Önyargılar ve ayrımcılığın bu kavram içindeki yeri; diğerinin sosyal temsiller düzeyinde bir farkla damgalanması ve ayrıca ayrımcılığa maruz kalması, dışlanması halinde ötekileştirmenin söz konusu olmasıdır (Bilgin, 2007:176’dan Akt: Sürgevil, 2008:118).

1.4. Kimlik

Kimlik; insanın kendisini sosyal dünyasında nasıl tanımladığını ve kendini nasıl konumlandığını, onun kim olduğunu ve nerede durduğunu yansıtmaktadır. “Bir birey veya grubun, diğer birey veya gruplardan farklılaşan özelliklerinin bütünü” şeklinde tanımlanabilen kimlik, daima bir diğerine göre açıklanır. Başka bir deyişle kimlik tanımı; “diğerinden, ötekinden geçer” (Bilgin, 2003:199’den Akt: Sürgevil, 2008:114). Rutherford (1998:25)’a göre kimlik, esnek, kırılğan ve zaman içinde şekil değiştirebilen bir yapıdır. Kimlik geçmişinin izlerini taşıırken geleceğini de şekillendirir, asla durağan değildir. Kimlik yaşantıların anlatısında kesinlik taşımaya geçici bir noktadır (Akt: Cengiz, 2009:6).

Kimlik, bir birey veya gruba ilişkin bir resim ve bir adresi ifade etmektedir. İnsanın kendisini nasıl tanımladığı bir resmi veya fotoğrafı ifade ederken; kimliğin diğer kişi veya gruplarla ilişkiler zeminine oturan kısmı adres fikrini (kimliğin konumlama boyutunu) oluşturur. Aslında kimlik kavramında bu iki yan iç içe geçmiştir. Buradaki adres fikri, sabit ve herkes için aynı mesafede olan bir adresi ifade etmemektedir. Nitekim herkes çoğu zaman, bazı kişi ve gruplara yakın, diğerlerine uzak olunan bir yerde durmaktadır. Ayrıca, diğerleriyle kurulan bu ilişkinin mesafesi de zaman içinde değişebilir. Bu noktada, diğerleri; dost veya düşman, benzer veya farklı, tanıdık veya yabancı, ortak veya rakip, yanımızda veya karşımızda, sıcak veya soğuk, yakın veya uzak olarak dünyada yer almaktadır (Bilgin, 2007:109’den Akt: Sürgevil, 2008:114). Kimliğin en önemli bileşenlerinden biri aidiyet duygusudur. “Biz” ve “onlar” bu duygu ile oluşturulmaktadır. “Biz”in pozisyonu “ötekine” göre belirlenmektedir. Bu iki kavram birbirini tamamlayan bir niteliğe sahiptir. Sonuçta kimlik, ötekilerle kurulan ilişkilerde varlığını sürdürmektedir. Bu yönüyle öteki, potansiyel bir tehdit ve çatışma kaynağı olarak kolektif kimliğin kendini keşfetmesini sağlamaktadır (Bostancı, 1999:38’den Akt: Çelik:33-34).

De Rham’a (1990:171-177) göre; kimlik değiştirme göçmenlerin entegrasyonunda ya da asimilasyonunda son aşama olarak algılanmaktadır (Akt: Göksu, 2000:186). Öyle ki “çoğu zaman pasaport milli kimlik ile eş görülmektedir. Örneğin, Almanya’da otoriter kişiler vatandaşlık değiştirmek istediklerinde kendilerinden eski vatandaşlıklarını bıraktıklarına dair bir belge getirmeleri istenmektedir. Bu belge için ısrar edilmesinin temel sebebi kişilerin önceki milli kimliklerini ve eski devletlerine sadakatlerini bıraktıklarının ispat edilmesidir. ABD gibi bazı ülkelerde ise kimlik ve

sadakatteki bu değişikliği gösteren özel bir yemin töreni” düzenlenmektedir (Fatherland Oath Ceremony’den Akt: Göksu, 2000:186-187).

Kimlik konusunun çok hassas ve duygusal bir konu olduğunu belirten Tok (2006:27) kimlik hakkında şunları ifade etmektedir; “kimlikler aslında gücünü önemli ölçüde kişide duygusal bağlar yaratabilmelerinden alırlar. Kişiyi, ulusal, dini ya da kültürel kimliğini koruma ya da etnik kimliğe ulusallık statüsü kazandırma uğruna ölme ve öldürmeyi dahi göze alabilecek bir ruh haline sokması, kimliğin kişide derin duygusal bağlar yaratma gücünün bir göstergesidir. Bu nedenledir ki, ortak ulusal, dini, etnik ya da kültürel kimlikler kendilerini o kimliklerle özdeşleştirenleri bir tehdit, felaket ya da sevinç anında en kolay ve en etkili şekilde mobilize edecek unsurlardır (Akt: Cengiz, 2009:9). Hammar (1985), bireyin kendi ülke vatandaşlığından çıkıp başka bir ülke vatandaşlığını almasının çok ağır olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir; “sadece eski bağlarını tamamen koparmak isteyenler bu ücreti ödeyebilir ve sadece tamamen asimile edilenler yeni ülke tarafından kabul edilirler” (Akt: Göksu, 2000:187). “Türkiye’ye tatile gelen Avrupalı Türklerin, günlük hayatta konuşma stillerinden ve hareketlerinden Avrupalı olduklarının farkına varılarak kendilerine değişik davranılması ve Türk toplumunun içinde bulunduğu ortama yabancı kalmaları (Tütüncü 1998: 1456-1457’den Akt: Göksu, 2000:189) Almanya doğumlu Türkleri kimlik ikilemine itmektedir. İkilemin diğer ucunda ise Alman toplumundan dışlanmanın olduğunu belirtmekte yarar vardır” (Göksu, 2000:189). Almanya’daki Türkler ne Türkiye’deki komşularına tanıdık, ne ikametlerindeki komşularına arkadaş olabilmektedirler, Orada yerleşik “Almanyalı Türkler” olarak görülmektedirler (Göksu, 2000:188).

“Ortak göçmenlik tecrübesi, dışlanma algısı, İslami meşruiyet kazanmış müşterek toplumsal ahlak ve bunun taşıyıcıları olarak dini grup ve kurumlar ve de aile yapısının özellikleri kimlik inşasında etkili olan faktörlerdir” (Bulut, 2014:111). “Turan (1992:98-111), birinci neslin Türk kimliği konusunda ciddi probleminin olmadığını ancak ikinci ve üçüncü kuşak hakkında bunu söylemenin kolay olmadığını vurgulamaktadır. Bu kuşakların milli ve kültürel kimliği konusunda üç görüşün olduğunu belirtmektedir.” “Bunlar entegrasyoncular, multi-kültürcüler ve kültürel kimlikçilerdir. Birinciler Türklerin Alman toplumuna entegre edilmesini savunmaktadırlar. Bir anlamda asimilasyona gidişi savunmaktadır. İkinciler ise herkesin kendi kültürünü yaşaması temelini savunmaktadırlar. Yabancılara hukuki ve siyasal eşitliği savunurlar. Üçüncü grupta ise cami merkezli dayanışma yer almaktadır. Taban

destekli bu grup Almanlar tarafından ilgi görmemektedir. Bu grup tarafından kültürel kimlik sorunu İslami kimlik sorunu olarak görülmektedir” (Göksu, 2000:189-190). Almanya’da yaşayan Türklerin ve özellikle Türk gençlerinin Türk kimliğini korumada ve yeniden inşa etmede Türkler tarafından Almanya’da kurulan sivil toplum kuruluşları, dernekler, cami dernekleri, spor kulüpleri, sosyal ve kültürel kurslar çok önemli bir yere sahiptir (Adıgüzel, 2011:21-22).

Almancayı anadillerinde daha iyi konuşabilen, üniversitelerde eğitim gören Almanyalı üçüncü kuşak Türklerin bile halen Türkiyeli olmakta vazgeçmemesi ve Türk-Alman olarak yaşamını sürdürmesi bizleri göçmen kimliği üzerine ciddi anlamda düşünmeye sevk etmelidir. Tüm entegrasyon çabalarına rağmen kimliklerini ve kültürlerini korumakta direnen Türk göçmenler özellikle dini kimliklerine sarılmakta ve Almanlarla paralel yaşamlar sürdürmektedirler. Birkaç nesil sonra Almanlaşırız korkusu onları biraz daha ülkelerine yaklaştırmakta ve içe kapanık toplum haline dönüştürmektedir. Buna rağmen Almanya’yı yadsımak yerine Alman kültürüyle Türk kültürünü harmanlayıp yeni bir kültür ve kimlik oluşturabilenler de bulunmaktadır. Almanya ve Türkiye, göçmenleri kendine benzetmek ve ötekileştirmek yerine farklılıklarını kabullendiği ve onlara üçüncü bir kültür oluşturmada destek olduğu sürece sorunlar kolaylıkla aşılabilecektir (Cengiz, 2009:12).

1.4.1. Kimlik Çeşitleri

1.4.1.1. Milli (Ulusal) Kimlik

Siyasi bir adlandırma olan milli kimlik, Fransız devriminin sonrasında oluşan ulus bilinci sayesinde ortaya çıkmıştır. Kişinin ait olduğu ulusun değerlerini benimsemesi ve kendisini bu bilinçle diğer uluslara göre tanımlaması milli kimliği oluşturmuştur (Cengiz, 2009:6).

Schlesinger’e (1994:290) göre ulusal kimlik, “bir toplumun verili bir stratejik düzeyde oluşturulan bir kimlik biçimi olarak tanımlanabilir. Ulusal kimlikten söz edilebilmesi için içerme ve dışlama süreçleri analiz edilmelidir” (Akt: Çelik:33). Weiner’a (1978:108) göre kişinin devletle arasındaki bağı değil toplumla arasındaki bağı ifade etmektedir. Milli Kimlik, sosyal alanda ve ailede öğrenilen bireyler tarafından seçilen kişisel (öznel) bir özellik gösterir (Akt: Göksu, 2000:186). Neyzi’ye (1998:9) göre “milli kimliğin hem çevresindeki kendi milletine ait insanlarca oluşturulan yanı hem de kendi milletinde olmayan “öteki”lerin oluşturduğu yanından

bahsedilebilir. Bu ikinci yön özellikle “öteki”lerin onun farklı olduğunu hissettirmeleriyle ortaya çıkmaktadır. Yabancıların, içinde yaşadıkları toplumda maruz kaldıkları muameleler onların kimliğinin bu ikinci yönünü oluşturmaktadır. Bu tecrübeler genellikle ilk olarak anaokullarıyla başlamakta” (Akt: Göksu, 2000:187) ve hayat boyu devam etmektedir. Yabancıların ilk olarak konuşamadığı Almancasıyla Alman çocuklar alay ederek onun farklı olduğunu hissettirmektedirler. Bir okul gezisinde örneğin, sınır geçilecekse sınırdaki polis kontrolü yabancılar için daha sıkı olmaktadır ya da AB vatandaşı olan Almanlar’a ziyaret yerlerinde farklı bir ücret uygulanarak onlara kendi kimlikleri hissettirilmektedir. AB içinde sadece Alman olmayanlara değil Avrupalı olmayanlara da kimlikleri hatırlatılmaktadır (Göksu, 2000:187).

1.4.1.2. Resmi Kimlik

Weiner (1978:108), resmi kimliği kişinin devletle arasındaki bağ olarak tanımlamaktadır. Weiner’a (1978:108) göre resmi kimlik hukuki ve siyasal bir anlam taşımaktadır ve resmi kimlik bireye devlet tarafından verilmektedir (Akt: Göksu, 2000:186).

1.4.1.3. Sosyal Kimlik

Henry Tajfel (1978, 1981, Tajfel ve Turner, 1985) ve John Turner (1975, 1982, 1984, 1985) tarafından geliştirilen sosyal kimlik kuramına göre, olumlu bir benlik kavramını ve öz-saygıyı hem korumak hem de artırmanın bir yolu, olumlu bir sosyal kimlik kazanmaktır. Bu kuramda, bireyin belirli bir sosyal gruba veya gruplara üyeliğinden ve bu üyeliğe atfedilen değerlerden doğan benlik kavramı, sosyal kimlik olarak adlandırılmaktadır (Soylu, 1994:1’den Akt: Sürgevil, 2008:114). Olumlu sosyal kimlik ise, kişinin ait olduğu grup içinde veya diğer gruplarla karşılaştırmalar yapılarak kazanılmaktadır (Meşe, 1999:38-39’den Akt: Sürgevil, 2008:114).

1.4.1.4. Kolektif Kimlik

Kolektif kimlik, belirli bir alanda kök salmış bir takım etnik grupların diğer gruplardan farklarını ortaya koyma, vurgulama talebidir. “Bir grup bireyin kendilerini tanımak ve ilgileri, mekânları, sosyal ilişkileri grup halinde işlenebilen, yönetilen,

doğrulanabilen bir grup oluşturmak için geliştirdikleri bir eğilimdir” (Bilgin, 1994:120’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:54-55).

Bilgin’e göre (1994:51-52) kolektif kimlik, belli bir durumu değil, bir süreci yansıtır. Bir cemaatin veya topluluğun kimliği, diğer topluluklarla ilişki içerisinde zamanla değişir. Hiçbir cemaat, tek başına ve zaman-mekân dışı bir tözsel kimliğe sahip değildir. Nasıl ki, bireysel kimliklerin oluşumu ancak kişiler arası ilişkiler bağlamında mümkünse, kolektif kimliklerin oluşumu da topluluklar arası ilişkiler bağlamında söz konusu edilebilir. Kolektif kimlikte geçmişe dönük bir yan vardır; çünkü kolektif kimlik, birtakım semboller, anılar, sanat eserleri, töreler, alışkanlıklar, değerler, inançlar ve bilgilerle yüklü bir gelenekten, geçmişin mirasından, kısacası kolektif bellekten inşa edilir. İnsan toplulukları kendilerini ortak geçmişte tanır, bu geçmişi belleğine işler, ritüel törenlerle anar ve yorumlar. Dolayısıyla kolektif kimliğin inşasında “sosyal imgelemin kolektif belleği şekillendirmesi” söz konusudur. Sosyal imgeler kuşaktan kuşağa süzülerek aktarılan bellek öğelerini, kolektif kimliği temellendirici değerler ve anlamlarla yükler; tarihsel olayları, anıları, sembol, mit veya efsaneye, bu olayların aktörlerini ise kahramanlara, sembol ‘şahsiyetler’e dönüştürür. Bu dönüştürme işleminde yazarlar, sanatçılar, entelektüeller ve iletişim araçları katalizör rolü oynar (Demirbaş, 2003-2004:55).

John Bergue’e göre (11-18), kolektif kimlik birbirine karşıt birtakım boyutları kapsamaktadır: Kimlik, hem güvenlik verici hem de harekete geçiricidir. Kimlik hem devamlılık hem transformasyon içerir; dönüşüm olmadan kimlik yoktur; dönüşümün olması ise, bir şeylerin “biz” olarak dönüşmesini gerektirir. Kimlik objektif ve subjektif özellikleri birleştirir. Kimlik bir bütünselliktir. Ayrıştırılabilir. Kimliğin çeşitli yanları, aktörleri ve kategorileri birbiriyle değiştirilebilir (Akt: Demirbaş, 2003-2004:55).

G. Michaud’ya göre kolektif kimlik kavramı büyük ölçüde, etnotip ve etnik kimlik kavramlarını karşımıza çıkarmaktadır. Etnotip, belirli bir insan grubunun davranışlar bütününe anlamamızı sağlayan referans modelidir; etnik kimlik, bir varoluş politikasının sonucudur; subjektif olarak yaşanan ve kavranan bir aidiyet bilincidir. Etnik kimlik, somut ve objektif verilerin tümevarım yoluyla yapılmış genellemeler üstüne inşa edilen kavramsal bir şemadır. Kolektif kimlik belirli bir alanda sınırları belli bir kültürel topluluk tarafından taşınan kimlik olarak sınırlandırılabilir veya genişletilebilir. Bu anlamda etnik kimlik ve ulusal kimlik bunun versiyonlarıdır. Kolektif kimliğin özellikleri şu şekilde sıralanabilir: Kolektif kimlik, grup üyeleri

tarafından subjektif olarak algılanmakta ve yaşanmaktadır. Kollektif kimlik diğereine karşıtlık içinde bir kontrast ve diğerelelerinden fark olarak tanımlanır. Yani gruba aidiyet bilincinden kaynaklanır ve çeşitli temellerin bir sistemi içinde kavranır. Bu temsiller içinde bir takım negatif nitelikler ve pozitif nitelikler bulunur (Bilgin, 1994:19-34'den Akt: Demirbaş, 2003-2004:55).

1.4.1.5. Kültürel Kimlik

Her birey kültürel bir oluşumun içinde dünyaya gelir. Birey geliştikçe bu oluşumun değereleleriyle şekillenen bir kimlik bilinci oluşturur. Bu bilinç sonucunda benimsediğı kültürel kodlar bireyin kültürel kimliğini meydana getirir (Cengiz, 2009:6).

Kültürel kimlik hem geçmişe hem de geleceğe aittir. Geçmişten gelen kültürel kimlik bu süreçte değerişimlere uğramaktadır. Böylece uygun deneyimler, ilişkiler, mevcut semboller ve fikirler doğrutusunda sürekli yapılmakta ve yeniden üretilmektedir (Larrain, 1995:223'den Akt: Çelik: 33). Rutherford (1998:177), kültürel kimliklerin bir tarihinin olduğundan ve bu kimliklerin sürekli bir dönüşüme maruz kaldığından bahseder. Kültürel kimlikler, sonsuz bir tarih, kültür ve güç oyunlarına bağlıdır. Geçmişin geri alınmasına dayanmaktan çok uzak bulunmayı bekleyen ve bulununca da benlik duygusunu sonsuza kadar güvence altına alacak, bireyi konumlayan ve konumlandırıldığıında farklı durumlara verilen isimlerdir (Akt: Cengiz, 2009:6). Kültürü yitirerek kimliksiz kalma korkusu, kimi zaman ait olunan kültürü saf ve üstün görerek diğere kültürleri düşman görme tarzında ortaya çıkabilir. Hatta bu korku, farklılıkları reddetmeye kadar gidebilir (Cengiz, 2009:7).

Başka bir ülkede azınlık durumunda yaşayan toplumda kültürel kimlik değerelelerinin yaşatılması ve yeni kuşaklara aktarılabilmesinde devletler kadar hatta devletlerden daha fazla sivil toplum kuruluşlarına görev düşmektedir. Almanya'da yaşayan gençlerin kimliklerinin ve kültürlerinin korunması ve yaşatılması görevini sivil yapılanmadan bağımsız düşünmek ve bunu sadece devlet okullarında sınırlı verilen Türk Dili ve Kültürü derslerinden beklemek iyimserlik olacaktır (Azzaonui, 2009'den Akt: Adıgüzel, 2011:20).

1.4.1.6. Etnik Kimlik

14. yüzyılın ortalarından beri İngilizce'de "*ethnic*" olarak kullanılan sözcük klasik Yunancada dinsiz kişi anlamına gelen "*ethnikos*" sözcüğünden türemiştir. 19.

yüzyıldan itibaren ise sözcüğün “ırksal karakteristikler” anlamı, “dinsiz”, “putperest”, ve “Hıristiyanlığa inanmayan” şeklindeki anlamların yerini almıştır. Bundan sonra ‘etnik’ kelimesi ilkel kültürleri tanımlamış, hatta 1960’larda Amerika’da “Yahudiler, İtalyanlar ve diğer az sayıdaki soylar için nazik bir terim” olarak tanımlanıp kullanılmaya başlanmıştır (Phadnis, 1989:13’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:47-48).

Günümüzde bu kavram kabaca “kendisinininkinden farklı bir kültürü olan daha büyük bir toplumda yaşayan farklı bir nüfus kategorisi” olarak tanımlanmaktadır (Gencel, 1993:39’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:48). Etniklik üzerine yapılan çalışmalarda çoğunlukla ırk faktörü etnikliğin ölçütlerinden biri olarak ele alınmaktadır. Hatta kimi zaman bu iki kavram birbirinin yerine kullanılmaktadır. Oysa aralarındaki yakın ilişkiye rağmen bu ikisi farklı şeylere işaret etmektedir. Irk daha çok fiziksel ve biyolojik karakteristiklere, etniklik sosyo-kültürel karakteristiklere dayanmaktadır (Rex, 1986:22 ve Bulmer, 1986:54’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:48). Etniklik birçok farklı ölçütte tanımlanabilen esnek bir kavramdır. Genel olarak, benimsedikleri dil, din ve sahip oldukları kültür itibariyle diğer gruplardan farklı olan gruplar etnik olarak nitelenir. Bugünkü iletişim çağında “kültür” etnik kimliği belirleyen etkin bir ortak değerdir. Dil ve dini inanç etnikliğin dışı dönük en önemli göstergeleridir. Ancak etnik kimliği belirlemede dil ve din birlikte önem taşıyabileceği gibi, ayrı ayrı da önem taşıyabilmektedirler (Önder, 2002:11’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:49).

Etniklik antropolojinin temel kavramlarından olan ilkselcilik çerçevesinde ele alınırsa toplumsal varlığın verili olduğu, kişinin belli bir dili konuşan, belli bir dinin mensubu ve bunu izleyen belli toplumsal pratikleri gerçekleştiren bir ailede doğduğundan hareketle bu verili etnik grup bağlılığı ve etnik kimlik ilksel, çok eski zamanlara ait olarak nitelendirilir (Stavenhagen, 1990:56’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:48). Bu görüşü eleştiren Faller’a göre ise toplumsal ilişkiler ve kültürel üniteler olarak etniklik kadim dönemlere ait bir olgu değil, tam tersine yeni bir olgudur (Reminick, 1983:48, Stein ve Hill, 1977:42’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:48). Etniklik azınlık kavramı ile birlikte ele alındığında azınlık kavramının genel kabul gören tanımından hareketle etnik grupları da içerdiği söylenebilir. Sosyolojide genel kabul gören tanımlamaya göre azınlık, çağrıştırdığı gibi sayıca azınlık değil, yaşadıkları toplumda kültürel ve fiziksel karakteristiklerinden dolayı farklı ve eşitsiz muamelelerle karşılaşan ve kendilerini kolektif bir ayrımcılığın öznesi olarak gören grup olarak tanımlanmaktadır (Simpson ve Yinger, 1953:347’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:48).

Azınlık, Birleşmiş Milletler (BM) raporundaki “başat olmayan bir durumda olup, bir devletin geri kalan nüfusundan sayısal olarak daha az olan, bu devletin uyruğu olan üyeleri etnik, dinsel ve dilsel nitelikler bakımından nüfusun geri kalan bölümünden farklılık gösteren ve açık olarak olmasa bile kendi kültürünü, geleneklerini ve dilini korumaya yönelik bir dayanışma duygusu taşıyan bir grup” şeklinde tanımda etnik grubun çoğu özelliğini çağrıştırıyorsa da, aslında hukuken etnik gruptan farklıdır. BM İnsan Hakları Komisyonu’nun kurduğu “Ayrımların Önlenmesi ve Azınlıkların Korunması Alt Komitesi”ne göre, azınlık olan vatandaşların kendi devletlerine sadakatle bağlı olmaları ve ayrılarak başka devlet kurma gibi eylemlerden kaçınmaları gerekmektedir (Oran, 2001:42-43’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:48).

Etnik kimliğin ulusal köken, din, ırk, milliyet katmanlarından biri ya da bunların kombinasyonu tarafından oluştuğunu belirten Milton Gordon (1964:26-38), etnik grubu alt toplum, etnik grubun kültürel mirasını da alt kültür şeklinde tanımlayarak kültürün önemine işaret etmektedir (Akt: Demirbaş, 2003-2004:49). Martin Marger (1991:12) ise etnik grupların belli davranışsal karakteristikleri sürdüren alt kültürler olarak tanımlanmasını eleştirerek, benzersiz kültürel özelliklere sahip olmanın etnik grubu oluşturan öğeler olmadığını, aksi takdirde bu tanıma göre kolej öğrencilerinin ya da tarihçilerin de etnik grup sayılabileceğini söyleyerek konunun subjektif boyutunu vurgulamaktadır (Akt: Demirbaş, 2003-2004:49).

Etnik grubu subjektif topluluk olarak tanımlayan görüş, doğumdan itibaren başlayan toplumsallaşma süreciyle etnik grup üyesinin üyeliğinin ve kendisi ile diğer üyeler arasındaki farklılığın bilincine vardığında ve en önemlisi üyeler arasındaki “topluluk duygusu” bilincine dikkati çekerek subjektif unsurların önemini vurgular: “Bu topluluk ya da birlik duygusu, ortak tarihi mirasın ve soyun paylaşıldığının bilinmesinden ileri gelir. Ortak soyun gerçek olması gerekmez, hakiki de olabilir, kurmaca da olabilir” (Marger, 1991:13-18’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:49). Etnik grubu subjektif topluluk olarak tanımlamada subjektif özelliklere verilen ağırlık zaman zaman daha da arttırılmıştır. Örneğin Max Weber, etnik grubu, fiziksel özelliklerde, örf ve adetlerde benzerliklerin var olduğu, ya da her ikisinin benzerliğine dair subjektif inancın yaşatıldığı gruplar olarak tanımlarken, objektif olarak bir kan bağının gerekmediğini vurgulamaktadır (Driedger, 1989:8’den Akt: Demirbaş, 2003-2004:49). Bunun gibi, diğer yazarlar, etnik grupların diğer gruplardan gözlemlenebilecek ya da ölçülecek farkı olmadığını, grup içinde ve dışında insanlar onun tek olduğunu

bildiklerini, ayrı bir grup olarak davranıp hissettikleri için var olduğunu savunmaktadırlar (Marger, 1991:13'den Akt: Demirbaş, 2003-2004:49).

1.4.1.7. Dini Kimlik

Dini kimlik, insanın dış dünyaya karşı kendini tanımlamak amacıyla dini referans alması, bunun da ötesinde bireyin siyasal taleplerinin referans kaynağının din olması şeklinde anlamlandırılabilir (Karaman, <http://www.magrib.org/turkiyede-dini-kimlik-ve-resmi-ideoloji/>)

Dini kimlik inşasında en önemli faktör dini kurumlardır. Kurumlar ne kadar kurumsallaşırsa hizmet alanları da o derece genişlemektedir. Dini kültürün gençler üzerinden devamlılığı kurumsal olarak dini cemaatlerin gençlik örgütlenmeleri ve üniversite öğrencileri tarafından oluşturulan dernekler tarafından yürütülmektedir. Bu oluşumlar aynı zamanda dinin geleneksel yüzleri ile gizli bir mücadele alanı ve yeni güç ilişkilerinin doğduğu yerlerdir. Zira yeni neslin kendi dindarlığını kendi eliyle inşa etmesinde bir ortam üretirler (Bulut, 2014:112). Dernekler ve gruplar bir nevi misyon, sosyal bağ, dini gelişme ortamıdır (Schöll 2004:81-90'den Akt: Bulut, 2014:113). Birleştirici unsur dindir ve etnik köken daha çok ikinci plana atılmaktadır. Böylece gelenek ve etnik dışında kapsayıcı bir birliktelik sağlanır (Bulut, 2014:113).

Almanya'da yetişen yeni nesil Müslüman gençler, İslami bir kimlik edinmeyi ailesiyle olan kuşak çatışmasının kültürel bir aracı, Alman toplumuna karşı ise bir tanınma aracı olarak kullanmaktadır. Nesiller arası farklılaşma oluşurken Alman akranlarından çarpıcı bir ayrılık oluşmaktadır. Onlar kendine mahsus stil, tarz ve kimliklerini oluşturmaktadır. Dini temel sağlayan bilgi kaynakları, eğitim ve kural değerler terbiyesi aile, toplumsal çevre ve dini kurumlar üzerinden sağlanmaktadır. Bağlayıcı ortak değer yargıları ve kurallar gençlerin seçimlerinde ortak yöneliş çerçeveleri oluşturmaktadır (Bulut, 2014:116).

İKİNCİ BÖLÜM

2. ETNİK MEDYA VE ALMANYA'DAKİ TÜRK MEDYASI

2.1. Etnik Medya

Jeffres ve Hur (1980:11) etnik medyanın; dışa kapalı ve kendi etnik yerleşim bölgelerini yaşam tarzlarının merkezine koyan asimile olmamış etnik gruplar için var olduğunu gözlemlemişlerdir. Araştırmacılar etnik medya kullanımının etnik kimlik gibi etnisite ölçümleri ile pozitif ilişkili olduğunu ileri sürmüşlerdir (Akt: Gülnar & Balcı:456).

Etnik medyanın etnik kimliği güçlendirdiği ve bir grubun orijinal kültürünü koruduğu gözlenmiştir. Yabancı bir ülkeye yeni gelen pek çok kimse, kültürel bağlarını ve etnik kimliklerini sürdürmek istemektedir. İşte etnik medya bu özel ihtiyacı karşılamak için kullanılmaktadır (Wang, 2006:33'den Akt: Gülnar & Balcı:456).

Etnik medya etnik kimliği güçlendirip, bir grubun orijinal kültürünü korurken, öte yandan uzun vadede ağırlıklı etnik medya kullanımı çok kültürlü adaptasyon için bir engel teşkil edebilmektedir (Viswanath & Arora, 2000:42; Lee & Tse, 1994:61'den Akt: Gülnar & Balcı:456). Etnik iletişim, yeni kültüre bir yandan davranışsal adaptasyonu hızlandırırken diğer yandan da yeni gelen insanların etnik değerleri ve inançlarını sürdürmelerine yardımcı olmaktadır (Melkote & Liu, 2000; Viswanath & Arora; 2000; Walker, 1999'den Akt: Gülnar & Balcı:456).

Özet olarak, etnik medyanın ev sahibi kültürü anlama ve öğrenme noktasında bir işlevi yerine getirdiğine ilişkin karşıt görüşler olsa da yaygın kanaat; bu medya türünün göçmenlerin kültürel değerlerini güçlendirmelerine yardımcı olurken, yeni kültüre adaptasyon konusunda engelleyici bir etkisi olduğu yönündedir (Gülnar & Balcı:456).

2.2. Entegrasyon Sürecinde Medya

2.2.1. Entegrasyon Sürecinde Türk Medyası

“Anavatanın eskiden olduğu gibi hiç de çok uzaklarda olmadığı aksine artan medya ve telekomünikasyon olanakları ile eskiden yılda ancak bir kere iletişime geçilebilen Türkiye'nin artık her an bu kimselerin oturma odalarında yer almasını beraberinde getirmiştir”. Günümüzde Almanya'da mevcut olan Türkçe yazılı basın dışında uydu ve kablolu televizyon yayınları sayesinde Almanya'daki Türkler,

Türkiye’deki her gelişmeden anında haberdar olmakta ve bu durum gurbetçi vatandaşlar için bir zorunluluk olan dahası katlanmak durumunda kaldıkları Alman yazılı ve görsel basınından onları muaf kılmıştır. Ancak bu durum Almanya’daki Türkleri zaten yabancı oldukları bir toplumda giderek daha da yabancılaştırmış ve yerli toplumdan izole eden bir fonksiyona da sebep olarak gettolaşma sürecinde önemli bir rol oynamıştır (Hekimler, 2009:22-23).

Medya, Türklerin entegrasyonunda olumlu ve olumsuz iki rol oynamaktadır. İlk dönemlerde Türkçe yayın yapan medya araçları Türkiye’ye dönme arzusundaki gurbetçiler ile ana vatanları arasında bir köprü vazifesi görmüştür. Ancak günümüzde bu misyon değişmiştir ve Almanya’da kalan gurbetçilerin burada kalmaları için manevi bir destek niteliğine bürünmüştür. Almanya’da günlük yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gerekli olan alt yapıyı oluşturmuş kişilerin tek eksiği Türkiye ile haberleşmelerini sağlayan bir iletişim aracıdır. Bunu da medya doldurmaktadır ve bu kişiler Türkiye’ye gitmeden Türkiye’den haberdar olma ve bir nevi Türkiye’de bulunma imkânına sahiptirler. Türkçe kanallar sayesinde gurbetçiler Türkiye’deki herhangi bir siyasal veya ekonomik gelişme konusunda bilgi sahibi olabilmektedirler (Hekimler, 2009:23). Ancak Almanya’da Türkçe yayın yapan medya araçları bir yandan gurbetçi vatandaşları kendi ülkelerindeki gelişmeler konusunda aydınlatırken diğer yandan gurbetçileri yerleştikleri ülkenin dilinden uzaklaştırmıştır. Öyle ki “zaten asgari bir Almanca dil bilgisine sahip olan ve sayısı her geçen gün artan Türk nüfus bu şekilde günlük hayatlarında Türk medyasına daha fazla yer vermek sureti ile Almandan uzaklaşmaktadır. Bu da onların kendilerini ifade etmek, anlamak ve anlatabilmek için birincil araçları olan dil bilgisinin giderek gerilemesini Almanya’da yaşayan ancak Almanca bilmeyen ve Almanya’nın içinde ona yabancı bir topluma dönüşümlerini de beraberinde getirmektedir” (Hekimler, 2009:24).

Göz önünde bulundurulması gereken bir gerçek bu kimselerin Türkiye’de değil Almanya’da yaşadıklarıdır. Bu hali ile Almanya’daki Türklerin öncelikleri Almanya ve bu ülkedeki gelişmeler olmalı, Türkiye bu resmi tamamlayan bir unsur olarak yer almalıdır. Aksine sadece Türk medyası ve Türkiye’ye endeksli bir yayın Almanya’daki Türkleri Almanya’nın günlük ve toplumsal hayatından daha da uzaklaştıracaktır (Hekimler, 2009:24).

2.2.2. Entegrasyon Sürecinde Alman Medyası

Makal'ın (1987:56) ifade ettiğine göre, farklı kültürlerin ve değerlerin karşılaşmasından doğan çelişkiler Alman sanatında ve medyasında da yer almıştır. Özellikle 1969 – 1974 yılları arasında yabancı işçilerin sık sık Alman kaynaklı gazetelerde, radyolarda, dergilerde ve televizyonlarda gündeme geldiği görülmektedir (Doğan, 1994:21).

“Alman edebiyatında eleştirici tavrıyla önemli bir yere sahip olan Heinrich Böll'ün 1971'de yayımladığı içinde Türk konuk işçilerini de konu edinen ‘Fotoğrafta Kadın Var’ isimli romanda ön planda olan görüş, kapitalist toplumun çeşitli nedenlerle kenara ittiği insanların kendi aralarında kurdukları dayanışmadır” (Doğan, 1994:21-22). Makal'ın (1987:100) aktardığına göre, ünlü Alman yazar Günter Wallraff, Türkçe'ye çevrilen ‘En Alttakiler’ isimli romanını yazmadan önce göçmen Türkleri anlayabilmek adına kılık değiştirerek bir Türk göçmen şekline bürünmekte ve Türklerin yaşadığı yerlere giderek onlarla iletişim kurmaya çalışmaktadır. Çalışmasını tamamlayan Wallraff, “Almanya’da yaşayan yabancılar, günlük yaşamdaki ırkçı tutuma, ayrımcılığa, horlanmaya nasıl katlanıyorlar, bunun sırrına ermiş değilim. Ama hiç değilse artık nelere katlanmak zorunda olduklarını biliyorum. Çünkü insanlara karşı saygısızlığın ülkemde ne kadar yaygın olduğunu yakından görebildim. Bizim demokrasi olarak adlandırdığımız bu sistemde bir ırk ayrımcılığı yaşanıyor” demektedir (Akt: Doğan, 1994:22).

2.3. Almanya’da Alman Kaynaklı Türkçe Medya Ve Türk Medyasının Gelişimi

İlk gelen gurbetçilerin dil bilmeme ve farklı bir kültürle karşılaşma şoku, hayat şartlarının acımasızlığı, vatana-sılaya, eşe-dosta olan hasret gibi nedenlerden dolayı içinde bulunulan topluma uyum açısından önemli zorluklar çektikleri bir gerçektir. Özellikle içinden kopup geldikleri anavatandan haber alamama, eş dost ile iletişim sağlayamama kısacası sıla özlemi gurbetçiler için o günlerin belki de en önemli sorunları arasında yer almaktaydı. O tarihlerde Almanya’daki Türklerin tek haber kaynakları kısa dalgadan yayın yapan TRT'nin “Türkiye'nin Sesi Radyosu” olmuştur (Akkaya, 2006:59’dan Akt: Genel, 2011:47). Daha sonraları Alman kamu yayıncılığı yabancı göçmenlere yönelik ilk deneme yayınlarını başlatmıştır. Bu doğrultuda Alman devlet radyo televizyonları 60’lı yılların başından itibaren o zamanki Almanya’da

yaygın deyimiyile konuk işçilere (Gastarbeiter) yönelik yayınlar yapmaya başlamıştır. Göçmenlere yönelik olarak anadilde yapılan yayınlar 1960'lı yıllarda oldukça sınırlı bir düzeyde başlamıştır. WDR 1961'de önce İtalyanlar, 1964'ten itibaren ise Türk ve diğer göçmen gruplar için radyo yayını yapmaya başlamıştır (Kul, 2007:123 – Heinemann ve Kamçılı, 2003:105'dan Akt: Genel, 2011:47).

21 Mayıs 1964 tarihinde Alman Birinci Kanalı ARD, göçmenlere yönelik yayınların koordinasyonluğunu üstlenmiştir. Buna paralel olarak ilk “günlük Türkçe yayınları” 1964 tarihinde radyo aracılığı ile başlamıştır (Kul, 2007:123'dan Akt: Genel, 2011:47). Halk arasında meşhur “Köln Radyosu” olarak da bilinen ilk radyo yayınları her gün 40 dakika boyunca yayın yapmıştır (Akkaya, 2006:59'dan Akt: Genel, 2011:47). Almanya'nın her tarafından dinlenebilen Köln Radyosu gurbetçilerin uzun süredir ve büyük ilgiyle izlediği halen de takip edilmekte olan haber ağırlıklı yayın yapan bir radyodur. Son yıllarda WDR'nin finansal açıdan sürekli kısıtlamaya gitmesi nedeniyle yabancılara yönelik 16 ayrı dildeki yayını bir frekansta (Funkaus Europa) toplamıştır. Günümüzde Köln Radyosu da bu frekans üzerinden sadece Kuzey Ren Vestfalya Eyaleti (NRW)'nde günlük 30 dakika yayın gerçekleştirmektedir (Akkaya, 2006: 59'dan Akt: Genel, 2011:47).

Diğer yandan Berlin Eyaleti'nin devlet radyo televizyon kurumu olan SBF, 1972 yılından başlayarak Berlin'deki Türklere yönelik hafta içi 30'ar dakikalık Türkçe yayın başlatmıştır (Akkaya, 2006:59'dan Akt: Genel, 2011:47). 17 Aralık 1965 tarihinde WDR televizyonu iki haftada bir Pazar günleri olmak üzere yerel yayınlarında “Sizlerin Yurdu Bizim Yurdumuz” adlı programı yayınlamaya başlamıştır. Bu programda Türklere yönelik ilk başta 10, sonraki dönemlerde 20 dakikalık yayın yapılmıştır. 1966 yılıyla birlikte ZDF, “Avrupa'daki Komşular” programını yayınlamaya başlamıştır. Bu programda Türklere yönelik ilk başta 10, sonraki dönemlerde 20 dakikalık yayın yapılmıştır. 1966 yılıyla birlikte ZDF, “Avrupa'daki Komşular” programını yayınlamaya başlamıştır. 1973 yılı sonrası bu programın içinde 40 dakika “Türkiye Mektubuna” da yer verilmiştir. İki dilli yayınların büyük bir bölümü Türkiye'de hazırlanmıştır (Heinemann ve Kamçılı, 2003:105'dan Akt: Genel, 2011:48).

1980'li yıllardan itibaren göçmen vatandaşlarımız icat edilen video aracı sayesinde kendi istek ve zevklerine uygun olarak yapılmış filmleri ve eğlence programlarını da takip etmeye başlamışlardır. Türk sinemalarında oynayan Türk filmlerini de aynı anda Almanya'da izleyebilmişlerdir (Doğan, 1994:14). Kuzey Ren

Westfalya Eyaleti Çalışma Sağlık ve Sosyal Bakanlığı adına yapılan “Kuzey Ren Westfalya Eyaletinde yaşayan Türklerin video filmleri ve özellikle dini içerikli video filmleri tüketimi eğilimi” konulu araştırma sonuçlarına göre, “Türk video filmlerinin aşırı tüketimi Almanya’da yaşayan Türklerin yaşadıkları toplumdan tecrit olmaları sonucunu doğurmaktadır” (Doğan, 1994:16). Kızılocak (1992:5), yapılan diğer araştırmalarda bazı Türk filmlerinin ulusal, dini ve kültürel benliği kuvvetlendirip ön plana çıkardığını bu duygunun da Almanya’da yaşayan göçmen Türkleri yaşadıkları topraklara uyum sağlamada olumsuz yönlendirdiği görüşünü dile getirmektedir (Akt: Doğan, 1994:16).

2.4. Almanya’da Türkçe Yazılı Basının Gelişim Süreci

Almanya’daki ilk Türk medyası deneyimi 1870’li yıllarda Jön Türkler tarafından gerçekleştirilmiştir (Akkaya, 2006:58’den Akt: Genel, 2011:48). Göç olgusuyla birlikte Almanya’daki Türk yazılı basınının varlığının ise, Almanya’ya göç eden Türk işgücü ile aynı yaşlarda olduğu söylenebilir. Eş deyişle 1960’lı yıllarda başlayan göç ile birlikte Almanya’ya Türk medyasının girişi aynı tarih aralığına denk düşmektedir. Almanya’daki Türkler enformasyon ihtiyaçlarını her şeyden önce gazeteler aracılığıyla karşılamaktaydı ancak bu başlangıçta Türkiye’den birkaç gün gecikmeli gelen gazeteleri okumak anlamına geliyordu (Heinemann ve Kamçılı, 2003:105’den Akt: Genel, 2011:48). İstanbul’da basılan gazeteler 1960’ların başından itibaren çalışmak üzere Batı Avrupa ülkelerine göç eden Türklerin gazete ihtiyaçlarını gidermek için her gün uçakla Almanya’ya getirilip dağıtımına verilmek suretiyle karşılanmıştır. Fakat bu yöntem hem pahalı olup hem de mevcut dağıtım sistemi içinde gelen gazetelerin bir gün sonra okura ulaşması her zaman mümkün olmamıştır. Bu nedenle gazetelerin Almanya’da basılıp dağıtımına verilmesi okurlara daha güncel bir gazete ulaştırmak açısından çok daha önemli bir adım teşkil etmiştir. Dolayısıyla 1969 ve sonraki yıllar, Almanya’daki Türk medyası açısından önemli bir kilometre taşı niteliğinde olmuştur (www.atgb.info’danAkt: Genel, 2011:48). Bu doğrultuda 1970 yılında Münih’te basılan Akşam Gazetesi, Almanya’da basılan ilk Türk gazetesidir (Heinemann ve Kamçılı, 2003:105; Erkayhan, 2009:32’den Akt: Genel, 2011:48). Hürriyet Gazetesi 1971 yılında Almanya’daki Türklerden gelen yoğun istek üzerine Neu-Isenburg’ta kendi basım evini kurarak bu tarihten itibaren Almanya’da basılmaya başlanmıştır (Heinemann ve Kamçılı, 2003:106’den Akt: Genel, 2011:48). Bu gazetelerin

Almanya’da yayına başladıkları dönemler sırasıyla şu şekildedir; (Bazı gazeteler çeşitli nedenlerle yayınlarını durdurmuştur) Cumhuriyet Hafta Gazetesi 1971 (2008’de yayınına ara vermiştir), Milli Gazete 1973, Türkiye Gazetesi 1987, Zaman Gazetesi 1990, Özgür Politika 1995, Emek Gazetesi 1996, Ortadoğu Gazetesi 1996, Sabah Gazetesi 1996 (Heinemann ve Kamçılı, 2003:111’den Akt: Genel, 2011:48). Posta Gazetesi 2001, Fanatik Gazetesi 2001, Günaydın, Akşam Gazetesi, Tercüman Gazetesi, Sabah Gazetesi 2006 (Çukurova Grubu), (Akkaya, 2006:72’den Akt: Genel, 2011:48).

Almanya’da 1990’lardan itibaren görülmeye başlanan Türk Gazetelerinin genel olarak üç farklı süreçleri olmuştur. Birinci süreçte gazetelerin Türkiye’den basılmak suretiyle uçakla Almanya’ya gönderilmesi şekliyledir. İkinci süreçte gazetelerin Almanya yazı işleri büroları oluşturulmak suretiyle Almanya’dan toplanan haber materyalleri Türkiye’ye gönderilmiş ve oradan basılarak gazeteler Almanya’ya ulaştırılmıştır. Son süreç ise gazetelerin Almanya’daki matbaalarda basılma aşamasıdır (Akkaya, 2006:72’den Akt: Genel, 2011:48-49).

Gerek Almanya’daki bürolarda kendi muhabirleri tarafından üretilen, gerekse haber ajanslarından gelen haberlerle gazetenin bazı bölümleri değiştirilerek, yerel bir görünüm kazanması sağlanmaktadır. Ancak bu gazetelerin haber içerikleri incelendiğinde Türk gazetelerinin temel karakteristiği haline gelen Türk siyasi hayatına ilişkin haberlerle spor (futbol) haberlerinin yoğunluğu dikkati çekmektedir (Öztürk:258).

2.5. Alman Kaynaklı Türkçe Görsel Basının Gelişimi Ve Almanya’da Türk Görsel Basımının Gelişim Süreci

2.5.1. Alman Kaynaklı Türkçe Yayınlar

Almanya’daki Türklere yönelik ilk Türk kanalı, 1985 yılından itibaren Berlin’den yayın yapmaya başlayan TD1 (Türkisch – Deutsches Fernsehen in Berlin) televizyon şirkettir (RTÜK, 2007:11’den Akt: Genel, 2011:50). Heinemann ve Kamçılı (2003:106) ise bu tarihi 1986 olarak belirterek bu kanalın Türkler arasında pazarın öncüsü haline geldiğini vurgulamaktadır (Akt: Genel, 2011:50). Ergi ise TD1’in yayına başlama tarihini 1987 olarak vermektedir (Ergi, 1996:42’den Akt: Genel, 2011:50). İlk aşamada Berlin ile sınırlı kalan kanal, 2004 yılından beri en kalabalık Türk kitlelerinin yaşadığı Kuzey Ren Vestfalya’da da izlenebilmektedir. Aynı olanağı kullanabilen Duisburg merkezli Kanal Avrupa, Köln’de faaliyet gösteren Türk Show

televizyonu ve yayın hayatına katılan onlarca kanal aynı olanaktan istifade ederek Avrupa'da yaşayan Türk göçmenlerin ihtiyaç ve beklentilerine hitap etmeye çalışmaktadır (www.rtuk.org.tr'den Akt: Genel, 2011:50).

Jenke'ye (1990:53) göre ise, yabancılara yönelik ilk yayınlar ARD'nin Almanya geneli için geçerli yaptığı anlaşmayla, 1 Kasım 1964'ten itibaren Köln ve Münih'ten olmak üzere tüm ARD merkezleri için günde 4 yabancı dilde (İtalyanca, İspanyolca, Yunanca ve Türkçe) yayın yapılmasıyla başlamıştır. Günlük 45 dakikalık hazırlanmış programlar 1970'de Yugoslavya'nın da katılımıyla ülke başına 40 dakikaya düşürülmüştür (Akt: Doğan, 1994:38).

Günümüzde bütün hane halkında mevcut olan kablo yayın sistemi donanımı özellikle 1990'lı yılların başından itibaren Türkiye'de özel televizyon kanallarının yayına girmesiyle uydu donanımı ile televizyon kanalları Almanya'daki Türkler tarafından kablolu yayın aracılığıyla ve % 91'inde mevcut olan uydu üzerinden izlenmektedir (RTÜK, 2007:11'den Akt: Genel, 2011:50).

2.5.1.1. WDR'nin Türkçe Televizyon Yayınları

1965 yılında WDR'de yayınlanmaya başlayan ve yabancılara yönelik hazırlanan 'Ihre Heimat - Unsere Heimat' (Sizin Vatanınız - Bizim Vatanımız) isimli program yabancılara yönelik olarak yapılan Almanya'nın en uzun ömürlü dizi sıfatını kazanmıştır. Her hafta Pazar günleri bir saatlik yayın süresi içerisinde aktüalite ve kültür röportajları sunan programın finansörü Kuzey Ren Westfalya Eyaleti için yayın yapan ve Köln Televizyonu olarak bilinen 'West 3' isimli televizyon istasyonudur. (Atsız, 1991:12'dan Akt: Doğan, 1994:51). Kanal; İtalyanlar, Yunanlılar, Portekizliler ve İspanyollar için her hafta program hazırlamamaktadır. Yugoslavya vatandaşları ve Türk vatandaşları için ise her hafta yayın yapılmaktadır. Kuzey Ren Westfalya, Baden Württemberg, Hessen ve Saarland bölgelerinden izlenebilen program Fransa'nın Alsas bölgesi ile Belçika'nın doğu kesimlerinde ve İsviçre'nin kuzey şeridinde de klasik antenlerle izlenebilmektedir (Doğan, 1994:51).

2.5.1.2. ZDF'nin Türkçe Televizyon Yayınları

ZDF, Almanya'da bulunan farklı ülke vatandaşlarını dikkate alarak göç edenler ve yerli halk arasındaki kaynaşmayı arttırmayı ve ön yargıyı ortadan kaldırmayı amaçlayan televizyon programları yayınlarına 1964 yılında başlamıştır. Yayınların

başladığı yıllarda yabancı ülke vatandaşlarının ülke özlemini gidermek amacıyla yapılan yayınlar daha sonraları göçmenlere yaşadıkları yerlere uyum sağlamaları konusunda yardımcı olan programlara dönüşmüştür. Bu yayınlar için ZDF; ERT-Atina, JRT-Zagreb, RAI-Roma, RTP-Porta, TVE-Madrid ve TRT-Ankara ile anlaşmalar yapmıştır. Ülkelerle ilgili haberler, blok halinde her ilgili devlet için ayrı ayrı verilmekte ayrıca aktüalite, sohbet ve tartışma programları da yer almaktadır (Doğan, 1994:52).

“Nachbarn in Europa-Informationen und Berichte in Fremdsprachen” isimli magazinsel program cumartesi günleri sabah saat: 08.00’de yayınlanmaktadır. Bir saat süren bu program blok halinde üç yabancı devletin yayınına içermektedir. Yunanca, İtalyanca, Portekizce yayınlanan haberlerin ardından Türkiye, İspanya ve Yugoslavya’dan bölümler gösterilmektedir. Ekranda verilen Almanca alt yazıyla Alman vatandaşlarının komşularını tanımaları ve anlamaları amaçlanmıştır. Fakat Alman devleti, 1994 yılı başlarında yerel ve uluslararası anadilde yayınların çoğalmasında ve hükümetin tasarruf politikası gerekçeleriyle yayını durdurmuştur (Doğan, 1994:53).

2.5.1.3. Türkische – Deutsche Fernsehen (TD-1) ‘in Türkçe Yayınları

İlk yayını 28 Ağustos 1985 tarihinde gerçekleştiren TD-1, başlangıçta kablolu yayın üzerinden günde iki saat yayın yapmış 1986 yılının Ocak ayından itibaren ise günde dört saat yayın yapmaya başlamıştır. 1987 yılının şubatından itibaren E3 isimli kanaldan günde on saat yayın yapmıştır. 1992 yılında günlük yayını yirmi iki saate ulaşan kanal Berlin’deki Türkler kadar bazen Almanlar tarafından da takip edilmekteydi. (Özçakır’dan Akt: Doğan, 1994:53).

Berlin Eyaleti’ni kapsayan yayınlarıyla pek çok izleyiciye ulaşan TD-1 özel televizyonu, TRT ile 1985 yılında bir anlaşma imzalamış, sözleşme kuralları gereği TRT bir yıl boyunca TD-1 kanalına program desteğinde bulunmuştur. TRT’nin Avrupa ülkelerine INT kanalı üzerinden yayına başlamasıyla TD-1 televizyonu program yapısı üzerinde büyük değişikliklere gitmek zorunda kalmıştır. Yirmi iki saatlik yayın süresinin neredeyse tamamına yakını video filmleri ve kendi stüdyosundan canlı olarak yaptığı söyleşi programlarıyla doldururken, yayının % 10’luk kısmında ise TRT tarafından kaydedilen müzikler yer almıştır (Doğan, 1994:53-54).

2.5.1.4. Berlin Türkiyem Televizyonu (BTT) Türkçe Yayınları

15 Kasım 1986 yılında yayın hayatına başlayan Berlin Türkiyem Televizyonu kimi zaman banttan kimi zaman canlı olmak üzere her gün kablolu yayın üzerinden ve E3 özel kanalından haftada 47 saat yayın yapmaktadır. Yayınlarında günlük haberlere yer vermeyen kanal genellikle izleyicilerin rahatlamasını ve eğlenmesini sağlayan müzik, spor, yarışma, dizi film ve magazin programları yayınlamaktadır (Doğan, 1994:54).

Yalnızca reklamlardan elde ettiği gelirlerle giderlerini sağlamaya çalışan BTT, kablo yayın protokolü gereğince bir saatlik yayın içerisinde en fazla on iki dakika reklam yayınlayabilmekte ve uçak şirketleri, mobilya ile turizm bürolarına ait reklamları üç ayrı blokta vermektedir (Doğan, 1994:55).

2.5.1.5. Türkische Fernsehen Deutschland – TFD

1992 yılında yayın hayatına başlayan TFD, İslami örgüt Milli Görüş tarafından desteklenmektedir. Yayın içeriği daha çok dini programlardan oluşan kanalda bayan sunucular da İslami kurallara göre giyinmektedir. Yayınlarında politik sorunlara ve tartışma programlarına yer veren kanal, Türkiye ile alakalı haber, kabare ve hiciv yayınlarına da yer vermektedir. Teknik bakımdan yayın kalitesi oldukça yüksek olan kanal, günlük bir saat yayın yapmaktadır (Doğan, 1994:55).

2.5.1.6. Avrupa Türk Televizyonu – ATT

Almanya'nın Ludwigshafen kentinden 27 Ekim 1984 yılında yayın yapmaya başlayan Avrupa Türk Televizyonu her cumartesi yaptığı bir saatlik yayımla Almanya'daki ilk özel Türk Televizyonu olma özelliğine sahiptir. Kanal, 1986 yılında Berlin'deki kablolu yayın ağına dâhil edilerek Berlin'deki Türklere haber, müzik ve magazin programları yayınlamaktadır. Kablolu yayın ağına girdikten sonra haftada dört saat yayın yapmaya başlayan kanal, 1992 yılında yayınlarını günde iki saate çıkartarak haftada toplam on dört saat yayın yapmaya başlamıştır. "Program çeşitleri arasında haber röportajlar, edebiyat dünyasının tanınmış kişilerinin tanıtımı, Berlinli Türklerin sorunlarına ilişkin yayınlar, turizm içerikli yarışmalar, Türkiye'nin turistik merkezlerinin tanıtımı, dini programlar ile milli ve dini günlerin kutlanması yer almaktadır." Reklam giderleri aracılığıyla giderlerini karşılamaya çalışan kanal o dönemlerde yayın ücreti olarak Alman posta idaresine bir saatlik yayın için günde 260

Alman markı ödemekteydi. Kanal, ekonomik sıkıntılar karşısında çoğu zaman kendisine tanınan iki saatlik yayın hakkının tamamını kullanmamaktadır (Doğan, 1994:56).

2.5.2. Türkiye Kaynaklı Türkçe Yayınlar

Türkiye kaynaklı televizyon yayıncılık tarihine baktığımız zaman öncü kuvvet olarak TRT'yi görmekteyiz. TRT, Şubat 1990'da Avrupa'da yaşayan Türk göçmenlere yönelik yayın yapan TRT International (TRT – INT) isimli kanalı açarak yurt dışına yönelik ilk çalışmasını da başlatmış oldu. Bu tarihten bir yıl sonra yani 1991'de TRT Avrasya isimli yeni bir kanalla özellikle Türkî Cumhuriyetlere yönelik yeni bir yayın başlatılmıştır (Heinemann ve Kamçılı, 2003:107'den Akt: Genel, 2011:51). 1990 yılına dek Almanya'da yalnızca TRT'nin programları izlenebilmekteydi. 1991 yılında TRT'nin yurt dışındaki Türklere yönelik kanalı TRT-INT kablolu yayın yoluyla tüm Almanya'da izlenebilir hale gelmiştir. 1990'larda Türkiye'de özel televizyon kanallarının kurulmasıyla bunlar da Almanya redaksiyonları ile bu ülkede yayın faaliyetlerine başlamış oldular (www.rtuk.org.tr'den Akt: Genel, 2011:51). 1990 yılından sonra Türkiye kaynaklı yayınların Almanya'daki göçmenlere ulaşmasıyla Alman kaynaklı Türkçe yayınlar ikinci plana itilmiş ve göç hayatına yeni bir boyut gelmiştir. Almanyalı göçmenler tarafından büyük ilgi gören TRT'nin yayınları özellikle haber alma kaynağı olarak tercih edilmiştir. Yaptığı yayınlarla TRT; Türkiye, yaşayan Türkler ve Almanya'daki gurbetçilerimiz arasında adeta köprü görevi görmüştür (Doğan, 1994:57).

Türkiye'ye yayın yapan özel televizyonlar anayasal takibe uğramamak için yayınlarını uydu üzerinden gerçekleştirmek zorundaydı. Bu nedenle pek çok Avrupa ülkesinden de uydu üzerinden takip edilebiliyorlardı. Ancak televizyonların uydu üzerinden yayın yapmaları onları mali ve idari olarak zorlamıştır. Çok az bir kadro ile pek çok iş yapan televizyon kuruluşları yayınlarında zorunlu olarak niteliksiz güldürüler, sinema filmleri ve müzik programlarına ağırlık vermiştir (Doğan, 1994:65). Olgun'a (1992:2) göre, özel televizyonlar “ülke reklam potansiyelini” ele geçirmek amacıyla kurulmuş yapılar olarak algılanmaktadır. “Bu imajı oluşturan göstergeler ise, yeterli üretim tesisi ve olanaklarına sahip olunmaması, taşeron firmalara yaptırılan cinsel içerikli ve müstehcen programlar ile kaba güldürü ve argo edebiyatına yer veren programlarla dolu yayın yapılmasıdır” (Akt: Doğan, 1994:65).

Öte yandan TRT-INT'in yayın içeriklerine bakıldığında daha çok haber ağırlıklı programlar ile birlikte açık oturum, müzik-eğlence programları ve bölgesel programların varlığı göze çarpmaktadır. Son yıllarda Avrupa'daki Türklere dönük spesifik programların yapılmaya başlanması, devlet televizyonu olması nedeniyle diğer özel televizyonlara göre daha güvenilir kabul edilmesi, devlet imkanları sayesinde finansman sorunu çekmemesine bağlı olarak program yelpazesinin geniş olması, Almanya Türklerinin anavatana olan tutkuları gibi bir takım psikolojik ve duygusal nedenlerden dolayı TRT, Almanya Türkleri arasında en çok rağbet gören televizyon olma özelliğini sürdürmektedir (Heinemann ve Kamçılı, 2003:113; Ergi, 1996:40'den Akt: Genel, 2011:51).

Türk özel televizyonlarının Almanya yayınları yine 1990'lı yıllara rastlamaktadır. 1993 yılında TRT tekeline son veren ve özel yayıncılığın önünü açan (Kejanlıoğlu, 2004:348'den Akt: Genel, 2011:51) yasayla birlikte Türkiye'de özel televizyonlar devri başlamış (Heinemann ve Kamçılı, 2003:107'den Akt: Genel, 2011:51) "tümü çanak antenlerle izlenebilen Show TV, Euro Show, ATV, Kanal D, Kanal 7, TGRT veya TGRT INT gibi özel tv kuruluşlarının yayına başlamasıyla birlikte TRT INT'in izlenme oranı yüzde 50'lere gerilemiştir" (Okkan, 1996:280'den Akt: Öztürk:258). Fakat TRT kanununda 1993 yılında yapılan değişikliklerden önce 1990 yılında ilk özel televizyon girişiminin başladığı görülmektedir. Uydu üzerinden ulaşılabilen ilk özel Türk kanalı Star 1 Rheinland –Pflnaz'dan yayınlarına başlamıştır (Heinemann ve Kamçılı, 2003:107'den Akt: Genel, 2011:51). Ahmet Özal tarafından kurulmuş olan bu televizyon o dönemde Almanya üzerinden yayın yapıyor olmasına rağmen amaç ve hedef kitle olarak Almanya Türkleri olmamış daha çok ekonomik tabanlı bir girişim olan bu hamle Türkiye'deki yayın tekeline kırmayı amaçlayan bir düzlemde gerçekleşmiştir (Heinemann ve Kamçılı, 2003:107'den Akt: Genel, 2011:51). 1990 yılından itibaren şekillenmeye başlanan Türk televizyonlarının Almanya yayınları bugün sayıları 50'yi geçen bir rakama ulaşmıştır. Hemen hemen her türlü tematik içeriğe sahip olan Türk televizyonlarının yayınları daha çok Türkiye merkezli olup yayınlarını kablo ve uydu üzerinden Almanya'ya ulaştırmaktadır. Türk televizyonlarının Almanya'daki yayınlarının ilk dönem ve öncü yayınlarına bakıldığında 1990'lı yıllarla birlikte artan bir ivme gösterdikleri görülmektedir (Genel, 2011:51)

2.5.2.1. TRT ‘Internasyonal Televizyonu’ (TRT-INT)

Yapılan çeşitli başvurular ve çalışmalar sonrasında ilk deneme yayını 28 Şubat 1990 tarihinde yapan TRT, “yayının başlamasından bir gün sonra Almanya’da Bundespost TRT-INT yayınlarının kablo tv sistemine girebilmesi için 6 – 12 ay sürebilecek bir yatırımı başlatmayı kabul etmiştir” (Doğan, 1994:60). Yapılan etüt çalışmalarının ardından TRT-INT’in kısa zamanda fazla seyirciye ulaşmasıyla diğer eyaletlerden de izlenilebilirlik için Berlin eyaletine kablo dağıtım başvurusu yapılmıştır. Olumlu dönütlerin ardından sözleşme imzalanmış ve artık TRT-INT, “Rheinland-Pfalz, Bavyera, Schlesweg-Holstein, Baden Württemberg, Essen, Niedersachsen, Nord Rhein Westfallen, Saarland, Hamburg ve Bremen”deki Türk izleyicilere de ulaşmıştır (Doğan, 1994:61).

TRT-INT’in o dönemdeki yayın içerikleri çocuklardan gençlere ailelerden yaşlılara, haber, müzik, eğlence, drama, edebiyat, sanat, bilim, tarih, teknoloji, kültür yapımları ve Avrupa’daki vatandaşların sorunları gibi pek çok alanı kapsamaktadır (Doğan, 1994:62).

2.5.2.2. Star 1 (Inter Star)

Türkiye’deki ilk özel televizyon olma özelliğine sahip olan Magic Box, yurt dışında da deneme yayınlarına 7 Mayıs 1990 tarihinde Ludwigshafen’da başlamıştır. Günde beş saat yayın yapan Star 1 televizyonu Türkiye Ligi, Avrupa maçları ve diğer spor haberlerinin yanı sıra dizi filmler ve eğlence programları da yayınlamıştır (Doğan, 1994:63-64).

2.5.2.3. Show Tv

Türkiye’de anayasa gereğince o dönemde televizyon yayın hakkının sadece TRT’ye verilmesi özel televizyonları uydu üzerinden yayın yapmak zorunda bırakmıştır. Show Tv de 2 Mart 1992 tarihinde uydu üzerinden düzenli yayına başlayan ve bu nedenle Avrupa’da da rahatlıkla izlenebilen özel bir yayın kuruluşu olarak yerini almıştır. Günlük yaklaşık 17 saat yayın yapan kanal, ayda yaklaşık yüze yakın yerli ve yabancı film göstermiştir. Yayınlarında güldürü programları, kadın ve çocuklar için hazırlanmış yayınların yanı sıra haber ve tartışma programları da yer almıştır (Doğan, 1994:64).

2.6. Alman ve Türk Kaynaklı Türkçe Radyo Yayınları Ve Almanya’da Türkçe İşitsel Basının Gelişim Süreci

Almanya’da yabancılara yönelik anadilde radyo yayınlarının doğuşu ile Berlin duvarının yapımı arasında önemli bir ilişki olduğunu belirten Üçer (1991:12), 1961 yılına kadar Almanya ve Batı Berlin’de yaşayan yabancı sayısının ancak 700 bin olduğunu ve bu yabancılar içinde en kalabalık grubu İtalyanların oluşturduğunu ifade etmektedir. Türklerin sayısının ise kayda değer bile olmadığını söyleyen Üçer (1991:12), “Berlin duvarının inşası üzerine ne olduğunu anlayamayan yabancılar arasında baş gösteren büyük huzursuzluk ve kitle halinde Almanya’yı terk etmeye başlamaları, bu insanlara kendi dillerinde haber iletmenin ne kadar önemli olduğunu dramatik bir biçimde ortaya koymuştur” demektedir (Akt: Doğan, 1994:37). Bu olay üzerine pek çok radyo ve televizyon kurumunun harekete geçtiğini belirten Aktan (1979: 36), “Almanya’da çalışan yabancılar şayet yeterli şekilde bilgilendirilmezler ve dil zorlukları nedeniyle gelişen politik durumlar yanlış yorumlanırsa bu durumun ne kadar tehlikeli olacağını görmüşler ve yabancı işçilerin sadece yürüyen bantta çalışıp, cadde temizlemedikleri aksine yeni dünyalarını tanımaya çalıştıkları ve bu dünyayı onları açıklayacak birine ihtiyaç duydukları gerçeğinin bilincine varmışlardır” demektedir (Akt: Doğan, 1994:37).

Başlangıçta yabancıların anadillerinde yapılan yayınların amacı misafir işçilere hem Almanya’daki haberleri vermek hem de Almanya’daki yaşamlarına yön vermektir. Ancak 1960’lı yılların sonlarında Almanya’da yaşayan yabancıların sayısının artması ve bu ailelerin uzun süreli veya devamlı olarak Almanya’ya yerleştiklerinin bilincine varılmasıyla ilgilenme görevinin yanında entegrasyon olgusu da önem kazanmıştır (Doğan, 1994:38).

“1980 tarihli ARD yıllığında Bavyera Radyosu’nun yabancılarla ilgili programların yazı işleri yöneticisi Walter Stelzle, Bavyera (BR) ve Batı Almanya (WDR) radyo yayınlarının iş alanını şöyle anlatmıştır” (Jenke1990:53’den Akt: Doğan, 1994:38-39).

Haberler: Anavatandan haberler, Almanya haberleri ve uluslararası siyasetle ilgili önemli haberler.

Almanya’daki Yaşam Hakkında Bilgi ve Haberler:

a) *Yabancılar için yapılan genel çalışmalar, yasal konularda bilgi verme, siyaset ve ekonomi alanındaki gelişmeleri aktarma ve Almanya’daki işyerleri*

ile iş ve işçi bulma kurumlarının çalışmaları hakkında bilgi, duyuru ve haberler verme.

- b) *İş ve meslek dünyası: İş ve işçi bulma piyasası, iş hukuku, ücret konuları, işsizlik ve emeklilik sigortası, sendikalaşma vb. bilgiler.*
- c) *Aile ve Toplum: kira kanunu, çocuk parası, vergi konuları, hastalık sigortası, tıbbi yardımlar ve bakım, okullaşma ve meslek eğitimi, kültürel toplantı ve konferanslar, sosyal merkezler, tüketicilikle ilgili öğütler ve tavsiyeler ile benzeri bilgi ve haberler.*
- d) *Duyuru ve Uyarılar: Resmi makamların ve halka açık kuruluş ve teşkilatların bildirimleri, müracaat ve başvuru zamanları, aşı tarihleri, trafik anonsları, gezi, eğitim ve boş zamanları değerlendirme olanakları hakkında bilgiler.*
- e) *Entegrasyon Hizmetleri: Almanya'nın bilinmeyen yönleri hakkında geniş bilgi, sendikalar, işveren konfederasyonları, Federal Anayasa, yardım teşkilatları gibi önemli kurumların tanımı, AOK, TÜV, BR, ARD vb. önemli kavram ve kısaltmaların açıklanması.*

Anavatanla Bağlantı (Köprü)

- a) *Anavatandaki olaylar ve gelişmeler hakkında haberler; bu haberler arasında yöreler ve bunlara ulaşım durumu, yeni kurulan fabrikalar ve bunlardaki iş durumu, sosyal değişimler ve turizm gibi konular yer almaktadır.*
- b) *Milli ve anlaşılabilir kültürel yayınlar, dokümanter, öğretici film ve yayınlar, yöre ve şehirlerin geçmişleri ve özellikleri.*
- c) *Öykü ve Efsaneler: anavatandan seçkin öyküler ve efsanelerin anlatılması, halk türküleri ile kitap tanıtımı gibi konularda açıklamalarda bulunma.*
- d) *Anavatandan Almanya'ya gelmiş veya Almanya'da bulunan sanatçılar aracılığıyla mesaj ve kültürel olayların ulaştırılması.*
- e) *Dini yayınlar*

Müzik, Sohbet, Spor

- a) *Müzik: Genellikle folklorik ve geleneksel müzik ile özel seçilmiş pop müzikleri ile günün sevilen müzik türlerinden istekler*
- b) *Sohbet ve Eğlence Programları: Tanınmış sanatkarlarla söyleşiler ile kısa radyo oyunları ve çeşitli müzik istekleri*

- c) *Spor: Öncelikle futbol olmak üzere anavatandan spor olayları ile antrenör ve ünlü futbolcularla yapılan söyleşiler, Almanya'daki yabancı işçilerin oluşturdukları takımlar ve Alman ligleri hakkında haberler.*

1964 yılının Ekim ayında başlayan deneme yayınları 1 Kasım 1964'ten beri her gün Almanya'daki Türklere anadillerinde seslenmekte ve Köln'de 'Westdeutscher Rundfunk' tarafından hazırlanan Türkçe programlar diğer eyaletlerin radyoları tarafından da naklen veya banttan yayınlanmaktadır (Doğan, 1994:39).

"Köln Radyosunun Türkçe programını yayımlayan eyalet radyolarından bazıları da ayrıca yerel Türkçe programlar sunmaktadır. Örneğin; Hessischer Rundfunk (HR) 1966 yılından beri her Pazar yarım saat aktüel bir konuya ayırdığı 'Rendezvous in Deutschland'ı yayımlamakta, Berlin'de SFB Radyosunun 1974'te 10 dakikayla başlayıp 1979'dan beri 30 dakikadan haftanın beş günü yayınladığı yerel programı bulunmakta, Radyo Bremen'in 2,5 yıllık yerel Türkçe yayın denemesi ise 1991 yılından itibaren haftada bir indirilerek sürdürülmektedir. Belli başlı bu programların yanı sıra çoğalan kent radyoları ve özel radyoların da kısa Türkçe yayınları bulunmaktadır" (Doğan, 1994:40).

2.6.1. Alman Kaynaklı Türkçe İşitsel Yayınlar

2.6.1.1. WDR'nin Türkçe Radyo Yayınları

West Deutsche Rundfunk – WDR (Batı Alman Radyoları), 1 Kasım 1964 yılında Türkçe yayınlara başlamıştır. Göçmen Türklere arasında 'Köln Radyosu' olarak da bilinen WDR her gün 'Burası West Deutsche Rundfunk Köln Radyosu, Almanya Radyolarının Günlük Türkçe Yayınına Başlıyoruz' şeklindeki Türkçe anonsu ile yayına girmiştir (Doğan, 1994:40-41).

Almanya'daki Türklerin deyimleriyle Köln Radyosu ilk yıllarda yaptığı Türkçe yayınlarda daha çok bekâr erkek işçilere yönelik programlar hazırlarken daha sonraki yıllarda dinleyicilerin demografik yapısı göz önüne alınarak kadın, genç ve çocukları ilgilendiren program içeriklerine geçmiştir (Doğan, 1994:41). 1990 yılında günlük yapılan Türkçe televizyon yayınları nedeniyle radyo, kısa süreli yayın içeriğinde değişikliğe giderek daha kısa günlük haber daha fazla aktüel ve magazinsel içeriğe bürünmüştür. "Köln Radyosu'nun programları 'Türkiye'de Bugün', 'Almanya ve Dünyada Bugün', 'Söyleşiler', 'Din ve Ahlak', 'Türk Danış Sorularınızı Cevaplıyor', "

‘Çocuk’, ‘Gençlik’, ‘Müzik’ ve ‘Duyurular’ gibi bölümlerden oluşmaktaydı” (Doğan, 1994:41).

“1990 yılında hızlı gelişmelere sahne olan Almanya’da duvarın yıkılması ve Doğu – Batı Almanya’nın birleşmesi, Yabancılar Yasası tartışmaları derken sessiz sedasız yabancılara yönelik radyo yayınlarında bir takım kısıtlamalara gidilmesi WDR Köln Radyosu dinleyicileri tarafından da tepkiyle karşılanmış ve protestolara neden olmuştur. Türkçe yayınların kaldırılması ile gündeme gelen daha sonra Berlin ve Hessen Radyolarının yabancılara yönelik yayınlarını UKW’den orta dalgaya alınması ile gelişen yabancıların anadilde iletişimlerinin kısıtlanması girişimi, Almanya’da yaşayan yabancıların kendi dillerinde iletişimlerini ‘gözden ırak’ yapmalarının arzu edilmesi biçiminde yorumlanmıştır” (Doğan, 1994:43).

WDR Köln Radyosu, yayınlarını 1 Ocak 1991’de ilk önce Bavyera Eyaleti olmak üzere kaliteli dinlenebilen UKW, frekansını daha parazitli ve zor dinlenebilen orta dalgaya çekmiştir. Diğer eyaletlerde de aktarıma işlemleri yabancı yayın sorumlularının tüm itirazlarına ve dinleyicilerin tepkilerine rağmen hızlı bir şekilde yürütülmüştür (Doğan, 1994:43).

2.6.1.2. SBF’nin Türkçe Radyo Yayını

Berlin’de yaşayan Türklerin Türkçe haber ve bilgi alma gereksinimlerinin karşılanması amacıyla Sender Freies Berlin – SBF (Hür Berlin Radyosu), Mayıs 1974’te Türkçe radyo yayınlarına başlamıştır. Başlangıçta günlük yayın süresi 10 dakika iken 1979 Nisan’ından itibaren yayın süresi 30 dakikaya çıkarılmıştır (Almanca-Türkçe Tanıtım Broşüründen Akt: Doğan, 1994:45).

2.6.2. Almanya’daki Yerel Radyoların Türkçe Yayınları

2.6.2.1. Essen Radyosu’nun Türkçe Yayınları

“Neue Essener Welle tarafından hazırlanan Essen Radyosu Türkçe programları her Pazar günü saat: 20.30 ile 21.30 arası UKW 103.5 üzerinden yayın yapmaktadır. Yayınlar Essen ve çevresinde kablo ağına bağlı radyolardan dinlenebilmektedir” (Doğan, 1994:49). Işıkoğlu (1991:1), yayınların içeriğinin genellikle haber programları, müzik ve söyleşilerden oluştuğunu, programınsa Necdet Ertan tarafından yürütüldüğünü belirtmiştir (Akt: Doğan, 1994:49).

2.6.2.2. Uluslararası Dortmund Radyosu'nun Türkçe Yayınları

Alman basın ve medyasında çalışan yabancıların yetersizliğini, göçmen toplulukların Alman toplumuyla kaynaşmamasının önemli bir nedeni olarak gören Dortmund Radyosu, 1 Şubat 1987 tarihinde yabancı dilde göçmenlere yönelik yayınlar yapmaya başlamıştır. Haber, müzik, duyuru ve bilgi ağırlıklı yayınlar yapan Dortmund Radyosunun amacı, anadilleri farklı olan göçmenlerin çevrelerinde olan biten olaylardan haberdar olmaları şeklindedir (Doğan, 1994:49).

2.6.2.3. Uluslararası Bochum Radyosu'nun Türkçe Yayınları

Bochum Radyosu, kendi alanı ve çevresinde yaşayan çok sayıdaki göçmenin sorunlarına destek olmak amacıyla yayınlarına başlamıştır. Radyo; Türk, Yugoslav, Yunan, İtalyan ve İspanyol işçiler için göçmenlerin anadilinde günlük 15-20 dakika süren yayınlar yapmaktadır. (Doğan, 1994:49).

2.6.2.4. Radyo Kaktüs'ün Türkçe Yayınları

Türklerin yoğun olarak yaşadığı Kuzey Ren Westfalya Eyaleti sınırları içindeki Gelsenkirchen, Oberhausen ve Gladbeck gibi çevrelerce de dinlenebilen Radyo Kaktüs, her ayın son perşembesi UKW 96.1 – 104.5 frekansları üzerinden saat: 18.00 – 19.30 arası yayın yapmaktadır. Radyonun yayın amacı, bölgede bir ay içerisinde meydana gelen önemli olayları ve güncel sorunları Türk vatandaşlarına duyurmaktır (Doğan, 1994:49-50).

2.6.2.5. Radyo Merhaba'nın Türkçe Yayınları

“Yayın merkezi Haltern'de bulunan ve Recklinghausen'a bağlı on şehrin yanı sıra Herne ve Gelsenkirchen'de de dinlenebilen Radyo Merhaba her hafta Cuma günleri saat: 19.00 – 20.00 arası UKW 94.6 – 105.2 frekansı üzerinden yayına başlamıştır. Radyo Merhaba'nın ekibinin sekiz kişilik kadrosunun çoğunluğu Türk kızlarından oluşmaktadır” (Doğan, 1994:50).

2.6.2.6. Recklinghausen Radyosu'nun Türkçe Yayınları

Recklinghausen yerel radyosu tarafından göçmen Türklere yönelik hazırlanan Türkçe yayınlar yerel haberler, söyleşiler ve müzik programından oluşmakta, program Cuma günleri saat: 19.00 – 20.00 arası yapılmaktadır. Bir saat süren yayın UKW 94.6 –

105.2 frekansları üzerinden Recklinghausen, Datteln, Castrop, Rauxsel, Marl, Waltrop, Herten, Oer-Erkenschwik, Haltern ve Dorsten’de dinlenebilmektedir (Doğan, 1994:50).

2.6.2.7. Berlin Radyo Enerji Türkçe Bölümü Radyosu’nun Türkçe Yayınları

1987 yılında haftada yalnızca bir saatle Türkçe yayına başlayan ve daha sonra yayın gününü haftada iki saate çıkartan Berlin Enerji Radyosu’nun Türkçe yayınları 1991 yılının Haziran ayında ana radyo olan ‘Radyo 100’ün mali çıkmaza girmesi sebebiyle sona ermiştir. Üç Türk’ün tamamen amatörce yönettikleri yayınların ana özelliği canlı olarak yapılmasıdır. Söyleşi, müzik yayınları ve dinleyicilerle yapılan canlı telefon bağlantılarından oluşan yayın içeriği Berlin ve civarında dinlenebilmektedir (Doğan, 1994:50-51).

2.6.3. Türkiye Kaynaklı Türkçe İşitsel Yayınlar

Göçmen vatandaşlarımıza yayın yapmaya başladığı dönemlerde TRT Türkiye’nin Sesi Radyosu, teknik yetersizliğine rağmen vatandaşlara ulaşmayı başarmıştır. Bu dönemde göçmen vatandaşlarımız cızırtılı gelen radyo sesini daha iyi dinleyebilmek için daha güçlü radyo alıcıları edinmişler ve büyük paralar harcamışlardır. 1990 yılına kadar yazılı basın dışında Türkiye’den haber alma kaynakları yalnızca bu radyo ile sınırlıdır (Doğan, 1994:57).

2.6.3.1. TRT Türkiye’nin Sesi Radyosu’nun Yayınları

Türkiye ilk yurt dışı radyo yayını 8 Ocak 1937’de Ankara Radyosu’ndan yapmıştır. “Kısa Dalga Ankara Radyosu” ismiyle yurtdışına yayınlar yapan bu radyonun ismi, 1963 yılının Ocak ayından itibaren “Türkiye’nin Sesi” olarak değiştirilmiştir. Yapılan yurt dışı yayınlarını daha sistemli hale getirmek için 4 Şubat 1967’de “Yurt Dışı Yayınlar Şube Müdürlüğü” şeklinde Ankara Radyosu’na bağlı bir birim oluşturulmuştur. İlk başlarda dinleyicilerle mektup vasıtasıyla kurulan ilişki telefon şebekelerinin gelişme ve genişlemesinden yararlanılarak daha sonraki yıllarda telefon aracılığıyla sağlanmıştır. Yayınlarında yarışma programlarına yer veren Türkiye’nin Sesi Radyosu bu sayede dinleyicileriyle ilişkiyi canlı tutmayı amaçlamış “Türkiye’nin Sesi Radyosu Çocuk Kulübü” aracılığıyla çeşitli etkinlikler düzenlemiştir (Doğan, 1994:58-60).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ENTEGRASYON SÜRECİNDE MEDYANIN PARALEL TOPLUM ÜZERİNDEKİ ROLÜ (ALMANYA ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA)

3.1. Araştırma

3.1.1. Amaç

Almanya’da yaşayan Türk göçmenlerin kimlik - aidiyet duyguları ve Almanya’ya Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarıyla ilgili pek çok araştırma yapılmasına karşın Türkçe dilde yayın yapan kitle iletişim araçlarının Almanyalı Türkler üzerindeki etkisiyle ilgili yapılan çalışmaların sınırlılığı dikkat çekmektedir. Bu çerçevede ele alınan tez çalışmasında; Almanya’da paralel toplum özelliği taşıyarak yaşayan Türklerin Almanya’ya ve Alman kültürüne uyum sağlama sürecinde hedef kitlesi Almanya’da yaşayan Türkler olan yayın organlarının izler kitleye nasıl yayın yaptığı, paralel toplumun Almanya’ya entegre olma sürecinde etnik medyanın bu süreci destekleyip desteklemediği, yaptığı yayınlarla paralel toplumu olumlu ya da olumsuz şekilde yönlendirip yönlendirmediği, paralel toplumun sorunlarına eğilip eğilmediği ve etnik medyanın entegrasyon sürecine bakış açısının ele alınması amaçlanmaktadır. Bu temel amacın dışında aşağıdaki benzer sorulara da cevap aranmaktadır.

- 1- Almanya’daki Türkler Türk medyasını hangi ölçüde takip etmektedir?
- 2- Almanya’da göçmen Türklere yayın yapan kitle iletişim araçları etnik bir bakış açısı ile mi yayın yapmaktadır?
- 3- Yayın yapan mevcut kitle iletişim araçları yayın içerikleriyle göçmen halkı entegrasyon konusunda yönlendirmekte midir? Yönlendirmekteyse bu yönlendirme toplumsal ve kültürel entegrasyonu destekler nitelikte mi yoksa reddeder nitelikte midir?
- 4- Yayın yapan kitle iletişim araçları Almanya’daki Türklerin sorunlarına yer vermekte midir?

3.1.2. Önem

Almanya’ya Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarının Almanya’daki Türkleri entegrasyon konusunda yönlendirmesiyle ilgili şimdiye kadar yapılan çalışmalarda hem yazılı hem görsel hem de işitsel basın aynı anda ele alınarak değerlendirildiği

çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Yapılan araştırmada seçilen örneklemeler kapsamında yazılı basının, görsel-ışitsel basının ve ışıtsel medyanın yayınları aynı anda ele alınmaktadır. Bu çalışma, Almanya'da yaşayan Türk göçmenlerin Almanya'ya entegre olma sürecinde Türk göçmenlere yönelik yayın yapan yazılı basın, görsel-ışitsel basın ve ışıtsel medya tarafından ne şekilde yönlendirildiğini konu edinmektedir. Bu bağlamda çalışma; Almanya'da Türk göçmenlere yönelik yayın yapan kitle iletişim araçlarının (yazılı basın, görsel-ışitsel basın, ışıtsel medya) yayın içeriklerinin analiz edilmesi ve kitle iletişim araçlarının kültürel entegrasyona ne ölçüde katkı sağladığını anlamak ve bundan sonra bu alanda yapılacak araştırmalara ışık tutmak açısından önemli görülmektedir.

3.1.3. Hipotezler

Almanya'daki Türklere Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarının Almanya'daki Türkleri entegrasyon konusunda ne şekilde yönlendirildiğinin temel alındığı araştırmada üç farklı araştırma sorusu ve on beş farklı araştırma hipotezi ortaya konmaktadır.

- Araştırma Sorusu 1: Almanya'da Türk göçmenlere yönelik yayın yapan medyanın entegrasyon sürecinde etkinliği nedir?
- Araştırma Sorusu 2: Almanya'da Türk göçmenlere yönelik yayın yapan medyanın entegrasyona dair yayın ve program içeriği ne gibi özellikler taşımaktadır?
- Araştırma Sorusu 3: Almanya'da yayın yapan Türk medya kuruluşları Türklere tarafından takip edilmekte ve yayınları Türklere üzerinde etkili olabilmekte midir?

3.1.3.1. Araştırma Hipotezleri

- H1: Almanya'daki Türklere yönelik yayın yapan yazılı ve ışıtsel medyanın entegrasyona teşvik edici içerikte yayınları bulunmaktadır.
- H2: Almanya'daki Türklere yönelik yayın yapan yazılı, görsel ve ışıtsel medyanın birbirinden farklı niteliklerde ve içeriklerde yayınları bulunmaktadır. Bu nedenle entegrasyon sürecine katkısı birbirinden farklı özellikler sergilemektedir.

- H3: Almanya’da yayın yapan Türk medyası aynı zamanda paralel toplumun oluşmasında da önemli bir etkiye sahiptir.
- H4: Almanya’daki Türklere yönelik yayın yapan medya, göçmenlerin kültürünü yaşatmasında etkili olmaktadır.
- H5: Almanya’daki Türklere yönelik yayın yapan medya, göçmenler ile Türkiye arasındaki bağların canlı kalmasında etkili olmaktadır.
- H6: Almanya’da ulusal olarak yayın yapan görsel Türk medyası aynı ülkede yerel olarak yayın yapan görsel medyaya göre ülkedeki göçmenlerle ilgili içeriğe daha az yer vermektedir.
- H7: Almanya’da yayın yapan Türk medyası Türkler tarafından ilgi ile takip edilmektedir.
- H8: Almanya’da yaşayan Türklerin Almanya’yı vatan olarak görme duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.
- H9: Katılımcıların dil bilme düzeyleri ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
- H10: Katılımcıların aidiyet duygusu ve yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- H11: Katılımcıların Türkiye’de yaşamak ve çalışmak isteme duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir.
- H12: Katılımcıların iletişimsel ortamlarında hangi uyruktan kişilerin olduğu ilişkisi yaş olgusundan bağımsız değildir.
- H13: Katılımcıların Almanya’daki Türkçe televizyon kanallarını takip etme sıklığı ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H14: Katılımcıların Almanya’daki yazılı basını takip etme sıklığı ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H15: Katılımcıların Almanya’daki işitsel basını takip etme sıklığı ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

3.2. Yöntem

3.2.1. Araştırma Modeli

Çalışmada yöntem olarak; anket (survey modeli) yöntemi ile kitle iletişim araçlarının yayın içeriklerinin incelenmesi noktasında içerik analizi tekniği

kullanılmıştır. Çalışmada Almanya'nın Stuttgart bölgesinde yaşayan, tesadüfi (random) örneklem yoluyla seçilen 640 Türk ile anket yapılmış ve öngörülen anket koşullarına uyulmaya çalışılmıştır. Söz konusu araştırma yöntem ve teknikleri kullanılarak ve kitle iletişim araçlarının yapısal özellikleriyle içeriğinden yola çıkılarak bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Avrupalı Türklerin kimlik ve aidiyet duygusunun belirlenmesi, kitle iletişim araçlarının entegrasyon sürecine bakışı, olumlu ya da olumsuz katkısı ile paralel toplumu ne şekilde yönlendirdiği ele alınmış ve ortaya çıkan sonuçlar ampirik yöntemle elde edilen veriler ışığında açıklanmaya çalışılmıştır. Ankette yer alan demografik sorulardan yaş değişkeni, Almanya'da yaşayan Türk vatandaşları arasında kuşaklararası karşılaştırmanın yapılabilmesi amacıyla, diğer demografik özelliklerse katılımcıların durum tespitlerinin yapılabilmesi amacıyla katılımcılara yöneltilmiştir.

3.2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın merkezinde, Almanya'daki Türk göçmenlere yayın yapan kitle iletişim araçlarının kültürel ve toplumsal entegrasyon sürecine katkısı ele alınmaktadır. Çalışmada hem anket yöntemine hem de içerik analizi yöntemine yer verilmiştir. Dolayısıyla çalışmada kullanılan anket yönteminin evrenini Türklerin yoğun olarak yaşadığı Almanya'nın Stuttgart eyaleti, örneklemini de eyalette yaşayan Türk vatandaşları oluşturmaktadır. Öte yandan içerik analizi noktasında içerik analizi yönteminin evrenini kitle iletişim araçları yani yazılı basın alanında Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa Gazetesi, görsel-ışitsel basın alanında Kanal Avrupa ve Euro Star, ışitsel basın alanında ise Metropol FM ile Sky Radyo, örneklemini ise bu kitle iletişim araçlarının yayınları oluşturmaktadır.

3.2.3. Sınırlılıklar ve Kapsam

Araştırmanın sınırlılığı çerçevesinde, Almanya'dan ya da Türkiye'den Türkçe yayın yapan, Türkçe basılan ve hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan televizyon, gazete ile radyolar belirlenmiş ve bu şekilde sınırlandırılan kuruluşlardan amaca uygun olanları örneklem olarak seçilmiştir. Ayrıca uygulanan anket yönteminde seçilen örneklem grubunun 15 yaş üstü denekleri kapsamı, araştırmanın yalnızca Stuttgart bölgesinde yapıyor olması ve deneklerin Stuttgart bölgesinde yaşayan Türkleri içeriyor olması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yayın kaydının alınması noktasında karşılaşılan teknik aksaklıklar da çalışmanın sınırlılığı

çerçevesindedir. Tez çalışmasının yakın ve güncel bir tarihi kapsamı amaçlandığından çalışmada 02 Haziran 2014 Pazartesi ile 17 Haziran 2014 Salı tarihleri arasında basılmış gazeteler, televizyon yayınları ve radyo yayınları incelenmiştir.

Çalışmada yazılı basın kategorisinde farklı görüşleri ve zıt kutupları temsil ettiği gerekçesiyle Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa Gazeteleri ele alınmış ve gazetelerin gündem, magazin, kültür - sanat, spor, sağlık, ekonomi sayfalarında haber niteliği taşıyan yazılar incelenmiştir. Bunun dışında köşe yazarlarının yazılarına, Seri İlanlara, Gazete Reklamlarına kodlama cetvelinde yer verilmemiştir. Görsel basın alanında Almanya merkezli bölgesel yayın yaptığı gerekçesiyle Kanal Avrupa, Türkiye merkezli ulusal yayın yaptığı gerekçesiyle Euro Star televizyonu ele alınmıştır. Yayınlar incelenirken saat: 09.00 – 24.00 aralığı esas alınarak televizyonda yayınlanan programlar ve haberler incelenmiştir. Bunun dışında televizyonda yayınlanan reklamlar ele alınmamıştır. İşitsel medya kategorisinde frekans üzerinden yayın yapması sebebiyle Metropol FM ve internet üzerinden online yayın yapması nedeniyle de Sky Radyo yayınları incelenmiştir. Yayınlar incelenirken programlar ve haber bültenleri ele alınmış reklamlar ise analize dâhil edilmemiştir.

Ele alınan çalışmada kapsam olarak; deneklerin görüşlerinin frekans (sıklık) dağılımları dâhil edilmiştir. Ankette Almanya’da yaşayan Türklerin uyum sorunları genel olarak tespit edilmeye çalışılmış ve demografik özelliklerden yaş olgusu ele alınarak değişkenler arasında karşılaştırmalar yapmaya olanak tanıyan “ki (kay) kare (Chi-Square)” çözümlmesine de yer verilmiştir.

3.2.4. Verilerin Toplanması ve Anket Uygulaması

Araştırmanın teorik kısmındaki verilerin toplanması aşamasında paralel toplum, etnik medya, entegrasyon, Alman ve Türk medyası gibi çalışmanın teorik kısmını oluşturan temel konular araştırılarak bu konuda yayımlanan makaleler, basılan kitaplar, yayımlanmış haberler, gazeteler, tezler, içerik ve söylem analizleri, anket çalışmaları, saha araştırmaları, raporlar, röportajlar ve görüşme gibi arşiv ve literatür taramaları yapılmıştır.

Araştırmada survey modeline dayalı olarak bir anket uygulamasına gidilmiş ve Türklerin Türk medyasını takip oranları belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun için Türklerin yoğun olarak bulunduğu Stuttgart Eyaleti random yöntemi ile seçilmiştir. Söz konusu çalışmanın anketi 18.06.2014 ile 01.09.2014 tarihleri arasında Almanya’nın Stuttgart

eyaletinde Türklerin yoğun olarak yaşadığı Untertürkheim, Obertürkheim, Feuerbach, Sindelfingen, Ludwigsburg, Kornwestheim gibi yerleşim yerleri ile yine Türklerin yoğun olarak bulunduğu Ana Metro İstasyonu (Hauptbahnhof), Türk camileri, Türk dernekleri, Türk sivil toplum kuruluşları, üniversite kafeleri, Türklere yönelik düzenlenen organizasyon alanları, parklar, Türk alış-veriş merkezleri ve Türk kahvehanelerindeki kişilere uygulanmıştır. Anket toplamda 680 kişiye uygulanmış ve belirtilen yerlerdeki söz konusu mekânlarda o an bulunanlara anketler dağıtılarak kendilerinden katılımcı olmaları istenmiştir. Anketler, katılımcılara tek tek verilmiş ve doldurulan anketler anında toplanmıştır. Ancak 53 soru içeren ankette soruların uzun olduğu gerekçesiyle yalnızca 3'te 1'ine cevap verilmesi, bir başkasının etkisi altında anketlerin doldurulması gibi anketin nesnel verilerini tehlikeye düşürecek nedenlerden dolayı yaklaşık 40 anket bulunan mekânda imha edilmiş ve ankete katılım sayısı 640'a kadar düşmüştür. Katılımcıların anketi kuşku'dan uzak ve objektif bir biçimde cevaplamalarını sağlamak amacıyla katılımcılardan isim belirtmemeleri özellikle talep edilmiştir. Ankette yer alan demografik sorulardan yaş değişkeni Almanya'da yaşayan Türkler arasında kuşaklararası karşılaştırmanın yapılabilmesi amacıyla, diğer demografik sorularsa katılımcıların durum tespitine ilişkin bilgilerin elde edilebilmesi amacıyla katılımcılara yöneltilmiştir.

Ayrıca kitle iletişim araçlarının Almanya'daki Türkleri entegrasyon konusunda ne şekilde yönlendirdiğinin araştırılması için 02.06.2014 – 17.06.2014 tarihleri arasında Stuttgart'ta satılan ve haberleri örneklem dahilinde seçilen iki gazete Ana Metro İstasyonu'ndaki (Hauptbahnhof) büfelerden (Kiosk) belirtilen tarihler arasında düzenli olarak satın alınmış ve Avrupalı Türklere yayın yapan ve yayınları örneklem olarak seçilen iki televizyon kanalı ile iki radyonun yayınları da kayıt altına alınarak yayınların analizi gerçekleştirilmiştir. Kitle iletişim araçları (özellikle görsel basın) Temmuz ayından itibaren yaz dönemi yayınlarına (sezon sonuna) geçtiğinden kitle iletişim araçlarının kayıtlarının tarih olarak haziran döneminde alınması uygun görülmüş ve böylece verilerin en yakın tarihte alınarak güncel veriler olması amaçlanmıştır.

3.2.5. Verilerin Analizi

Yapılan çalışmada Basit Rastgele Örneklem yöntemi kullanılarak net 640 katılımcıya ulaşılmıştır. 640 katılımcının anketlere verdiği cevaplar bilgisayar ortamında SPSS 16.0 programına aktarılmıştır. Soruların anlaşılabilirliğinin test

edilmesi ve ankette bulunan hataların düzeltilmesi açısından anket öncelikle 15 kişilik bir denek grubuna uygulanmış ve ankette tespit edilen hatalar düzeltilerek anket genele uygulanmıştır. Yapılan taramalar sonucunda toplanan verilerin; çalışmanın kapsamı, önemi, amacı ve hedefleri doğrultusunda SPSS programında frekans ve “ki (kay) kare (Chi-Square)” analizleri yapılmış ve oluşturulan tablolar Word programına aktararak yorumlanmıştır.

3.2.6. Verilerin Çözümü (Anket Sonuçları ve Değerlendirilmesi)

Tablo 1.Katılımcıların Cinsiyetine İlişkin Veriler

	f	%
Bay	360	56,2
Bayan	280	43,8
Toplam	640	100,0

Almanya'nın Stuttgart eyaletinde gerçekleştirilen ve Türklere yönelik yapılan 53 soruluk ankete 640 kişi katılmıştır. Tablo 1’de de görüldüğü üzere 640 katılımcının % 56,2 ‘si (360 kişi) erkeklerden, % 43,8’i (280 kişi) ise bayanlardan oluşmaktadır.

Tablo 2.Katılımcıların Yaş Gruplarına İlişkin Veriler

	f	%
15-19	68	10,6
20-29	247	38,6
30-39	103	16,1
40-49	135	21,1
50-59	61	9,5
60 yaş ve üzeri	19	3,0
Toplam	633	98,9
Cevapsız	7	1,1
Toplam	640	100,0

Katılımcıların oransal büyüklüğüne bakıldığında diğer yaş grupları içerisinde üçüncü kuşak gençlerin yüzdelik diliminin fazlalığı dikkat çekmektedir. Tablo 2’ye göre ankette 20 – 29 yaş arası gençler % 38,6’lık (247 kişi) dilimle diğer yaş grupları arasında en büyük yüzdelik dilimi oluşturmaktadır. Bunu % 21,1’lik (135 kişi) dilimle 40 – 49 yaş grubu aralığı takip etmekte ardından % 16,1’lik (103 kişi) dilimle 30 – 39

yaş grubu, % 10,6'lık (68 kişi) dilimle 15 – 19 arası yaş grubu, % 9,5'lik (61 kişi) dilimle 50 – 59 yaş grubu ve % 3,0'lık (19 kişi) dilimle 60 yaş ve üzeri yaş grubu izlemektedir. 640 katılımcıdan % 1,1'lik (7 kişi) kısım ise katılımcıların yaş grubunu belirlemeye yönelik olarak yöneltilen soruyu cevaplamamıştır.

Tablo 3. Katılımcıların Eğitim Düzeyine İlişkin Veriler

	f	%
Grundschule	13	2,0
Hauptschule	96	15,0
Realschule	81	12,7
Berufschule	61	9,5
TR'de ilköğretim okudum	44	6,9
Gymnasium	61	9,5
Fachoberschule	29	4,5
TR'de lise okudum	50	7,8
Üniversite	157	24,5
TR'de üniversite okudum	15	2,3
Master / Doktora	22	3,4
Okulu bıraktım	3	0,5
Toplam	632	98,8
Cevapsız	8	1,2
Toplam	640	100,0

Katılımcıların eğitim düzeyinin gösterildiği Tablo 3'te % 24,5'lik (157 kişi) dilimle en büyük yüzdeyi Üniversite grubu oluşturmaktadır. Bunu % 15,0'lık (96 kişi) dilimle Hauptschule grubu (Temel okul 5–9 sınıf), % 12,7'lik (81 kişi) dilimle Realschule (Ortaokul 5–10 sınıf) grubu takip etmektedir. Katılımcıların % 9,5'lik (61 kişi) dilimini hem Berufschule (Meslek Okulu 11–13 sınıf) hem de Gymnasium (Lise 5–13 sınıf) oluşturmaktadır. % 7,8'lik (50 kişi) dilimi Türkiye'de Lise okuyanlar, % 6,9'luk (44 kişi) dilimi Türkiye'de İlköğretim okuyanlar, % 4,5'lik (29 kişi) dilimi Fachoberschule (Meslek Lisesi) grubu, % 3,4'lük (22 kişi) dilimi Master / Doktora grubu, % 2,3'lük (15 kişi) dilimi Türkiye'de üniversite okuyanlar, % 2,0'lık (13 kişi) dilimi Grundschule (ilkokul 1–4 sınıf), % 1,2'lik (8 kişi) dilimi bu soruyu yanıtızsız bırakanlar ve % 0,5'lik (3 kişi) dilimi ise Okulu çeşitli nedenlerle tamamlayamayıp terk edenler oluşturmaktadır.

Tablo 4.Katılımcıların Medeni Durumuna İlişkin Veriler

	f	%
Evli	343	53,6
Dul	13	2,0
Bekâr	280	43,8
Parterimle birlikte yaşıyorum	3	0,5
Toplam	639	99,8
Cevapsız	1	0,2
Toplam	640	100,0

Katılımcıların medeni durumunun gösterildiği Tablo 4'te en büyük yüzdeyi % 53,6'lık (343 kişi) dilimle evliler ve % 43,8'lik (280 kişi) dilimle bekârlar oluşturmaktadır. % 2,0'lık (13 kişi) dilimi dul olanlar ve % 0,5'lik (3 kişi) dilimi ise erkek veya kız arkadaşıyla birlikte yaşayanlar temsil etmektedir. Katılımcıların medeni durumunun tespit edilmesi amacıyla yöneltilen bu soruyu % 0,2'lik (1 kişi) dilim yanıtlamamıştır.

Tablo 5.Katılımcıların Gelir Düzeyine İlişkin Veriler

	f	%
50 – 500	181	28,3
501 – 1000	81	12,7
1001 – 2000	147	23,0
2001 – 3000	151	23,6
3001 – 4000	35	5,5
4001 ve üzeri	16	2,5
Toplam	611	95,5
Cevapsız	29	4,5
Toplam	640	100,0

Tablo 5'te katılımcıların gelir düzeyini gösteren veriler yer almaktadır. Tablo 5'e göre, katılımcıların % 28,3'ünü (181 kişi) 50 – 500 Euro arasındaki gelir grubu oluşturmaktadır. Bunu % 23,6'lık (151 kişi) dilimle 2001 – 3000 Euro arasındaki gelir grubu, % 23,0'lık (147 kişi) dilimle 1001 – 2000 Euro arasındaki gelir grubu, % 12,7'lik (81 kişi) dilimle 501 – 1000 Euro arasındaki gelir grubu, % 5,5'lik (35 kişi) dilimle 3001 – 4000 Euro arasındaki gelir grubu ve % 2,5'lik (16 kişi) dilimle 4001 Euro ve üzeri maaş

alan gelir grubu oluşturmaktadır. Katılımcılardan % 4,5'lik (29 kişi) dilim ise bu soruyu boş bırakmıştır.

Tablo 6.Katılımcıların Mesleki Durumuna İlişkin Veriler

	f	%
İşveren – İşadamı	25	3,9
Memur	38	5,9
Çalışan / İşçi	259	40,5
İşsiz	24	3,8
Öğrenci	196	30,6
Serbest	13	2,0
Emekli	21	3,3
Ev Hanımı	42	6,6
Yönetici	12	1,9
Total	630	98,4
Cevapsız	10	1,6
Toplam	640	100,0

Katılımcıların mesleki durumunun gösterildiği Tablo 6'da % 40,5'lik (259 kişi) dilimle en büyük yüzdeyi Çalışan / İşçi grubu oluşturmaktadır. Bunu % 30,6'luk (196 kişi) dilimle Öğrenciler, % 6,6'luk (42 kişi) dilimle Ev Hanımları, % 5,9'luk (38 kişi) dilimle Memurlar, % 3,9 (25 kişi) ile İşveren – İşadamı grubu, % 3,8 (24 kişi) ile İşsizler, % 3,3 (21 kişi) ile Emekliler, % 2,0 (13 kişi) ile Serbest çalışanlar, % 1,9 (12 kişi) ile Yöneticiler takip etmektedir. Katılımcıların mesleki durumlarını öğrenmek amacıyla yöneltilen bu soruya % 1,6'luk (10 kişi) dilim cevap vermemiştir.

Tablo 7.Katılımcıların Doğum Yerine İlişkin Veriler

	f	%
Türkiye	303	47,3
Almanya	329	51,4
Diğer	3	0,5
Toplam	635	99,2
Cevapsız	5	0,8
Toplam	640	100,0

Tablo 7’de de görüldüğü üzere katılımcıların % 51,4’ü (329 kişi) Almanya’da dünyaya gelmiştir. % 47,3’lük (303 kişi) dilimde yer alan katılımcılar ise Türkiye’de doğmuş ve çeşitli sebeplerle Almanya’ya yerleşmişlerdir. % 0,5’lik (3 kişi) dilimde yer alan katılımcılar Almanya ve Türkiye dışındaki bir ülkede dünyaya gelmiş ve % 0,8’lik (5 kişi) dilimde yer alan katılımcılar ise bu soruyu boş bırakmıştır. Katılımcıların % 0,5’i (3 kişi) “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve katılımcılardan 1’i bu seçeneğe “Fransa”, 1’i “Avustralya” ve bir diğeri “Bulgaristan” yazmıştır.

Tablo 8.Katılımcıların Uyuğuna İlişkin Veriler

	f	%
TC	359	56,1
Alman Vatandaşı	242	37,8
Çifte Vatandaş	30	4,7
Diğer	1	0,2
Toplam	632	98,8
Cevapsız	8	1,2
Toplam	640	100,0

Katılımcıların yarısından fazlası Almanya’da dünyaya gelmiş olmasına rağmen katılımcıların % 56,1’lik (359 kişi) dilimini Türk vatandaşları oluşturmaktadır. % 37,8’i (242 kişi) Alman vatandaşlığını seçerken çifte vatandaşların oranı % 4,7 (30 kişi)’dir. % 0,2’lik (1 kişi) dilimde yer alan katılımcılar başka bir uyruğa sahipken % 1,2’lik (8 kişi) dilimde yer alan katılımcılar bu soruyu yanıtlamamışlardır. Katılımcılardan % 0,2’si (1 kişi) “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve bu seçeneğe “Avustralya” yazmıştır. Elde edilen veriler çerçevesinde katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (bkz: Tablo 7) Almanya’da doğmuş olmasına rağmen kendi uyruklarını tercih ederek Türk vatandaşlığını

birakmamış olması katılımcıların anavatanlarına olan bağlılığın bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 9.Katılımcıların Almanya'daki İkamet Sürelerine İlişkin Veriler

	f	%
Almanya'da doğdum	311	48,6
0-12 ay	8	1,2
1-5 yıl	19	3,0
6-15 yıl	45	7,0
16-30 yıl	124	19,4
31-40 yıl	86	13,4
40 yıl ve üzeri	40	6,2
Toplam	633	98,9
Cevapsız	7	1,1
Toplam	640	100,0

Tablo 10'da katılımcıların Almanya'da kalış sürelerinin verileri yer almaktadır. Tabloda yer alan değerlere göre katılımcıların % 48,6'sı (311 kişi) Almanya'da doğmuştur. % 19,4'ü (124 kişi) 16 – 30 yıl arası Almanya'da ikamet ederken 31 – 40 yıl arası ikamet edenlerin oranı % 13,4 (86 kişi)'dür. Bu soruya katılımcıların % 1,1'i (7 kişi) yanıt vermemiştir. Ulaşılan katılımcıların Almanya'daki ikamet süreleri dikkate alındığında Almanya'da yaşayan Türklerin kimlik ve aidiyet duygularının belirlenmesine yönelik bir zaman diliminin varlığından söz edilebilir.

Tablo 10. Katılımcıların Aidiyet Duygularına İlişkin Veriler

	f	%
Türk	461	72,0
Alman	17	2,7
Her ikisi de	133	20,8
Türk asıllı Alman	21	3,3
Fikrim Yok	3	0,5
Diğer	1	0,2
Toplam	636	99,4
Cevapsız	4	0,6
Toplam	640	100,0

Tablo 10’da katılımcıların aidiyet duygularına ilişkin veriler yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların % 72,0’ı (461 kişi) kendini Türk olarak tanımlarken % 20,8’lik (133 kişi) kısmı kendini hem Alman hem de Türk olarak görmektedir. Katılımcıların % 3,3’ü (21 kişi) kendini Türk asıllı Alman olarak ifade ederken yalnızca % 2,7’si (17 kişi) kendisini Alman toplumuna yakın hissetmektedir. Katılımcıların aidiyet duygularının belirlenmesi amacıyla yöneltilen soruya % 0,6’lık (4 kişi) dilimde yer alan katılımcılar cevap vermemiştir. Katılımcıların doğum yeri (Tablo 7) ve ikamet süreleri (Tablo 9) dikkate alındığında katılımcıların neredeyse dörtte üçlük kısmının kendini Türk hissetmesi nedeniyle onların hala Türkiye’ye bağlı oldukları ve Türklük duygularını yitirmedikleri söylenilebilir. Ayrıca katılımcıların her ne kadar % 37,8’i (242 kişi) Alman vatandaşlığını (Bakınız: Tablo 8) seçmiş olsa da yalnızca % 2,7’si (17 kişi) kendini Alman toplumuna ait hissetmektedir.

Tablo 11.Katılımcıların Dini Aidiyet Duygularına İlişkin Veriler

	f	%
Müslüman	609	95,2
Hıristiyan	2	0,3
Dini inancım yok	11	1,7
Diğer	7	1,1
Total	629	98,3
Cevapsız	11	1,7
Toplam	640	100,0

Katılımcıların dini aidiyet duygularının belirlenmesine yönelik olarak elde edilen veriler Tablo 11’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların % 95,2’si (609 kişi) kendini Müslüman olarak tanımlamaktadır. % 1,7’lik (11 kişi) dilimde yer alan katılımcılar herhangi bir dini inanca sahip olmadıklarını ifade ederken katılımcıların % 0,3’ü (2 kişi) kendini Hıristiyan olarak tanımlamaktadır. Katılımcıların % 1,7’si (11 kişi) bu soruyu boş bırakırken, % 1,7’si (11 kişi) “diğer” seçeneğini işaretleyerek bu seçeneğe 8 kişi “Alevi” yazmış 3 kişi ise yalnızca seçeneği işaretleyip yazı kısmını boş bırakmıştır. Elde edilen veriler kapsamında Almanya’da yaşayan Türklerin neredeyse tamamının kendini Müslüman olarak gördüğü söylenebilir.

Tablo 12.Katılımcıların Almanya'yı Vatan Olarak Görüp Görmediklerine İlişkin Veriler

	f	%
Evet	168	26,2
Hayır	243	38,0
Kısmen	214	33,4
Fikrim Yok	7	1,1
Toplam	632	98,8
Cevapsız	8	1,2
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Almanya'yı bir vatan olarak benimseyip benimsemediklerine ilişkin veriler Tablo 12'de yer almaktadır. Verilere göre, katılımcıların % 38,0'ı (243 kişi) Almanya'yı vatan olarak görmediklerini belirtirken % 33,4'ü (214 kişi) Almanya'yı kısmen vatan olarak benimsediklerini, % 26,2'si (168 kişi) ise Almanya'yı vatan olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Katılımcıların % 1,2'si (8 kişi) ise soruyu yanıtlamamıştır. Her ne kadar katılımcıların % 38,0'ı Almanya'yı vatan olarak görmediklerini belirtse de "Evet" ve "Kısmen" yanıtları birbirine yakın olduğundan birlikte düşünülebilir. Bu doğrultuda katılımcıların yarısından biraz fazlasının Almanya'yı vatan olarak değerlendirdiği söylenilebilir. Ancak yanıtlar tek tek değerlendirildiğinde Almanya'yı vatan olarak görmeyenlerin oranı da az değildir.

Tablo 13.Katılımcıların Türkiye'de Yaşama veya Çalışma İsteklerine İlişkin Düşünceleri

	f	%
Evet	420	65,6
Hayır	125	19,5
Fikrim Yok	89	13,9
Toplam	634	99,1
Cevapsız	6	0,9
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Türkiye'de yaşama ya da çalışma isteğinin belirlenmesi amacıyla yöneltilen soruya katılımcıların verdiği yanıtlar Tablo 13'de yer almaktadır. Verilere göre; katılımcıların % 65,6'sı (420 kişi) Türkiye'de yaşamak ya da çalışmak

istediklerini ifade ederken % 19,5'i (125 kişi) böyle bir düşünceye sahip olmadıklarını belirtmektedir. Katılımcıların % 13,9'u (89 kişi) soruya ilişkin herhangi bir fikirlerinin olmadığını kaydederken % 0,9'u (6 kişi) da bu soruyu boş bırakarak yanıtlamamıştır. Bu çerçevede katılımcılar her ne kadar doğrudan veya dolaylı olarak Almanya'yı vatan olarak benimsediklerini (Bakınız: Tablo 12) söyleseler de katılımcıların yarısından fazlasının hala Türkiye'de yaşamak ya da çalışmak istediğini söylemek mümkündür denilebilir.

Tablo 14.Katılımcıların Almanya'da Kalma İsteklerine İlişkin Düşünceleri

	f	%
Sürekli kalmak istiyorum	129	20,2
Belli bir süre sonra dönmek istiyorum	180	28,1
Emekli olduktan sonra dönmek istiyorum	68	10,6
Hemen dönmek istiyorum	37	5,8
Başka bir ülkede yaşamak istiyorum	22	3,4
Kararsızım	134	20,9
Fikrim Yok	67	10,5
Toplam	637	99,5
Cevapsız	3	0,5
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Almanya'da sürekli yaşamak isteyip istemediklerine ilişkin görüşlerin belirlenmesine yönelik olarak yöneltilen soruya katılımcıların verdiği yanıtlar Tablo 14'de yer almaktadır. Buna göre; katılımcıların % 28,1'i (180 kişi) belli bir süre sonra Almanya'dan Türkiye'ye dönmek istediklerini belirtmektedir. Katılımcıların % 20,9'u (134 kişi) Almanya'da yaşama ya da Türkiye'ye dönme konusunda kararsız kaldıklarını belirtirken % 20,2'si (129 kişi) sürekli kalmak istediğini, % 10,6'sı (68 kişi) emekli olduktan sonra Türkiye'ye dönmek istediğini, % 10,5'i (67 kişi) bu konuda fikri olmadığını, % 5,8'i (37 kişi) hemen Türkiye'ye dönmek istediğini, % 3,4'ü (22 kişi) Türkiye ve Almanya dışında başka bir ülkede yaşamak istediğini belirtmektedir. Katılımcıların 0,5'i (3 kişi) ise bu soruyu boş bırakmıştır. Katılımcılar her ne kadar doğrudan ya da dolaylı bir şekilde Almanya'yı vatan olarak gördüklerini (bakınız: Tablo 12) belirtseler de katılımcıların neredeyse yarısının bir şekilde Türkiye'ye dönmek istediği söylenilebilir.

Tablo 15.Katılımcıların Alman Toplumunu Yeterince Tanıyıp Tanımadığına İlişkin Düşünceleri

	f	%
Evet	415	64,8
Hayır	74	11,6
Kısmen	145	22,7
Fikrim Yok	5	0,8
Toplam	639	99,8
Cevapsız	1	0,2
Toplam	640	100,0

Tablo 15'te ankete katılanların Alman vatandaşlarını yeterince tanıyıp tanımadığı sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların % 64,8'i (415 kişi) Alman vatandaşlarını "yeterince tanıdığını" belirtmekte, % 22,7'si (145 kişi) Alman vatandaşlarını "kısmen" tanıdığını ifade etmektedir. Katılımcıların % 11,6'sı (74 kişi) Alman vatandaşlarını "tanımadığını" söylerken bu soruyu katılımcıların % 0,2'si (1 kişi) yanıtlamamıştır. Bu veriler ışığında katılımcıların yarısından fazlasının Alman toplumunu yeterince tanıdığını düşündüğü söylenilebilir.

Tablo 16.Katılımcıların Alman Vatandaşlarıyla Uyum İçerisinde Yaşayıp Yaşamadığına İlişkin Düşünceleri

	f	%
Evet	354	55,3
Hayır	91	14,2
Kısmen	181	28,3
Fikrim Yok	12	1,9
Toplam	638	99,7
Cevapsız	2	0,3
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Alman vatandaşlarıyla uyum içerisinde yaşayıp yaşamadığına ilişkin görüşlerin tespit edildiği veriler Tablo 16'da yer almaktadır. Katılımcıların % 55,3'ü (354 kişi) Alman toplumuyla uyum içerisinde yaşadığını belirtirken % 28,3'lük (181 kişi) bir dilimde yer alan katılımcılar Alman vatandaşlarıyla "Kısmen" uyum içerisinde yaşadığını ifade etmektedir. Bunun yanında katılımcıların % 14,2'si (91 kişi)

Alman vatandaşlarıyla uyum içerisinde yaşadığını düşünmediğini söylerken % 0,3'ü (2 kişi) bu soruyu boş bırakmıştır. Bu veriler neticesinde “Kısmen” yanıtı “Evet” yanıtıyla birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların neredeyse dörtte üçünün Alman vatandaşlarıyla uyum içerisinde yaşadığını söylemek mümkündür.

Tablo 17.Katılımcıların Almanya ve Alman Vatandaşlarının Geneli Hakkında Nasıl Bir Tutuma Sahip Olduğuna İlişkin Düşünceleri

	f	%
Olumlu	262	40,9
Olumsuz	85	13,3
Ne olumlu ne olumsuz	249	38,9
Fikrim Yok	35	5,5
Toplam	631	98,6
Cevapsız	9	1,4
Toplam	640	100,0

Tablo 17’de katılımcıların Almanya ve Alman vatandaşlarının geneli hakkında nasıl bir tutuma sahip olduğuna ilişkin düşüncelerinin tespit edilmeye çalışıldığı soruya katılımcıların verdiği yanıtlar yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların % 40,9’u (262 kişi) Almanya ve Alman vatandaşlarının geneli hakkında olumlu bir tutuma sahip olduğunu ifade ederken % 38,9’u (249 kişi) Almanya ve Alman vatandaşlarının geneli hakkında ne olumlu ne de olumsuz bir tutuma sahip olduğunu belirtmektedir. Katılımcıların % 13,3’ü (85 kişi) Almanya ve Alman vatandaşlarının geneli hakkında olumsuz bir tutuma sahip olduğunu ifade etmekte ve % 1,4’ü (9 kişi) ise bu soruyu yanıtsız bırakmaktadır. Bu bulgular çerçevesinde kültürlerarası diyalog açısından Türk toplumu cephesinde Alman toplumuna karşı (Almanca dil bilme düzeyi hariç) bir iletişim isteksizliği yaşandığını söylemenin mümkün olmadığı belirtilebilir.

Tablo 18.Katılımcıların Farklı Kültürlerin Almanya’da Bir Arada Rahatça Yaşayıp Yaşamadığına İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	283	44,2
Hayır	95	14,8
Kısmen	240	37,5
Fikrim Yok	10	1,6
Toplam	628	98,1
Cevapsız	12	1,9
Toplam	640	100,0

Farklı kültürlerin Almanya’da bir arada rahatça yaşayıp yaşamadığına ilişkin görüşlerin tespit edilmeye çalışıldığı soruda katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 18’de gösterilmektedir. Buna göre; katılımcıların % 44,2’si (283 kişi) farklı kültürlerin Almanya’da bir arada rahatça yaşadığına inandığını belirtmekte, % 37,5’i (240 kişi) ise farklı kültürlerin Almanya’da bir arada rahatça yaşadığına “kısmen” inandığını ifade etmektedir. Katılımcıların % 14,8’i (95 kişi) farklı kültürlerin Almanya’da bir arada rahatça yaşadığına inanmadığını kaydederken % 1,9’luk (12 kişi) dilimde yer alan katılımcılar bu soruyu boş bırakmıştır. Elde edilen bulgular ışığında katılımcıların neredeyse yarıya yakını Almanya’da farklı kültürden insanların bir arada rahatça yaşayabildiğini, % 37,5’i ise farklı kültürden insanların kimi zaman bir arada rahatça yaşayabildiğini kimi zaman ise çeşitli problemlerle karşı karşıya kaldığını düşündüğü söylenebilir.

Tablo 19.Katılımcıların Almanya’da Kendi Kültürlerini Rahatça Yaşayıp Yaşamadıklarına Dair Görüşleri

	f	%
Evet	367	57,3
Hayır	77	12,0
Kısmen	189	29,5
Fikrim Yok	2	0,3
Toplam	635	99,2
Cevapsız	5	0,8
Toplam	640	100,0

Tablo 19’da Almanya’da Türk kültürünün rahatça yaşanıp yaşanmadığı sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların % 57,3’ü (367 kişi) Almanya’da Türk kültürünü rahatça yaşadıklarını ifade etmekte, % 29,5’i (189 kişi) ise Türk kültürünü Almanya’da “kısmen” rahatça yaşadıklarını söylemektedir. Katılımcıların % 12,0’ı (77 kişi) kendi kültürlerini Almanya’da rahatça yaşayamadıklarını kaydederken, % 0,8’i (5 kişi) bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Bu çerçevede katılımcıların yarısından fazlasının Almanya’da Türk kültürünün rahatça yaşandığını düşündüğü, % 29,5’inin ise Türk kültürünün Almanya’da kimi zaman rahatça yaşandığını kimi zaman ise çeşitli problemlerle karşı karşıya kalındığını düşündüğü söylenebilir.

Tablo 20.Katılımcıların Yaşadıkları Ülkede Uyuğundan Dolayı Farklı Bir Uygulamayla Karşılaşıp Karşılaşmadığına, Dışlandığını Hissedip Hissetmediğine ve Kendisini Almanya’da 3. Sınıf Vatandaş Olarak Görüp Görmediğine İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	98	15,3
Sık sık	42	6,6
Ara sıra	368	57,5
Hayır	118	18,4
Fikrim Yok	12	1,9
Toplam	638	99,7
Cevapsız	2	0,3
Toplam	640	100,0

Katılımcıların yaşadıkları ülkede Türk olmalarından dolayı farklı bir uygulamayla karşılaşp karşılaşmadığı, uyuğundan dolayı dışlanıp dışlanmadığı ve kendilerini 3. sınıf vatandaş olarak görüp görmediklerine ilişkin soruya verilen cevaplar Tablo 20’de yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların % 57,5’i (368 kişi) bazen / ara sıra bu tür uygulamalar ve hissiyatlarla karşıya kaldıklarını, % 18,4’ü (118 kişi) böyle uygulamalar ve hissiyatlarla karşı karşıya kalmadıklarını, % 15,3’ü (98 kişi) uyuğundan dolayı farklı bir uygulamayla karşılaştığını, dışlandığını ve kendini 3. sınıf vatandaş olarak gördüğünü, % 6,6’sı (42 kişi) ise bu tür uygulamalar ve hissiyatlarla sık sık karşılaştıklarını ifade etmektedir. Katılımcıların % 0,3’ü (2 kişi) ise bu soruyu yanıtlamamıştır. Elde edilen veriler çerçevesinde “Sık Sık” ve “Ara Sıra” cevap

kategorisi “Evet” cevap kategorisiyle birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların % 79,4’ünün (508 kişi) Almanya’da Türk olmalarından dolayı farklı uygulamalarla karşılaştıklarını, dışlandıklarını hissettiklerini ve kendilerini 3. sınıf vatandaş olarak gördüklerini söylemek mümkündür. Ancak Tablo 20’den elde edilen verilerin sonucuna karşın Tablo 17’de katılımcıların Almanya ve Alman vatandaşlarının geneli hakkındaki düşüncelerinin tespit edildiği soruda katılımcıların %40,9’unun (262 kişi) Alman vatandaşları hakkında olumlu düşünceye sahip olması ve % 38,9’unun (249 kişi) ise ne olumlu ne de olumsuz bir düşünceye sahip olması şaşırtıcı görünmektedir. Bu durumda Türk milletinin kendisine yapılan olumsuz uygulamalara ve hissiyatlara karşın ırkçılık yapmadığı ve farklı uyruktan insanlara kin beslemediği sonucuna ulaşılabileceği söylenebilir.

Tablo 21. Katılımcıların Arkadaş Ortamlarında Hangi Uyruktan İnsanların Daha Fazla Olduğuna İlişkin Cevaplar

	f	%
Türkler	431	67,3
Almanlar	17	2,7
Her ikisi de	184	28,8
Diğer	6	0,9
Toplam	638	99,7
Cevapsız	2	0,3
Toplam	640	100,0

Katılımcıların arkadaş ortamlarında hangi uyruktan insanların bulunduğu tespit edilmesine ilişkin katılımcılara yöneltilen soruda katılımcıların soruya verdiği cevaplar Tablo 21’de yer almaktadır. Buna göre; katılımcıların % 67,3’ünün (431 kişi) arkadaş ortamlarında daha fazla Türkler, % 28,8’inin (184 kişi) arkadaş ortamlarında hem Almanlar hem Türkler, % 2,7’sinin (17 kişi) arkadaş ortamlarında da daha fazla Almanlar bulunmaktadır. Katılımcıların % 0,9’u (6 kişi) diğer seçeneğini işaretlemiş, % 0,3’ü (2 kişi) bu soruyu boş bırakmıştır. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcılardan 1’i “diğer” seçeneğine “Arnavut”, 2’si “İtalyan” ve 3’ü “Kürt” yazmıştır. Bu durumda katılımcıların yarısından fazlasının arkadaş ortamlarında daha fazla Türklerin olduğunu ve genellikle Türk vatandaşların yine Türk vatandaşlarıyla vakit geçirdiğini söylemek mümkündür. Bu durum bir yandan Türk vatandaşları arasındaki ilişkiyi güçlendirip bağı

kuvvetlendirirken diğer yandan kültürlerarası iletişim ve entegrasyon anlamında olumsuz bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Tablo 22.Katılımcıların Göçmen Olarak Yaşamının Zorluklarına İlişkin Düşünceleri

	f	%
Almanca Konuşamamak ya da Yetersiz Konuşmak	277	17,2
Kültürel Değerlerimin Anlaşılmasında ve Yadırganması	294	18,3
Sosyal Yaşam Olanaklarından Yararlanamamak	101	6,3
Ülkeden Uzakta Yaşamak ve Vatana Özlem Duymak	346	21,5
Almanya'nın Bürokratik Sistemine Yabancı Olmak	122	7,6
Göçmen Hakları Konusunda Yeterli Bilgiye Sahip Olmamak	169	10,5
Yabancı Olarak Dışlanmak, Ayrımcılık	285	17,7
Diğer	15	0,9
Toplam	1609	100,0

Göçmen olarak Almanya'da yaşamının zorluklarının tespitine yönelik olarak sorulan soruya katılımcıların verdiği cevaplar Tablo 22'de yer almaktadır. Ankette 640 katılımcı olmasına rağmen, bu soruda, 640 katılımcının birden fazla nedeni (şıkki) işaretleyebiliyor olması dolayısıyla, katılımcı sayısı cevabı 1609'a ulaşmıştır. Bu sorunun yüzdeler dilimleri 1609 rakamı esas alınarak hesaplanmıştır. Tabloya göre; katılımcıların % 21,5'i (346 cevap) Almanya'da yaşamının zorluklarının, ülkeden uzakta yaşamak ve vatana özlem duymak olduğunu, % 18,3'ü (294 cevap) kültürel değerlerin anlaşılmasında ve yadırganması olduğunu, % 17,7'si (285 cevap) yabancı olarak dışlanmak ve ayrımcılığa maruz kalmak olduğunu, % 17,7'si (277 cevap) Almanca konuşamamanın ya da yetersiz konuşmanın olduğunu, % 10,5'i (169 cevap) göçmen hakları konusunda yeterli bilgiye sahip olunmaması olduğunu, % 7,6'sı (122 cevap) Almanya'nın bürokratik sistemine yabancı olmak olduğunu, % 6,3'ü (101 cevap) sosyal yaşam olanaklarından yararlanamamak olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların % 0,9'u (15 cevap) "diğer" seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların "diğer" seçeneğine yazdığı cevaplardan 7'si "dini değerlerimin anlaşılmasında / dinime saygı duyulmaması", 1'i "iki toplumun birbirini tanımaması", 3'ü "Türkiye'de Almanca olarak adlandırılmak", 1'i "çocuk yetiştirmek" ve 3'ü mağaza ve dükkânların erken saatte kapatılması" olarak anket kodlama cetveline geçirilmiştir. Bu bulgular kapsamında göçmen Türklerin ana vatandan uzakta olması ve vatana özlem duyması,

kültürel değerlerinin anlaşılması veya yadırganması, yabancı olarak dışlanmak ve ayrımcılığa maruz kalmak ile Almancayı yeterli düzeyde konuşamamak göçmenlerin Almanya’da yaşadığı en önemli zorluklar olarak belirtilebilir. Bu bağlamda “kültürel değerlerin anlaşılması veya yadırganması” ile “yabancı olarak dışlanmak ve ayrımcılığa maruz kalmak” cevaplarından yola çıkılarak Türklerin hala Almanya’da ırkçılığa maruz kaldığı ve Türklerle bir arada yaşamının içselleştirilemediği sonucuna varılabileceği söylenebilir. Diğer yandan Almancanın yeterli düzeyde konuşulamamasına, Türk toplumunun çoğunlukla birbiriyle iletişim kurması ve Türkçe konuşması neden olarak gösterilebilir. Bu durum Türkçenin unutulmaması açısından iyi bir gelişme olarak görülebilirken diğer yandan Türklerin Almanya ve Alman toplumuyla entegrasyonu açısından olumsuz bir durum olarak değerlendirilebilir.

Tablo 23. Katılımcıların Almanya’da Yaşadığı ya da Yaşamakta Olduğu En Önemli Sorunlara İlişkin Cevapları

	f	%
İşsizlik	107	6,5
Dil Sorunu	151	9,1
Çifte Vatandaşlık Sorunu	188	11,4
Kuşak Çatışması	103	6,2
Yabancı Düşmanlığı	253	15,3
Sosyal Güvenlik	19	1,2
Almanların Önyargıları	344	20,8
Uyuşturucu / Alkol	102	6,2
Aile Parçalanması	140	8,5
Vize İşlemleri / Konsolosluk	98	5,9
Türklerle Dayanışma Eksikliği	141	8,5
Diğer	5	0,3
Toplam	1651	100,0

Tablo 23’te katılımcıların Almanya’da yaşadığı ya da yaşamakta olduğu en önemli sorunlara ilişkin cevaplar yer almaktadır. Ankete katılan katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen bu soruda katılımcıların birden fazla sorun (şık) işaretleyebiliyor olması dolayısıyla katılımcı sayısı cevabı 1651’e çıkmış ve elde edilen yüzdeler 1651 değeri üzerinden oluşturulmuştur. Tabloya göre; Almanya’da göçmenlerin yaşadığı ya da yaşamakta olduğu en önemli sorunlara ilişkin katılımcıların % 20,8’i

(344 cevap) Almanların önyargıları, % 15,3'ü (253 cevap) yabancı düşmanlığı, % 11,4'ü (188 cevap) çifte vatandaşlık sorunu, % 9,1'i (151 cevap) dil sorunu, % 8,5'i (141 cevap) Türklerle dayanışma eksikliği, % 8,5'i (140 cevap) aile parçalanması, % 6,5'i (107 cevap) işsizlik, % 6,2'si (103 cevap) kuşak çatışması, % 6,2'si (102 cevap) uyuşturucu / alkol, % 5,9'u (98 cevap) vize işlemleri / konsolosluk, % 1,2'si (19 cevap) sosyal güvenlik, % 0,3'ü (5 cevap) “diğer” cevabını işaretlemiştir. Katılımcıların “diğer” seçeneğine yazdığı cevaplardan 4'ü “başörtü” ve 1'i “sağlık sektörü” olarak anket kodlama cetveline geçirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında katılımcıların, göçmenlerin en önemli sorunlarından Alman toplumunun önyargılarına maruz kalmak, yabancı düşmanlığı ve çifte vatandaşlık sorununun başı çektiğini düşündükleri söylenilebilir. Bu durumda Alman toplumunun Türk toplumuna karşı hala ırkçılık duygusu beslediği sonucu çıkartılabilir.

Tablo 24.Katılımcıların Almanya'ya Uyum Sağlayıp Sağlamadıklarına İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	435	68,0
Hayır	61	9,5
Uyum sağlamaktayım	89	13,9
Fikrim Yok	14	2,2
Toplam	599	93,6
Cevapsız	41	6,4
Toplam	640	100,0

Tablo 24'te katılımcıların Almanya'ya uyum sağlama konusundaki görüşleri yer almaktadır. Katılımcıların % 68,0'ı (435 kişi) Almanya'ya uyum sağladığını belirtmekte diğer yandan % 13,9'u (89 kişi) ise uyum sağlamakta olduğunu söylemektedir. Katılımcılardan yalnızca % 9,5'i (61 kişi) Almanya'ya uyum sağlayamadığını ifade ederken, % 6,4'ü (41 kişi) bu soruyu yanıtlamamıştır. Bu veriler kapsamında katılımcıların yarısından fazlasının kendince Almanya'ya entegre olduğu ifade edilebilir.

Tablo 25. Katılımcıların Almanya'ya Uyum Sağlayamamasında Hangi Nedenlerin Olduğuna İlişkin Cevaplar

	f	%
İş Hayatı	95	15,2
Alman Makamlarıyla İlişkiler	47	7,5
Dil Konusu	145	23,1
Din Konusu	131	20,9
Gündelik İlişkiler	63	10,0
Kültürel Değer, Tutum ve Davranışlar	143	22,8
Diğer	3	0,5
Toplam	627	100,0

Katılımcıların Almanya'ya neden uyum sağlayamadıklarına ilişkin cevaplar Tablo 25'te yer almaktadır. Ankette 640 katılımcı olmasına rağmen bu soruda katılımcıların birden fazla neden (şık) işaretleyebiliyor olması sebebiyle katılımcıların cevap sayısı 627'de kalmış ve elde yüzdelik dilimler 627 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Katılımcıların % 23,1'i (145 cevap) dil konusunda uyum sağlayamadıklarını kaydederken, % 22,8'i (143 cevap) kültürel değer, tutum ve davranışlardan dolayı Almanya'ya uyum sağlayamadıklarını belirtmiştir. % 20,9'lük (131 cevap) dilimde yer alan katılımcılar din konusu yüzünden, %15,2'si (95 cevap) iş hayatı yüzünden, % 10,0'ı (63 cevap) gündelik ilişkiler yüzünden, % 7,5'i (47 cevap) Alman makamlarıyla ilişkiler yüzünden Almanya'ya uyum sağlayamadığını ifade etmiş ve % 0,5'lik (3 cevap) dilimde yer alan katılımcılar "diğer" seçeneğini işaretlemiş ancak bu kısma 'nedenleri' belirtmemiştir. Elde edilen veriler ışığında katılımcıların Almanca bilme düzeylerinin düşük olduğu ve bu nedenle Alman vatandaşlarıyla sağlıklı iletişim kuramadıkları bunun ise entegrasyona olumsuz bir etkisinin olduğu çıkarımı yapılabilir. Alman vatandaşlarının kültürel değer, tutum ve davranışlarının Türk kültürüne benzememesi nedeniyle katılımcıların Almanya'yı yadırgadıklarını ve vatan olarak göremediklerini ya da kültürel değer, tutum ve davranışlarından dolayı Türk vatandaşlarının dışlandığını ve bunun uyumun önünde bir engelle dönüşüğünü söylemek de mümkün denilebilir. Ayrıca Türklerin çoğunluğunun Müslüman olması Almanya'nın ise Hıristiyan bir ülke olması buna bağlı olarak dini değerlerin uyuşmaması sebebiyle katılımcıların beşte birinin ülkeye bu nedenle uyum sağlayamadıkları belirtilebilir.

Tablo 26. Katılımcıların Tatillerini Genellikle Nerede Geçirdiklerine İlişkin Cevapları

	f	%
Türkiye	591	92,3
Almanya	19	3,0
Tatile çıkmıyorum	7	1,1
Diğer	13	2,0
Toplam	630	98,4
Cevapsız	10	1,6
Toplam	640	100,0

Katılımcıların tatillerini genellikle nerede geçirdiklerine ilişkin görüşlerini ölçmeye yönelik olarak hazırlanan sorudan elde edilen bulgular Tablo 26’da yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların neredeyse tamamına yakını tatilini Türkiye’de geçirdiğini belirtmektedir. % 2,0’lık (13 kişi) dilimde yer alan katılımcılar “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve bu seçeneği işaretleyenlerden 6’sı tatilini İtalya’da, 1’i Kuzey Afrika Ülkelerinde, 1’i Bulgaristan’da, 1’i İspanya’da, 1’i Hollanda’da ve 3’ü Avrupa ülkelerinde geçirdiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda ülkesinden uzakta yaşayan ve vatanına özlem duyan gurbetçilerin büyük çoğunluğunun tatillerini Türkiye’de yakınlarının yanında geçirdikleri ve anavatanlarıyla bağlarını koparmak istemedikleri ifade edilebilir.

Tablo 27. Katılımcıların Almanya’da Üyesi Oldukları ya da Faaliyetlerine Katıldıkları Herhangi Bir Dernek, Kurum, Kuruluş veya Cemaat’in Olup Olmadığına İlişkin Bulgular

	f	%
Evet	332	51,9
Hayır	153	23,9
Üyesi değilim ancak faaliyetlere katılıyorum	104	16,2
Fikrim yok	25	3,9
Toplam	614	95,9
Cevapsız	26	4,1
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Almanya’da üyesi olduğu ya da üyesi olmadığı halde faaliyetlerine katıldığı herhangi bir dernek, kurum, kuruluş veya cemaatin varlığına

ilişkin görüşlerin ölçülmeye çalışıldığı soruda katılımcıların verdiği yanıtlar Tablo 27’de görülmektedir. Tabloya göre; “üyesi değilim ancak faaliyetlerine katılıyorum” cevabı “Evet” cevabıyla birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların yarısından fazlası herhangi bir dernek, kuruluş ya da cemaat çatısı altında toplanmakta ve faaliyetlere katılmaktadır. Bu veriler ışığında Türk toplumunun Almanya’da kendisini yalnız hissetmemeyi, kendi kültüründen insanlarla birlikte vakit geçirmeyi ve aynı dili konuştuğu insanlarla fikir paylaşımı yapmayı amaçladığı ve bu kapsamda herhangi bir Türk dernek, kuruluş ya da cemaate katılarak bu duyguları en aza indirmek ve kendisini ülkesinde hissetmek istediği çıkarımı yapılabilir. Bu durum Türk vatandaşlarıyla bağlılığı arttırmak, Türk kültürünü ve dilini yaşatmak ve sonraki kuşaklara aktarmak açısından iyi olarak değerlendirilebilirse de Almanya ve Alman toplumuna uyum sağlamak açısından olumsuz bir durum olarak nitelendirilebilir.

Tablo 28. Katılımcıların Türk Hükümeti’nin Yurt Dışında Yaşayan Vatandaşların Sorunlarıyla Ne Derece İlgilenip İlgilenmediğine İlişkin Görüşleri

	f	%
Yeterince ilgileniyor	101	15,8
Kısmen ilgileniyor	283	44,2
Hiç ilgilenmiyor	161	25,2
Fikrim yok	81	12,7
Toplam	626	97,8
Cevapsız	14	2,2
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Türk Hükümeti’nin Almanya’daki vatandaşların sorunlarıyla ilgilenip ilgilenmediğine ilişkin görüşleri Tablo 28’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların % 44,2’si (283 kişi) Türk Hükümeti’nin Almanya’daki vatandaşların sorunlarıyla “kısmen” ilgilendiğini belirtmektedir. % 25,2’si (161 kişi) Türk Hükümeti’nin Almanya’daki vatandaşların sorunlarıyla “hiç” ilgilenmediğini ifade etmekte, % 15,8’i (101 kişi) ise Türk Hükümeti’nin Almanya’daki Türk vatandaşlarıyla “yeterince” ilgilendiğini kaydetmektedir.

Tablo 29. Katılımcıların Günlük İletişimlerinde Hangi Dili Kullandıklarına İlişkin Cevapları

	f	%
Türkçe	185	28,9
Almanca	57	8,9
Her ikisi de	380	59,4
Diğer	5	0,8
Toplam	627	98,0
Cevapsız	13	2,0
Toplam	640	100,0

Tablo 29 katılımcıların günlük iletişimlerinde hangi dili daha çok kullandıklarına ilişkin görüşleri içermektedir. Tabloya göre; katılımcıların yarısından fazlası günlük iletişimlerinde hem Türkçeyi hem de Almancayı kullandıklarını belirtmekte, dörtte birlik bir kısım ise Türkçeyi kullandıklarını ifade etmektedir. % 0,8’lik (5 kişi) dilimde yer alan katılımcılar “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve bu seçeneğe 3 kişi İngilizce, 2 kişi Kürtçe cevabını yazmıştır. Bu veriler değerlendirildiğinde katılımcıların günlük iletişimlerinde hem Almancayı hem de Türkçeyi kullandıkları söylenilebilir.

Tablo 30. Katılımcıların Aileleriyle Evde En Çok Hangi Dilde İletişim Kurduklarına Dair Yanıtları

	f	%
Türkçe	419	65,5
Almanca	6	0,9
Her ikisi de	206	32,2
Diğer	3	0,5
Toplam	634	99,1
Cevapsız	6	0,9
Toplam	640	100,0

Tablo 30, katılımcıların evde aileleriyle en çok hangi dilde iletişim kurduğuna dair verileri içermektedir. Verilere göre; katılımcıların yarısından fazlası evde aileleriyle Türkçe iletişim kurmakta, % 32,2’si (206 kişi) ise hem Türkçe hem de Almanca dillerinde aileleriyle iletişim kurmaktadır. Katılımcılardan 0,9’u (6 kişi) bu soruyu yanıtsız bırakırken % 0,5’i (3 kişi) “diğer” seçeneği işaretlemiş ve bu seçeneği

işaretleyenlerden 1 tanesi diğer kısmına “Rumca” dilini yazmış iki kişi ise diğer seçeneğini doldurmamıştır. Bu veriler bağlamında Tablo 29 ve Tablo 30 karşılaştırıldığında katılımcıların “günlük iletişimlerinde” daha çok Almanca ve Türkçeyi kullandıkları ancak aile bireyleriyle “evde iletişim kurarken” çoğunlukla Türkçe, Türkçeye oranla daha az hem Türkçe hem de Almanca konuştukları ifade edilebilir. Katılımcıların günlük iletişimlerinde her iki dili de yoğun olarak kullanmaları onların okul, iş, alış-veriş gibi nedenlerden dolayı sosyal çevrede daha çok Almanlar, farklı uyruktan kişiler ve Türklerle iletişim kurduğu çıkarımının yapılabilmesini de mümkün kılmaktadır denilebilir. Aile ortamında katılımcıların Türkçeyi tercih etmesi de onların ana dillerine olan bağlılığın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Tablo 31. Katılımcıların Hangi Dili Daha İyi Konuşabildiklerine İlişkin Cevapları

	f	%
Türkçe	238	37,2
Almanca	77	12,0
Her ikisini de iyi konuşuyorum	298	46,6
İkisi de yetersiz	13	2,0
Fikrim yok	5	0,8
Toplam	631	98,6
Cevapsız	9	1,4
Toplam	640	100,0

Tablo 31’de katılımcıların hangi dili daha iyi konuşabildiklerine ilişkin verdikleri cevaplar yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların yarıya yakın bir oranı hem Türkçeyi hem de Almancayı iyi konuşabildiğini söylerken, % 37,2’si (238 kişi) Türkçeyi daha iyi konuşabildiğini, % 12,0’ı (77 kişi) ise Almancayı daha iyi konuşabildiğini ifade etmektedir. Bu veriler ışığında katılımcıların neredeyse yarıya yakınının her iki dili de iyi konuşabildiği ve her iki dilde de iyi iletişim kurabildiği, katılımcıların iletişimsel ortamlarının hem Almanlar hem de Türklerden oluştuğu çıkarımı yapılabilir.

Tablo 32. Katılımcıların Kendilerini En İyi Hangi Dilde İfade Edebildiklerine İlişkin Düşünceleri

	f	%
Türkçe	286	44,7
Almanca	108	16,9
Her ikisiyle de	230	35,9
Fikrim yok	6	0,9
Toplam	630	98,4
Cevapsız	10	1,6
Toplam	640	100,0

Tablo 32’de katılımcıların kendilerini en iyi hangi dilde ifade edebildiklerine ilişkin verdikleri cevaplar yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların neredeyse yarıya yakın bir kısmı kendisini Türkçe dilinde daha iyi ifade ettiğini belirtirken dörtte birinden fazlası da kendisini hem Almanca hem de Türkçe dilinde iyi ifade edebildiğini kaydetmiştir. Tablo 31’de yer alan verilerle Tablo 32’de yer alan veriler karşılaştırıldığında Tablo 31’de katılımcıların yarıya yakını her iki dili de iyi konuşabildiğini ifade ederken Tablo 32’de katılımcıların yarıya yakını kendini Türkçe dilinde daha iyi ifade edebildiğini belirtmektedir. Bu bağlamda katılımcılar her ne kadar Almancayı iyi konuşabiliyor olsalar da kendilerini Türkçe dilinde daha iyi ifade ettiklerini belirtmektedirler. Bu çerçevede katılımcıların ifade yetilerinde daha çok Türkçe düşündüklerini ve kavramları Türkçe dilinde daha rahat ifade edebildiklerini söylemek mümkündür.

Tablo 33. Katılımcıların Türkçelerini Geliştirmek İçin Bir Eğitim Programına İhtiyaç Duyup Duymadığına İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	43	6,7
Olabilir	157	24,5
Hayır	418	65,3
Fikrim yok	11	1,7
Toplam	629	98,3
Cevapsız	11	1,7
Toplam	640	100,0

Katılımcıların Türkçelerini geliştirmek adına herhangi bir Türkçe eğitim programına ihtiyaç duyup duymadıklarına ilişkin görüşleri Tablo 33’te yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların yarısından fazlası Türkçesi’nin iyi olduğunu ve Türkçelerini geliştirmek için herhangi bir eğitim programına ihtiyaç duymadıklarını ifade etmektedir. Katılımcıların dörtte biri ise Türkçelerini geliştirmek adına verilebilecek bir eğitim programına sıcak bakmaktadır. Katılımcıların yalnızca % 6,7’si (43 kişi) Türkçelerinin iyi olmadığını kabul etmekte ve Türkçeyi geliştirmek için bir eğitim programına ihtiyaç duydıklarını belirtmektedir. Bu bağlamda bir önceki tabloda yer alan verileri destekler nitelikte katılımcılar Türkçe ifade yetilerinin iyi olduğunu söylemekte ve Türkçelerini geliştirmek için herhangi bir eğitim programına ihtiyaç duymadıklarını kaydetmektedirler. Bu doğrultuda katılımcıların Almanya’da yaşamalarına rağmen Türk diliyle bağlarını koparmadıkları, çoğunlukla Türkçe konuşup Türkçe düşündükleri söylenebilir.

Tablo 34. Katılımcıların Türkiye’de Yaşanan Gelişmeleri Takip Edip Etmediklerine İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	449	70,2
Hayır	12	1,9
Ara sıra	166	25,9
Fikrim Yok	4	0,6
Toplam	631	98,6
Cevapsız	9	1,4
Toplam	640	100,0

Tablo 34’te ankete katılanların Türkiye’de yaşanan gelişmeleri takip edip etmediklerine ilişkin görüşleri yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların neredeyse dörtte üçü Türkiye’de yaşanan gelişmeleri sürekli takip etmektedir. Ankette bulunan “ara sıra” yanıtı da “evet” yanıtıyla birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların tamamına yakınının Türkiye ile ilgili gelişmeleri takip ettiği söylenebilir. Bu bağlamda katılımcıların Türkiye ile olan bağlarını canlı tuttıkları, Türkiye’de yaşanan gelişmelerden haberdar oldukları ve ana vatanlarıyla yakından ilgilendikleri çıkarımını yapmanın mümkün olduğu söylenebilir.

Tablo 35. Katılımcıların Türkiye’de Yaşanan Gelişmeleri Genellikle Hangi Araçlardan Takip Ettiklerine Yönelik Verdikleri Cevaplar

	f	%
Türkçe Yayın Yapan Televizyon Kanallarından	573	32,0
Türkçe Yayın Yapan Radyolardan	104	5,8
Türkçe Gazetelerden	304	17,0
Türk Kaynaklı İnternet Sitelerinden	349	19,5
Almanca Yayın Yapan Televizyon Kanallarından	174	9,7
Almanca Yayın Yapan Radyolardan	62	3,5
Almanca Gazetelerden	100	5,6
Alman Kaynaklı İnternet Sitelerinden	126	7,0
Toplam	1792	100,0

Katılımcıların Türkiye’de yaşanan gelişmeleri hangi kitle iletişim araçlarından takip ettiklerinin tespit edilmesi amacıyla yöneltilen soruya katılımcıların verdiği cevaplar Tablo 35’te yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen soruda katılımcıların birden fazla kanal (şık) işaretleyebiliyor olması dolayısıyla katılımcıların verdiği cevap sayısı bu soruda 1792’ye ulaşmıştır. Elde edilen verilerin yüzdesel oranları 1792 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tablodaki verilere göre; katılımcılar Türkiye’de yaşanan gelişmeleri ağırlıklı olarak Türkçe yayın yapan televizyon kanallarından, Türk kaynaklı internet sitelerinden ve Türkçe gazetelerden takip etmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların Türkiye’de yaşanan gelişmeleri takip etmek adına televizyonda en çok haber bültenlerini izlediği, internet medyasında en çok haber sitelerini tıkladığı ve gazetelerde en çok haber sayfalarını okuduğu söylenebilir. Katılımcıların Türkiye ile ilgili gelişmeleri takip etmek için daha çok Türk kaynaklı kitle iletişim araçlarını tercih ettiği de ifade edilebilir.

Tablo 36. Katılımcıların Ülkelerarası İyi ya da Kötü Haberleri Hangi Ülkenin Medyasının Daha Objektif Verdiğine Yönelik Cevapları

	f	%
Türk medyası	193	30,2
Alman medyası	82	12,8
Her ikisi de objektif	64	10,0
Hiçbiri	219	34,2
Fikrim yok	69	10,8
Toplam	627	98,0
Cevapsız	13	2,0
Toplam	640	100,0

Ülkelerarası iyi ya da kötü haberlerin hangi ülkenin medyası tarafından daha objektif yansıtıldığına ilişkin katılımcıların görüşlerini içeren veriler Tablo 36'da yer almaktadır. Katılımcıların verdikleri cevaplara göre ne Türk medyası ne de Alman medyası ülkelerarasındaki iyi ya da kötü haberleri objektif olarak yansıtılmamaktadır. Ancak tablodaki verilere dayanarak Türk medyasının, haberleri, Alman medyasına oranla daha tarafsız verdiği ve Alman medyasına göre daha güvenilir olduğu söylenilebilir.

Tablo 37. Katılımcıların Medya Organlarının Entegrasyon Konusunda Kendilerini Yönlendirip Yönlendirmediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

	f	%
Evet	164	25,6
Hayır	164	25,6
Olabilir	175	27,3
Fikrim yok	107	16,7
Toplam	610	95,3
Cevapsız	30	4,7
Toplam	640	100,0

Yukarıdaki tabloda medya organlarının katılımcıları entegrasyon konusunda yönlendirip yönlendirmediğine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Tablodaki verilere göre; katılımcıların dörtte birinden biraz fazlasının medya organlarının kendilerini entegrasyon konusunda yönlendirmesinin mümkün olabileceği kanısını taşımakta

olduğu görülmektedir. Katılımcıların diğer dörtte birlik kısmı medya organlarının kendisini entegrasyon konusunda yönlendirdiğini söylerken eşit sayıdaki diğer dörtte birlik katılımcı ise medya organlarının kendilerini entegrasyon konusunda yönlendirmediğini ifade etmektedir.

Tablo 38. Katılımcıların Entegrasyon Konusunda En Çok Hangi Kitle İletişim Aracının Kendilerini Yönlendirdiğine İlişkin Verdikleri Cevaplar

	f	%
Televizyon	336	52,5
Gazete	48	7,5
Radyo	10	1,6
İnternet	137	21,4
Fikrim yok	86	13,4
Toplam	617	96,4
Cevapsız	23	3,6
Toplam	640	100,0

Entegrasyon konusunda en çok hangi kitle iletişim aracının katılımcıları yönlendirdiğine ilişkin veriler Tablo 38’de yer almaktadır. Tablodaki verilere göre; katılımcılar kendilerini entegrasyon konusunda en çok televizyonun yönlendirdiğini belirtmekte, entegrasyon yönlendirmesi konusunda ikinci sırayı ise internet medyası almaktadır. Yönlendirme noktasında katılımcılar en az işlevi radyoya (% 1,6 – 10 kişi) yüklemektedir. Bu bağlamda katılımcıların yarısından biraz fazlası entegrasyon konusunda kendilerini televizyonun yönlendirdiğini düşünmektedir.

Tablo 39. Katılımcıların, Kültürlerini Yaşatma ve Sürdürme Konusunda Kitle İletişim Araçlarının (gazete, tv, vb...) Ne Kadar Etkili Olduğuna İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	322	50,3
Hayır	56	8,8
Kısmen	179	28,0
Fikrim yok	58	9,1
Toplam	615	96,1
Cevapsız	25	3,9
Toplam	640	100,0

Kültürü yaşatma ve sürdürme noktasında kitle iletişim araçlarının etkinliğine yönelik katılımcıların verdiği yanıtlar Tablo 39’da yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların % 50,3’ünün (322 kişi) kitle iletişim araçlarının kendi kültürlerini yaşatma ve sürdürme noktasında etkili olduğunu düşündüğü görülmektedir. Katılımcıların % 28,0’ı (179 kişi) kitle iletişim araçlarının kültürlerini yaşatma ve sürdürme noktasında “kısmen” etkili olduğunu düşünmektedir. Bu noktada elde edilen veriler kapsamında katılımcıların yarısının kitle iletişim araçlarının kendi kültürlerini yaşatma ve sürdürme noktasında önemli bir rol oynadığını düşündükleri söylenilebilir. Bu durum kültürü yaşatma ve sürdürme konusunda olumlu bir olgu olarak değerlendirilebilirken diğer yandan bu olgunun göçmenlerin Almanya’ya uyumunu zorlaştırmakta olduğu ve entegrasyon açısından olumsuz olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Tablo 40. Katılımcıların Kitle İletişim Araçlarının Türkiye İle Olan Bağları Canlı Tutup Tutmadığına İlişkin Görüşleri

	f	%
Evet	317	49,5
Hayır	59	9,2
Kısmen	181	28,3
Fikrim yok	63	9,8
Toplam	620	96,9
Cevapsız	20	3,1
Toplam	640	100,0

Kitle iletişim araçlarının Türkiye ile olan bağları canlı tutup tutmadığına ilişkin katılımcıların görüşleri Tablo 40’ta yer almaktadır. Buna göre; katılımcıların neredeyse yarısının kitle iletişim araçlarının Türkiye ile olan bağları canlı tuttuğu görüşünde oldukları görülmektedir. Katılımcıların % 28,3’ü (181 kişi) ise kitle iletişim araçlarının Türkiye ile bağları “kısmen” canlı tuttuğunu belirtmektedir. Elde edilen veriler kapsamında kitle iletişim araçlarının Türkiye ve Almanya’daki Türkler arasında bir nevi köprü vazifesi gördüğü çıkarımının yapılabileceği söylenebilir. Bir önceki tablo için yapılan değerlendirmeyi bu tablo için de yapmanın mümkün olduğu dile getirilebilir ve kitle iletişim araçlarının bir yandan Türkiye ile bağları canlı tutabileceği belirtilebilirken

diğer yandan da göçmenlerin entegrasyonunu olumsuz yönde etkileyebileceği ifade edilebilir.

Tablo 41. Katılımcıların Kitle İletişim Araçlarından Hangilerinin Almanya'daki Göçmenlerin Sorunlarına Yer Verdiğine İlişkin Yanıtları

	f	%
Televizyon	392	38,1
İnternet Medyası	245	23,8
Yerel Televizyon	60	5,8
Hiçbiri	74	7,2
Gazete	195	18,9
Diğer	1	0,1
Radyo	63	6,1
Toplam	1030	100,0

Almanya'ya Türkçe yayın yapan Kitle iletişim araçlarından en çok hangisi ya da hangilerinin Almanya'daki göçmenlerin sorunlarına yer verdiğine ilişkin katılımcıların görüşleri Tablo 41'de yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen frekansın 1030'a ulaşması her bir katılımcının bu soruda birden fazla medya organını (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda elde edilen yüzdelik oranlar 1030 değeri üzerinden alınmıştır. Tabloya göre; katılımcılar en çok televizyonun ve ardından internet medyasının göçmenlerin sorunlarına yer verdiğini düşünmektedir. Bu noktada katılımcılar için televizyonun ve internet medyasının daha önemli olduğunu ve bu kitle iletişim araçlarının göçmenler tarafından daha çok takip edildiğini söylemek mümkündür.

Tablo 42. Kültürlerarası Uyum ve Diyalogun Hangi Unsurlarca Engellenmeye Çalışıldığına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

	f	%
Aşırı Tüm Uçlar	194	17,1
Karşılıklı Toplular	76	6,7
Basın ve Medya	241	21,2
Hükümetler	153	13,5
Marjinal Gruplar	162	14,3
Siyasiler	185	16,3
Fikrim Yok	121	10,7
Diğer	4	0,4
Toplam	1136	100,0

Kültürlerarası uyum ve diyalogun hangi unsurlarca engellenmeye çalışıldığına ilişkin katılımcı görüşleri Tablo 42’de yer almaktadır. Ankete katılan katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen bu soruda katılımcıların birden fazla unsur (şık) işaretleyebiliyor olması nedeni ile frekans 1136’ya çıkmıştır. Bu bağlamda elde edilen yüzdelik veriler 1136 rakamı esas alınarak hesaplanmıştır. Tabloya göre; katılımcılar kültürlerarası uyum ve diyalog sorununun temelinde “Basın ve Medya” kanalının olduğunu düşünmektedir. Basın ve Medyayı “Aşırı tüm uçlar” takip etmekte onun arkasından ise “Siyasiler” gelmektedir. Katılımcılara göre kültürlerarası uyum ve diyalog en az Karşılıklı Toplumlar (% 6,7 – 76 cevap) tarafından engellenmektedir. Bu bağlamda elde edilen veriler çerçevesinde en çok ‘basın ve medyanın’, ardından ‘aşırı tüm uçlar’ ile ‘siyasiler’in iki toplumun uyum ve diyalogunun engellenmesi noktasında temel sebep olarak görüldüğü değerlendirilebilir.

Tablo 43. Katılımcıların Hangi Kitle İletişim Aracının Yaptığı Yayınlarla Almanya ile Uyumlarına Katkı Sağladığına İlişkin Veriler

	f	%
Televizyon	299	32,5
İnternet Medyası	205	22,3
Yerel Medya	60	6,5
Hiçbiri	162	17,6
Gazete	133	14,5
Radyo	50	5,4
Diğer	11	1,2
Toplam	920	100,0

Yukarıdaki kitle iletişim araçlarından hangilerinin yaptığı yayınlar ile katılımcıların Almanya ile uyumlarına katkı sağladığına ilişkin veriler Tablo 43’te yer almaktadır. Ankete katılan katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen bu soruda katılımcıların birden fazla yayın aracı (şık) işaretleyebiliyor olması nedeni ile frekans 920’ye çıkmıştır. Bu kapsamda elde edilen verilerin yüzdesel oranları da 920 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya göre; katılımcıların % 32,5’i (299 cevap) televizyonun, yaptığı yayınlarla Almanya ile entegrasyonlarına katkı sağladığını düşündüklerini belirtmiştir. Televizyonu yüzdelik oran bakımından internet medyası takip etmektedir. Katılımcılardan % 1,2’si (11 cevap) “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve

işaretleyenlerden 1 tanesi bu seçeneğe “Toplum”, 1 tanesi “Kulüpler” ve 1 tanesi de “Camiler” yanıtını yazmıştır. 8 kişi ise bu seçeneği işaretlediği halde yanıt yazmamıştır. Tablo 42 ve tablo 43’deki veriler karşılaştırıldığında katılımcılar kültürlerarası uyum ve diyalogun en çok “Basın ve Medya” kanalıyla engellendiğini düşündüklerini belirtmelerine rağmen Tablo 43’deki verilerde katılımcılar televizyonun yani bir medya aracının Almanya ile uyumlarına en çok katkı sağladığını düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu durumda katılımcıların düşüncelerinin çeliştiği çıkarımını yapmanın mümkün olduğu söylenebilir.

Tablo 44. Katılımcıların Almanya’ya Türkçe Yayın Yapan Televizyon Kanallarını Ne Sıklıkla İzlediklerine Dair Görüşleri

	f	%
Her gün izliyorum	291	45,5
Her gün değil ama sıklıkla izliyorum	154	24,1
Nadiren izliyorum	153	23,9
Hiç izlemiyorum	39	6,1
Toplam	637	99,5
Cevapsız	3	0,5
Toplam	640	100,0

Almanya’ya Türkçe yayın yapan televizyon kanallarının ne sıklıkla izlendiğine dair katılımcıların görüşleri Tablo 44’de yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların yarıya yakını Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını her gün izlediğini ifade etmektedir. “Her gün değil ama sıklıkla izliyorum” ifadesi “Her gün izliyorum” ifadesine yakın olduğundan bu yanıtlar birlikte değerlendirildiğinde Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını katılımcıların neredeyse dörtte üçünün düzenli olarak takip ettiği görülmektedir. Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını “hiç” izlemediklerini ifade edenlerin sayısı ise oldukça düşüktür.

Tablo 45. Katılımcıların Almanya'ya Yayın Yapan Kanallardan En Çok Hangilerini İzlediklerine Dair Görüşleri

	f	%
TRT Türk	304	13,8
NTV Avrupa	133	6,0
TGRT EU	63	2,9
Euro Star	260	11,8
ATV Avrupa	338	15,3
STV Avrupa	129	5,8
Power Türk	100	4,5
Show Türk	228	10,3
Euro D	280	12,7
Kanal 7 Avrupa	169	7,7
Kanal Avrupa	37	1,7
Yol Tv	34	1,5
Türkmax	14	0,6
Kral Avrupa	55	2,5
Diğer	62	2,8
Toplam	2206	100,0

Almanya'ya Türkçe yayın yapan televizyon kanallarından en çok hangisinin izlendiğine dair katılımcı görüşleri Tablo 45'te yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen frekansın 2206'ya yükselmesi katılımcılardan her birinin bu soruda birden fazla kanal (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede elde edilen yüzdelik dilimler 2206 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tablodaki verilere göre; katılımcıların % 15,3'ü (338 cevap) Atv Avrupa, 13,8'i (304 cevap) TRT Türk, 12,7'si (280 cevap) Euro D, 11,8'i (260 cevap) Euro Star, 10,3'ü (228 cevap) Show Türk, 7,7'si (169 cevap) Kanal 7 Avrupa, 6,0'ı (133 cevap) NTV Avrupa, 5,8'i (129 cevap) STV Avrupa, 4,5'i (100 cevap) Power Türk, 2,9'u (63 cevap) TGRT EU, 2,8'i Diğer, 2,5'i (55 cevap) Kral Avrupa, 1,7'si (37 cevap) Kanal Avrupa, 1,5'i (34 cevap) Yol Tv, 0,6'sı (14 cevap) Türkmax izlediklerini belirtmektedir. Diğer seçeneğini işaretleyenlerden 1'i TRT Müzik, 14'ü Habertürk, 10'u Halk Tv, 11'i Ulusal Kanal, 1'i Fox Tv, 1'i Dost Tv, 1'i TV8, 1'i Kanal Türk, 3'ü Vatan Tv, 1'i TNT, 8'i CNN Türk, 1'i Hilal Tv, 5'i Bengü Türk, 2'si Tv5 ve 2'si Beyaz Tv izlediklerini ifade etmişlerdir.

Bu durumda katılımcıların en çok takip ettiği ilk üç kanal Atv Avrupa, TRT Türk ve Euro D şeklindedir.

Tablo 46. Katılımcıların Türk Televizyonlarında En Çok Hangi Program Türünü ya da Türlerini İzlediklerine Dair Görüşleri

	f	%
Haber Bülteni	428	21,2
Spor	206	10,2
Müzik - Eğlence	175	8,7
Tartışma	181	8,9
Belgesel	162	8,0
Yerli Dizi	288	14,2
Yerli Film	154	7,6
Yabancı Film	80	4,0
Yabancı Dizi	24	1,2
Din ve Ahlak Prog.	215	10,6
Magazin	60	3,0
Ekonomi	50	2,5
Toplam	2023	100,0

Türk televizyonlarında en çok hangi program türünün ya da türlerinin izlendiğine dair katılımcıların görüşleri Tablo 46'da yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen frekansın 2023'e yükselmesi bu soruda her bir katılımcının birden fazla program türü (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Elde edilen yüzdeler 2023 rakamı esas alınarak hesaplanmıştır. Tablodaki verilere göre; katılımcıların % 21,2'si (428 cevap) Haber Bülteni, % 14,2'si (288 cevap) Yerli Dizi, % 10,6'sı (215 cevap) Din ve Ahlak Programları, % 10,2'si (206 cevap) Spor, % 8,9'u (181 cevap) Tartışma, % 8,7'si (175 cevap) Müzik – Eğlence, % 8,0'ı (162 cevap) Belgesel, % 7,6'sı (154 cevap) Yerli Film, % 4,0'ı (80 cevap) Yabancı Film, % 3,0'ı (60 cevap) Magazin, % 2,5'i (50 cevap) Ekonomi, % 1,2'si (24 cevap) Yabancı Dizi izlediklerini ifade etmektedir. Katılımcıların Türk televizyonlarında en çok Haber Bülteni, Yerli Dizi ve Din ve Ahlak Programlarını takip ettikleri söylenebilmektedir. Bu veriler kapsamında katılımcıların Türkiye'de yaşanan gelişmelerden haberdar olmak ve anavatanlarıyla bağlarını koparmak istememeleri adına haber bültenlerini, eğlenmek, rahatlamak, stres atmak sebebiyle yerli dizileri ve dini unutmamak, yaşatmak, dine

bağlanmak, din konusunda bilgilenmek, iç huzuru sağlamak gibi amaçlardan dolayı da din ve ahlak programlarını takip ettikleri çıkarımı yapılabilir.

Tablo 47. Katılımcıların Türk Kanallarını İzlemedeki Amaçlarına İlişkin Cevapları

	f	%
Gelişmelerden Haberdar Olmak	465	29,5
Bilgilenmek – Öğrenmek	296	18,8
Rahatlamak - Stres Atmak	146	9,3
Türkçeyi Geliştirmek	91	5,8
Günlük Hayatı Kolaylaştırmak	39	2,5
Sosyal Çevreyle Daha Rahat İletişim Kurmak	72	4,6
Eğlenmek	182	11,5
Boş Vakitleri Değerlendirmek	138	8,8
Türk Kültürünü Unutmamak	147	9,3
Toplam	1576	100,0

Türkçe yayın yapan Türk kanallarının izlenmedeki amacına ilişkin katılımcı cevapları Tablo 47’de yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640’tır. Frekansın 1576’ya ulaşması her bir katılımcının bu soru için birden fazla amaç (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda elde edilen yüzdelik dilimler 1576 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tablodaki verilere göre; katılımcıların Türk kanallarını izlemedeki öncelikli amaçları Gelişmelerden Haberdar Olmak, Bilgilenmek-Öğrenmek ve Eğlenmek olarak görülmektedir.

Tablo 48. Türkçe Gazetelerin Ne Sıklıkla Okuduğuna İlişkin Yanıtlar

	F	%
Düzenli olarak her gün	92	14,4
Her gün değil ama sıklıkla	140	21,9
Bazen okurum	155	24,2
Nadiren	133	20,8
Hiç okumam	114	17,8
Toplam	634	99,1
Cevapsız	6	0,9
Toplam	640	100,0

Türkçe basılan gazetelerin ne sıklıkla okunduğuna ilişkin katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 48’de yer almaktadır. Tabloya göre; katılımcıların % 24,2’si (155 kişi) gazeteleri “bazen” okuduğunu, % 21,9’u (140 kişi) her gün değil ama “sıklıkla” okuduğunu, % 20,8’i (133 kişi) “nadiren” okuduğunu, 17,8’i (114 kişi) “hiç” okumadığını ve % 14,4’ü (92 kişi) düzenli olarak “her gün” gazete okuduğunu ifade etmektedir. Katılımcıların televizyon izleme sıklığı ile basılı yayın okuma sıklığı karşılaştırıldığında tablodan da anlaşıldığı üzere katılımcıların basılı yayın okuma oranı oldukça düşük görünmektedir.

Tablo 49. Almanya’da ve Stuttgart’ta Çıkan Türkçe Gazetelerden Katılımcıların En çok Hangilerini Okuduklarına Dair Görüşleri

	f	%
Hürriyet Avrupa	179	23,9
Sabah Avrupa	112	15,0
Türkiye Avrupa	64	8,5
Zaman Avrupa	125	16,7
Güncel Gazetesi	5	0,7
Yeni Posta Gazetesi	68	9,1
Post Gazetesi	109	14,6
Yeni Özgür Politika Gazetesi	8	1,1
Gazete Aktüel	7	0,9
Gazete Merhaba	23	3,1
Avrupa Haber Gazetesi	10	1,3
Diğer	39	5,2
Toplam	749	100,0%

Almanya’da ve Stuttgart bölgesinde Türkçe basılan gazetelerden hangilerinin daha çok okunduğuna ilişkin katılımcı yanıtları Tablo 49’da yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640’dır. Frekansın 749’a ulaşmış olması bu soruda her bir katılımcının birden fazla gazete adı (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Elde edilen yüzdeler 749 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya göre katılımcılar en çok Hürriyet Avrupa, Zaman Avrupa, Sabah Avrupa ve Stuttgart bölgesinde basılan Post gazetesini okuduklarını belirtmektedir. Katılımcıların % 5,2’si (39 kişi) “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve diğer seçeneğini işaretleyenlerden 10’u Milli Gazete, 5’i Aydınlık Gazetesi, 5’i Sözcü Gazetesi, 1’i Evrensel Gazetesi ve 1’i de Fanatik

okuduğunu kaydetmiştir. Diğer seçeneğini işaretlerden 17'si ise yalnızca seçeneği işaretleyip gazete ismi kısmını boş bırakmıştır.

Tablo 50. Katılımcıların Türkçe Gazete Okumalarına İlişkin Nedenleri

	f	%
Türkiye İle İlgili Gelişmelerden Haberdar Olmak İçin	399	46,3
Boş Vakitlerimi Değerlendirmek İçin	83	9,6
Farklı Dildeki Yayınları Okuyamadığım İçin	27	3,1
Almanya'daki Göçmenlerle İlgili Gelişmeleri Takip Etmek için	138	16,0
Türkiye ve Almanya'ya Yönelik Gelişmeleri Takip Etmek İçin	212	24,6
Diğer	3	0,3
Toplam	862	100,0

Almanya'da Türkçe basılan gazetelerin okunma nedenlerine ilişkin katılımcı verileri Tablo 50'de yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen frekansın 862'ye çıkması bu soruda her bir katılımcının birden fazla neden (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Elde edilen yüzdeler 862 rakamı esas alınarak hesaplanmıştır.

Tabloya göre; katılımcıların % 46,3'ü (399 cevap) Türkçe basılan gazeteleri en çok Türkiye'deki gelişmelerden haberdar olmak adına okuduklarını belirtmiştir. Katılımcıların % 24,6'sı (212 cevap) ise Türkiye ve Almanya'ya yönelik gelişmeleri takip etmek amacıyla, % 16,0'ı (138 cevap) Almanya'daki göçmenlerle ilgili gelişmeleri takip etmek için Türkçe basılı yayınları okuduğunu kaydetmiştir. Elde edilen veriler ışığında katılımcıların anavatanlarıyla olan bağlarını canlı tutmak istediklerini ve Türkiye'deki gelişmelerle ilgilendiklerini söylemek mümkündür.

Tablo 51. Katılımcıların Almanya'da Türkçe Yayın Yapan Radyoları Ne Sıklıkla Dinlediğine İlişkin Yanıtları

	f	%
Her gün dinliyorum	87	13,6
Her gün değil ama sıklıkla dinliyorum	114	17,8
Nadiren dinliyorum	251	39,2
Hiç dinlemiyorum	184	28,8
Toplam	636	99,4
Cevapsız	4	0,6
Toplam	640	100,0

Almanya’da Türkçe yayın yapan radyoların ne sıklıkla dinlendiğine ilişkin katılımcı görüşleri Tablo 51’de yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların % 39,2’si (251 kişi) Türkçe yayın yapan radyoları “nadiren”, % 28,8’i (184 kişi) “hiç”, % 17,8’i her gün değil ama “sıklıkla”, % 13,6’sı (87 kişi) “her gün” radyo dinlediklerini ifade etmektedir. Tablo 44, Tablo 48 ve Tablo 51 karşılaştırıldığında katılımcıların Türkçe yayın yapan radyoları, Türkçe yayın yapan televizyon kanalları ve gazetelere göre daha az takip ettikleri tablodaki verilerden anlaşılmaktadır.

Tablo 52. Almanya’da Yayın Yapan Radyolardan Katılımcıların En Çok Hangilerini Dinlediklerine İlişkin Cevapları

	f	%
Köln Radyosu	3	0,5
Metropol FM	363	62,8
Türkiyem FM	23	4,0
Damar FM	22	3,8
Çilek FM	5	0,9
Delidolu FM	2	0,3
Sky Radyo	4	0,7
PowerTürk	98	17,0
Radyo Türk	21	3,6
Radyo Baba	6	1,0
Diğer	31	5,4
Toplam	578	100,0

Almanya’da Türkçe yayın yapan radyolardan en çok hangisinin ya da hangilerinin dinlendiğine ilişkin katılımcı yanıtları Tablo 52’de yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen frekansın 578’e ulaşmış olması bu soruda her bir katılımcının birden fazla radyo ismi (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Elde edilen yüzdesel oranlar 578 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tablodaki verilere göre katılımcılar Türkçe yayın yapan radyolardan en çok Metropol FM’i (62,8 – 363 cevap) ve Power Türk’ü (17,0 – 98 cevap) takip ettiklerini belirtmektedir. Katılımcıların % 5,4’ü (31 cevap) “diğer” seçeneğini işaretlemiş ve diğer seçeneğini işaretleyenlerden 3’ü Taksim FM, 2’si TSR, 1’i TRT FM, 1’i Arabesk TR, 2’si Süper FM, 1’i Efkâr FM, 3’ü Joy Türk, 2’si Burç FM, 4’ü Cihan Radyo, 1’i Dünya Radyo, 1’i Show Türk, 2’si Best FM, 1’i Slow Türk, 1’i Park FM, 2’si Radyo

Banko, 1'i Kral FM'i işaretlemiş ve 3'ü de diğer seçeneğini işaretleyerek herhangi bir radyo ismi yazmamıştır. Verilere göre katılımcılar en çok Almanya'da Berlin'den Türkçe yayın yapan Metropol FM'i ve Türkiye'den yayın yapan Power Türk'ü takip ettiklerini belirtmektedir.

Tablo 53. Katılımcıların Türkçe Radyo Dinleme Nedenleri

	f	%
Türkiye İle İlgili Gelişmeleri Öğrenmek İçin	176	20,8
Dilimi Geliştirmek İçin	45	5,3
Göçmen Türklerle İlgili Gelişmeleri Öğrenmek İçin	97	11,4
Türkçe Müzik Dinlemek İçin	280	33,0
Boş Vakitlerimi Değerlendirmek İçin	85	10,0
Eğlenmek - Stres Atmak İçin	163	19,2
Diğer	2	0,2
Toplam	848	100,0

Türkçe radyo dinlenme nedenlerine ilişkin katılımcıların görüşleri Tablo 53'te yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640'tır. Frekansın 848'e ulaşmış olması bu soruda her bir katılımcının birden fazla neden (şık) işaretleyebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır. Elde edilen yüzdeler oranlar 848 rakamı esas alınarak hesaplanmıştır. Tablodaki verilere göre; katılımcılar Türkçe yayın yapan radyoları en çok Türkçe müzik dinlemek için takip ettiklerini belirtmektedir. Katılımcıların neredeyse dörtte biri Türkiye'deki gelişmelerden haberdar olmak için Türkçe yayın yapan radyoları dinlediğini ifade etmektedir. Göçmen Türklerle ilgili gelişmeleri öğrenmek ve dilimi geliştirmek seçeneklerindeki yüzdesel oran azlığı da dikkat çekmektedir.

Tablo 54. Katılımcıların Yaş & Almanya'yı Vatan Olarak Görme Oranlarına İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Almanya'yı kendi vatanınız olarak görüyor musunuz?								Toplam	
	Evet		Hayır		Kısmen		Fikrim Yok			
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
15 - 19	14	2,2	22	3,5	28	4,5	4	0,6	68	10,9
20 - 29	72	11,5	84	13,4	88	14,1	2	0,3	246	39,3
30 - 39	28	4,5	41	6,5	33	5,3	0	0,0	102	16,3
40 - 49	30	4,8	64	10,2	38	6,1	1	0,2	133	21,2
50 - 59	15	2,4	24	3,8	20	3,2	0	0,0	59	9,4
60 ve üzeri	7	1,1	6	1,0	5	0,8	0	0,0	18	2,9
Toplam	166	26,5	241	38,5	212	33,9	7	1,1	626	100,0

Chi-Square: 27.712^a

p: 0.023 <0.05

Katılımcıların yaşları ile Almanya'yı vatan olarak görme görüşlerinin karşılaştırıldığı çapraz tabloda katılımcıların verdikleri cevapların karşılaştırılan verileri Tablo 54'te yer almaktadır. Bu iki soruya ankette toplam 626 katılımcı yanıt vermiş ve bu soru için elde edilen yüzdeler bu rakam üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya göre; ankette “evet”, “hayır”, “kısmen”, “fikrim yok” olmak üzere dört cevap sütunu olduğu görülmektedir. Sütunlar birbirleriyle karşılaştırıldığında sütunlar arasındaki en yüksek oran % 38,5'le (241 kişi) “Hayır” sütununda bulunmaktadır. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan ve 10'lu - 20'li yaş gruplarının oluşturduğu katılımcıların cevapları incelendiğinde “kısmen (% 18,6 – 116 kişi)” sütununda bulunan yüzdeler dilimin “hayır (% 16,9 – 106 kişi)” sütununda bulunan yüzdeler dilimden çok az bir farkla fazla olduğu görülmekte ve hayır sütunundaki oranın da azımsanmayacak bir oran olduğu anlaşılmaktadır. “Evet (% 13,7 – 86 kişi)” sütunundaki oranlar ise diğer iki sütundaki oranlardan daha düşüktür. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30'lu ve 40'lı yaş grubundaki katılımcılarda ise üçüncü kuşağın aksine “hayır (% 16,7 – 105 kişi)” sütunundaki oran “kısmen (% 11,4 – 71 kişi)” sütunundaki orandan daha yüksektir. “Evet (% 9,3 – 58 kişi)” sütunundaki oran ise her iki sütundaki oranlardan daha düşüktür. Birinci kuşak olarak adlandırılan 50'li ve üzeri yaş gruplarındaki katılımcılarda “hayır (% 4,8 – 30 kişi)” sütunundaki oran “kısmen (% 4,0 – 25 kişi)” sütunundaki orandan biraz fazla ancak “evet (% 3,5 – 22 kişi)” sütunundaki oran her iki sütundaki orandan biraz düşüktür. Tablodaki veriler değerlendirildiğinde, üç kuşağın da

Almanya'yı vatan olarak hala tam benimseyemediği ancak “hayır” ve “kısmen” sütunlarındaki oranların birbirine yakın olduğu gözlenmektedir. Bu durumda üçüncü kuşağın sütununda; “kısmen” sütunundaki oranın “hayır” sütunundaki orandan az bir farkla fazla olduğu göz önüne alınırsa Almanya'yı ana vatan olarak benimseme konusunda yeni yetişen üçüncü kuşağın kafasının karışık olduğu çıkarımının yapılabileceğini söylemek mümkündür.

Ayrıca araştırmada katılımcıların Almanya'yı bir vatan olarak benimseyip benimsememe durumları ile yaş olgusu arasındaki ilişki X^2 testi ile analiz edilmiştir. Yapılan teste göre katılımcıların Almanya'yı vatan olarak benimseyip benimsememe durumları ile yaş grupları arasında gözlemlenen farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir (Chi-Square: 27.712^a, p(0.023) <0.05). Başka bir deyişle katılımcıların Almanya'yı vatan olarak görüp görmeme konusunun yaş olgusu ile anlamlı bir ilişkisinin bulunduğu yani Almanya'yı vatan olarak benimseyip benimsememe durumunun yaş olgusundan bağımsız olmadığı görülmektedir.

Tablo 55. Katılımcıların Yaş & Hangi Dili Daha İyi Konuşabildiklerine Dair Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Hangi dili daha iyi konuşabiliyorsunuz?										Toplam	
	Türkçe		Almanca		İkisini de		İkisi de Yetersiz		Fikrim Yok			
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%
15 - 19	11	1,8	14	2,2	39	6,2	3	0,5	1	0,2	68	10,9
20 - 29	45	7,2	42	6,7	150	24,0	5	0,8	3	0,5	245	39,3
30 - 39	42	6,7	12	1,9	45	7,2	0	0,0	0	0,0	99	15,9
40 - 49	78	12,5	8	1,3	44	7,1	4	0,6	1	0,2	135	21,6
50 - 59	45	7,2	0	0,0	14	2,2	0	0,0	0	0,0	59	9,5
60 ve üzeri	13	2,1	0	0,0	4	0,6	1	0,2	0	0,0	18	2,9
Toplam	234	37,5	76	12,2	296	47,4	13	2,1	5	0,8	624	100,0

Chi-Square: 1.356E2^a

p: 0.000 < 0.05

Katılımcıların yaşları ile hangi dili daha iyi konuşabildiklerine dair elde edilen verilerin karşılaştırılarak çapraz tabloda birleştirilmiş şekli Tablo 55'te yer almaktadır. Bu iki soruya toplamda 624 katılımcı cevap vermiş ve bu tabloda elde edilen verilerin yüzdelik oranları 624 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Yaş değişkeninin yanında bu

soruda dil değişkeni de ele alınmış ve dil değişkeninde ‐Türkçe‐, ‐Almanca‐, ‐İkisini de‐, ‐İkisi de yetersiz‐, ve ‐Fikrim yok‐ olmak üzere beş farklı cevap seçeneği katılımcılara sunulmuştur. Tablo, genel itibariyle incelendiğinde en yüksek yüzdenin (47,4 – 296 kişi) ‐Her iki dili de iyi konuşuyorum‐ seçeneğinde toplandığı görölmektedir. Bu durumda katılımcıların neredeyse yarısının hem Almanca dilini hem de Türkçe dilini iyi konuşabildikleri elde edilen veriler çerçevesinde söylenebilir. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10’lu ve 20’li yaş grubunun bulunduğu katılımcıların cevapları incelendiğinde ‐Her iki dili de iyi konuşuyorum (% 30,2 – 189 kişi)‐ sütunundaki yüzdesel oran diğer sütunlardaki yüzdesel oranlardan daha yüksektir. Üçüncü kuşak katılımcılarda ‐Türkçeyi daha iyi konuşuyorum (% 9,0 – 56 kişi)‐ sütunundaki yüzdesel oran ile ‐Almanca dilini daha iyi konuşuyorum (% 8,9 – 56 kişi)‐ sütunundaki yüzdesel oranlar neredeyse aynıdır. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30’lu ve 40’lı yaş grubunun yer aldığı katılımcıların cevapları incelendiğinde ‐Türkçe dilini daha iyi konuşuyorum (% 19,2 – 120 kişi)‐ sütununda yer alan yüzdelik dilim diğer sütunlardaki yüzdelik dilimlerden daha fazladır. Bu kuşakta ‐İkisini de iyi konuşuyorum (% 14,3 – 89 kişi)‐ sütunundaki yüzdelik değer ‐Almanca dilini iyi konuşuyorum (% 3,2 – 20 kişi)‐ sütunundaki yüzdelik dilimden daha yüksektir. Birinci kuşak olarak adlandırılan 50 ve üstü yaş grubu katılımcıların yer aldığı sütundaki cevaplar incelendiğinde bu gruptaki katılımcı sayısı da göz önünde bulundurulmak kaydıyla ‐Türkçe dilini daha iyi konuşuyorum (% 9,3 – 58 kişi)‐ sütunundaki yüzdelik değerin diğer sütunlardan yüksek olduğu görölmektedir. ‐Her iki dili de iyi konuşuyorum (% 2,8 – 18 kişi)‐ sütunundaki yüzdelik değerin oldukça düşük olduğu, ‐Almanca dilini daha iyi konuşuyorum (% 0 – 0 kişi)‐ sütununda ise hiç yüzdelik değer hesaplanmadığı görölmektedir. Bu veriler ışığında birinci kuşak Türklerin ‐Türkçeyi‐ daha iyi konuşabildikleri, ikinci kuşak Türklerin ‐Türkçeyi‐ daha iyi konuşabildikleri ve üçüncü kuşak genç neslin ‐her iki dili de‐ iyi konuşabildiği hatta Türkçeyi iyi konuşanlarla Almanca’yı iyi konuşanların oranının da neredeyse aynı olduğu saptanmaktadır. Bu bağlamda katılımcılardan birinci ve ikinci kuşak Türklerin Almanca dil bilme düzeylerinin çok iyi olmadığı ancak üçüncü kuşak Türk gençlerinin hem Almanca hem de Türkçe dil bilme düzeylerinin eşit olduğu, gençlerin iki dili de iyi konuştuklarını düşündükleri söylenebilir. Üçüncü kuşağın Almanca dil bilme düzeylerinin iyi olması onların Almanya’ya uyum sağlaması açısından aynı zamanda Türkçe dil bilme düzeylerinin de Almanca kadar iyi olması onların ana dillerine olan bağlılığını ve

anadillerini unutmadıklarını gösterdiği gerekçesiyle iyi bir durum olarak değerlendirilebilir.

Katılımcıların hangi dili daha iyi konuşabildikleri yetisiyle yaş olgusu arasındaki ilişki X^2 testi ile analiz edilmiştir. Testin sonuçlarına göre; katılımcıların Türkçe ya da Almancayı daha iyi konuşabilip konuşamadıkları durumuyla yaş olgusu arasında gözlenen farkın anlamlı olduğu saptanmıştır (Chi-Square: 1.356E2^a, $p(0.000) < 0.05$). Yani katılımcıların iki dilden birini daha iyi konuşabilmesinin ya da her ikisini de iyi konuşabilmesinin yaş olgusuyla anlamlı bir ilişkisi vardır, bu durum yaş olgusundan bağımsız değildir.

Tablo 56. Katılımcıların Yaş & Kendilerini Hangi Millete Daha Yakın Hissettiklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Kendinizi Hangi Millete Daha Yakın Hissediyorsunuz?												Toplam	
	Türk		Alman		Her ikisi de		Türk Asıllı Alman		Fikrim Yok		Diğer			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
15 - 19	43	6,8	3	0,5	20	3,2	2	0,3	0	0,0	0	0,0	68	10,8
20 - 29	172	27,3	5	0,8	54	8,6	12	1,9	3	0,5	0	0,0	246	39,1
30 - 39	75	11,9	2	0,3	21	3,3	4	0,6	0	0,0	0	0,0	102	16,2
40 - 49	102	16,2	3	0,5	25	4,0	2	0,3	0	0,0	1	0,2	133	21,1
50 - 59	46	7,3	3	0,5	12	1,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	61	9,7
60 üzeri	16	2,5	1	0,2	1	0,2	1	0,2	0	0,0	0	0,0	19	3,0
Toplam	454	72,2	17	2,7	133	21,1	21	3,3	3	0,5	1	0,2	629	100,0

Chi-Square: 23.651^a

$p:0.540 > 0.05$

Katılımcıların yaşları ile kendilerini hangi millete ait hissettiklerine ilişkin görüşlerin karşılaştırıldığı çapraz tablo verileri Tablo 56'da yer almaktadır. Bu iki soruya 640 katılımcıdan 629'u cevap vermiş ve bu tablo için elde edilen yüzdesel oranlar bu rakam üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya genel olarak bakıldığında katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda en fazla yüzdelik dilime "Kendimi Türk milletine daha yakın hissediyorum (% 72,2 – 454 kişi) sütunu sahip olmaktadır. Ancak bu soru için kuşaklararası karşılaştırma aşağıda yapılmıştır. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10'lu ve 20'li yaş gruplarının yer aldığı katılımcıların sütunu

incelendiğinde bu yaş grubuna ait katılımcıların “Kendimi Türk milletine daha yakın hissediyorum (% 34,1 – 215 kişi)” sütununa verdikleri cevaplar diğer sütunlardan daha yüksektir. Üçüncü kuşağın % 11,8’i (74 kişi) “Kendimi iki millete de yakın hissediyorum” cevabını, % 2,2’si (14 kişi) “Kendimi Türk asıllı Alman olarak hissediyorum” cevabını, % 1,3’ü (8 kişi) ise “Kendimi Alman hissediyorum” cevabını vermektedir. İkinci kuşak olarak adlandırılan ve 30’lu – 40’lı yaş grubunun yer aldığı katılımcıların cevapları incelendiğinde bu yaş grubu katılımcılarının da kendini % 28,1’lik (177 kişi) bir oranla “Türk” milletine daha yakın hissettiği, % 7,3’lük (46 kişi) oranın “her iki millete” de kendini yakın hissettiği, % 0,9’unun (6 kişi) kendini “Türk asıllı Alman” olarak nitelendirdiği ve yalnızca % 0,8’inin (5 kişi) kendini “Alman” milletine daha yakın hissettiği görülmektedir. Birinci kuşak olarak adlandırılan ve 50 yaş ve üstü katılımcı grubunun yer aldığı sütunlardaki cevaplar incelendiğinde bu katılımcı grubunun % 9,8’inin (62 kişi) kendini “Türk”, % 2,1’inin (13 kişi) kendini “her iki millete de” yakın, % 0,7’sinin (4 kişi) kendini “Alman” ve % 0,2’sinin (1 kişi) kendini “Türk asıllı Alman” olarak nitelendirdiği tespit edilmektedir. Üç kuşağın verileri incelendiğinde üçüncü kuşak olarak bilinen genç neslin yüzdeler diliminin diğer iki kuşağa göre daha fazla olması dikkat çekmektedir. Bu bulgular kapsamında birinci, ikinci ve üçüncü kuşak Türklerin kendilerini hala Türk milletine daha yakın hissettikleri, (özellikle üçüncü kuşak genç neslin) Türklük duygularını yitirmedikleri ve Türk milletinden kopmadıkları çıkarımının yapılabileceği söylenebilir.

Katılımcıların kendisini hangi millete daha yakın hissettikleri duygusunun yaş olgusu ile arasında bir ilişki olup olmadığı X^2 testi aracılığıyla belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların kendisini iki millettten birine ya da her ikisine de yakın görmeleri durumu ve yaş olgusu arasında gözlenen farkın anlamlı olmadığı görülmektedir (Chi-Square: 23.651^a, $p(0.540) > 0.05$). Katılımcıların kendilerini hangi millete ait hissedip hissetmedikleriyle yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir, aitlik duygusu yaş olgusundan bağımsızdır. Tablo 56’daki veriler de bu tespiti destekler niteliktedir. Kuşaklar arasında aitlik duygusu değişmemiştir ve her kuşak kendini Türk ulusuna daha yakın görmektedir.

Tablo 57. Katılımcıların Yaş & Türkiye’de Yaşama ya da Çalışma İsteklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Türkiye’de Yaşamak ya da Çalışmak İster miydiniz?						Toplam	
	Evet		Hayır		Fikrim Yok			
	f	%	f	%	f	%	f	%
15 - 19	38	6,1	18	2,9	12	1,9	68	10,8
20 - 29	156	24,9	47	7,5	43	6,9	246	39,2
30 - 39	70	11,2	17	2,7	15	2,4	102	16,3
40 - 49	94	15,0	28	4,5	11	1,8	133	21,2
50 - 59	42	6,7	10	1,6	7	1,1	59	9,4
60 ve üzeri	13	2,1	5	0,8	1	0,2	19	3,0
Toplam	413	65,9	125	19,9	89	14,2	627	100,0

Chi-Square: 11.976^a

p: 0.287 > 0.05

Katılımcıların yaşları ile Türkiye’de yaşama ya da çalışma isteklerine dair verilerin karşılaştırmalı analizi Tablo 57’de yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen bu iki soruya toplamda 627 kişi cevap vermiş ve bu tablo için elde edilen verilerin yüzdeler oranları bu rakam esas alınarak hesaplanmıştır. Tabloya genel olarak bakıldığında % 65,9 (413 kişi) katılımcının Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istediği görülmektedir. Ancak bu soru için kuşaklararası karşılaştırma aşağıda yapılmıştır. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10’lu ve 20’li yaş grubunun bulunduğu katılımcıların % 31,0’ı (194 kişi) Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istediğini, % 10,4’ü (65 kişi) Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istemediğini, % 8,8’i (55 kişi) ise bu konu hakkında herhangi bir fikirlerinin olmadığını belirtmektedir. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30’lu ve 40’lı yaş grubunun yer aldığı katılımcıların % 26,2’si (164 kişi) Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istediğini, % 7,2’si (45 kişi) Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istemediğini, % 4,2’si (26 kişi) konu hakkında bir fikirlerinin olmadığını kaydetmektedir. Birinci kuşak olarak addedilen 50 yaş ve üstü katılımcıların yer aldığı grubun % 8,8’i (55 kişi) Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istediğini, % 2,4’ü (15 kişi) Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istemediğini, % 1,3’ü (8 kişi) bu konu hakkında bir fikri olmadığını söylemektedir. Üç kuşağın verileri incelendiğinde yeni yetişen üçüncü kuşağın yüzdeler diliminin diğer kuşaklardan daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu veriler çerçevesinde hem birinci kuşak hem ikinci kuşak hem de üçüncü kuşak, Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istediklerini ifade etmektedir. Bu

bağlamda hem Almanya'ya çalışmak amacıyla yıllar öncesinde işçi statüsüyle giden göçmen vatandaşların hem de Almanya'da dünyaya gelen yeni nesil Türk gençlerinin ana vatana özlem duyduğu, Türkiye'yi yaşamak ya da çalışmak bakımından Almanya'ya tercih ettiği çıkarımının yapılabilmesinin mümkün olduğu söylenebilir. Bu durum Türkiye açısından da Almanya'da yaşayan Türkler açısından da iyi bir durum olarak değerlendirilebilirken Almanya'da yaşayan Türklerin belli bir süreye kadar Almanya'da yaşayacağı ya da orada sürekli kalmak isteyecekleri göz önüne alındığında Almanya'daki Türklerin Almanya'ya entegrasyonu açısından kritik bir durum olarak değerlendirilebilir.

Katılımcıların Türkiye'de yaşamak ya da çalışmak isteyip istememe duygularının yaş olgusu ile aralarında bir ilişkinin olup olmadığı X^2 testi yardımıyla saptanmıştır. Elde edilen veriler kapsamında katılımcıların Türkiye'de yaşamak ya da çalışmak isteyip istememe duyguları yaş olgusuyla anlamlı bir şekilde farklılaşmamıştır (Chi-Square: 11.976^a, $p(0.287) > 0.05$). Başka bir deyişle katılımcıların Türkiye'de yaşamak isteyip istememe duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı söz konusu değildir. Bu duygu, yaş olgusundan bağımsızdır.

Tablo 58. Katılımcıların Yaş & Arkadaş Ortamlarındaki İnsanların Hangi Uyruktan Olduğuna Dair Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Arkadaş Ortamınızda Hangi Uyruktaki İnsanlar Daha Fazla?								Toplam	
	Türkler		Almanlar		Her ikisi de		Diğer			
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
15 – 19	50	7,9	2	0,3	16	2,5	0	0,0	68	10,8
20 - 29	169	26,7	6	0,9	70	11,1	2	0,3	247	39,1
30 - 39	66	10,4	3	0,5	34	5,4	0	0,0	103	16,3
40 - 49	91	14,4	2	0,3	38	6,0	4	0,6	135	21,4
50 - 59	38	6,0	1	0,2	21	3,3	0	0,0	60	9,5
60 ve üzeri	14	2,2	3	0,5	2	0,3	0	0,0	19	3,0
Toplam	428	67,7	17	2,7	181	28,6	6	0,9	632	100,0

Chi-Square: 26.556^a

p: 0.033 < 0.05

Katılımcıların yaşları ile arkadaş ortamlarındaki insanların hangi uyruktan olduğuna dair yanıtların karşılaştırıldığı çapraz tablo verileri Tablo 58'de yer almaktadır. Ankette 640 katılımcı bulunmasına rağmen bu iki soruya toplamda 632 kişi

yanıt vermiş ve bu tabloda elde edilen verilerin yüzdelik dilimleri bu rakam üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya genel olarak bakıldığında katılımcıların % 67,7'si (428 kişi) arkadaş ortamlarında daha çok Türklerin bulunduğunu belirtmektedir. Ancak arkadaş ortamlarında hangi uyruktan insanların bulunduğuna dair kuşaklararası karşılaştırma aşağıda yapılmıştır. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10'lu ve 20'li yaş grubunda yer alan katılımcıların % 34,6'sı (219 kişi) arkadaş ortamlarında en çok "Türklerin" bulunduğunu, % 13,6'sı (86 kişi) "hem Türklerin hem de Almanların" bulunduğunu, % 1,2'si (8 kişi) yalnızca "Almanların" bulunduğunu belirtmektedir. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30'lu ve 40'lı yaş grubunda yer alan katılımcıların % 24,8'i (157 kişi) arkadaş ortamlarında daha çok "Türklerin" bulunduğunu, % 11,4'ü (72 kişi) "her iki uyruktan insanların" arkadaş ortamlarında bulunduğunu, % 0,8'i (5 kişi) arkadaş ortamlarında yalnızca "Almanların" bulunduğunu kaydetmektedir. Birinci kuşak olarak adlandırılan 50 yaş üstü grupta yer alan katılımcıların % 8,2'si (52 kişi) arkadaş ortamlarında "Türklerin" bulunduğunu, % 3,6'sı (23 kişi) "hem Almanların hem de Türklerin" bulunduğunu, % 0,7'si (4 kişi) arkadaş ortamlarında "Almanların" bulunduğunu söylemektedir. Üç kuşağın verileri incelendiğinde üçüncü kuşağın (genç neslin) yüzdelik diliminin diğer iki kuşağa oranla daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bu veriler çerçevesinde birinci kuşağın, ikinci kuşağın ve üçüncü kuşağın iletişimsel ortamlarının çoğunlukla Türklerden oluştuğunu, her üç kuşağın da kendilerine arkadaş olarak Almanlara göre Türkleri daha yakın gördükleri çıkarımının yapılabileceği söylenebilir. Bu bağlamda katılımcıların sürekli kendi uyruğundan insanlarla diyalog kurması ve arkadaş ortamlarında da aynı uyruktaki insanlarla vakit geçirmesi katılımcıların paralel toplum yaşam tarzı içerisinde yaşamlarını sürdürdüklerinin söylenebileceğini mümkün kılmaktadır. Bu durum her ne kadar Türk vatandaşların birbirleriyle olan bağlarını kuvvetlendirse de Almanya toplumuna entegrasyon açısından olumsuz bir durum olarak değerlendirilebilir.

Katılımcıların yaş olgusuna bağlı olarak arkadaş ortamlarında hangi uyruktan insanları bulundurup bulundurmadıkları durumu X^2 testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; katılımcıların arkadaş ortamlarındaki kişilerin Türk ya da Alman olması yaş olgusu ile anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır (Chi-Square: 26.556^a, $p(0.033) < 0.05$). Diğer bir ifadeyle; katılımcıların arkadaş ortamlarında daha çok Türk ya da Alman vatandaşlarının bulunması ile yaş olgusu arasından anlamlı bir ilişki vardır.

Katılımcıların Türk ya da Alman vatandaşlarını arkadaş olarak seçme durumları yaş olgusundan bağımsız değildir.

Tablo 59. Katılımcıların Yaş & Almanya'daki Türkçe Televizyon Kanallarını Ne Sıklıkla Takip Ettiklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Almanya'daki Türkçe Tv Kanallarını Ne Sıklıkla Takip Ediyorsunuz?								Toplam	
	Her Gün		Sıklıkla		Nadiren		Hiç			
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
15 – 19	28	4,4	19	3,0	17	2,7	4	0,6	68	10,8
20 – 29	74	11,7	74	11,7	77	12,2	22	3,5	247	39,2
30 – 39	48	7,6	25	4,0	24	3,8	6	1,0	103	16,3
40 – 49	79	12,5	27	4,3	22	3,5	5	0,8	133	21,1
50 – 59	49	7,8	4	0,6	7	1,1	0	0,0	60	9,5
60 ve üzeri	11	1,7	3	0,5	4	0,6	1	0,2	19	3,0
Toplam	289	45,9	152	24,1	151	24,0	38	6,0	630	100,0

Chi-Square: 69.952^a

p: 0.000 < 0.05

Katılımcıların yaşları ile Almanya'ya Türkçe yayın yapan televizyon kanallarının katılımcılar tarafından ne sıklıkla takip edildiğine dair yanıtların karşılaştırıldığı çapraz tablo verileri Tablo 59'da yer almaktadır. Ankette 640 katılımcı olmasına rağmen frekansın 630 olması bu iki soruya 630 katılımcının cevap vermiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede Tablo 59 için elde edilen verilerin yüzdelik dilimleri 630 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya genel olarak bakıldığında katılımcıların % 49,5'i (289 kişi) Almanya'ya Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını her gün takip ettiklerini belirtmektedir. Ancak Almanya'ya Türkçe yayın yapan televizyon kanallarının kuşaklar arasında ne sıklıkla takip edildiğine dair karşılaştırma aşağıda yapılmıştır. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10'lu ve 20'li yaş grubunun yer aldığı katılımcıların % 16,1'i (102 kişi) Türkçe televizyon kanallarını "her gün" takip ettiğini, % 14,9'u (94 kişi) "nadiren" takip ettiğini ve % 14,7'si (93 kişi) "sıklıkla" takip ettiğini belirtmektedir. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30'lu ve 40'lı yaş gruplarında yer alan katılımcıların % 20,1'i (127 kişi) televizyon kanallarını "her gün" takip ettiğini, % 8,3'ü (52 kişi) "sıklıkla" takip ettiğini, % 7,3'ü (46 kişi) "nadiren" takip ettiğini kaydetmektedir. Birinci kuşak olarak adlandırılan 50

yaş ve üstü grupta yer alan katılımcıların % 9,5'i (60 kişi) televizyon kanallarını “her gün” takip ettiğini, % 1,7'si (11 kişi) “nadiren” takip ettiğini ve % 1,1'i (7 kişi) “sıklıkla” takip ettiğini söylemektedir. Bu veriler çerçevesinde birinci, ikinci ve üçüncü kuşağın “her gün” veya “sıklıkla” Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını takip ettiği söylenebilir. Ancak Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını “her gün” izliyorum sütunundaki yüzdelik dilimin ikinci kuşakta (% 20,1 – 127 kişi), üçüncü kuşağa (% 16,1 – 102 kişi) göre daha fazla olması dikkat çekmektedir. Bu durum Tablo 43 dikkate alındığında (Tablo 43'te katılımcılar Almanya ile uyumlarına en çok televizyonun katkı sağladığını düşündüklerini belirtmektedir) olumlu bir durum olarak değerlendirilebilirken Tablo 42 dikkate alındığında (Tablo 42'de katılımcılar kültürlerarası uyum ve diyalogun “basın ve medya” tarafından engellendiğini düşündüklerini belirtmektedir) olumsuz bir durum olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Katılımcıların televizyon izleme sıklığı ile yaş olgusu arasındaki ilişkinin anlamlılık durumu X^2 testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler çerçevesinde; katılımcıların televizyonu takip etme sıklığı ve yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Chi-Square: 69.952^a, p (0.000) < 0.05). Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını takip etme sıklığı yaş olgusundan bağımsız değildir.

Tablo 60. Katılımcıların Yaş & Almanya'daki Türkçe Gazeteleri Ne Sıklıkla Okuduklarına İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Türkçe Gazeteleri Ne Sıklıkla Okuyorsunuz?										Toplam	
	Her Gün		Sıklıkla		Bazen		Nadiren		Hiç			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
15 – 19	2	0,3	16	2,6	15	2,4	12	1,9	21	3,3	66	10,5
20 – 29	41	6,5	49	7,8	49	7,8	60	9,6	48	7,7	247	39,4
30 – 39	14	2,2	23	3,7	34	5,4	16	2,6	16	2,6	103	16,4
40 – 49	23	3,7	27	4,3	37	5,9	27	4,3	18	2,9	132	21,1
50 – 59	9	1,4	16	2,6	16	2,6	12	1,9	7	1,1	60	9,6
60 üzeri	2	0,3	6	1,0	4	0,6	5	0,8	2	0,3	19	3,0
Toplam	91	14,5	137	21,9	155	24,7	132	21,1	112	17,9	627	100,0

Chi-Square: 30.450^a

p: 0.063 > 0.05

Katılımcıların yaşları ile Almanya’da Türkçe basılan gazeteleri ne sıklıkla okuduklarına ilişkin verilerin karşılaştırmalı analizi Tablo 60’da yer almaktadır. Katılımcı sayısının 640 olmasına rağmen frekansın 627 olması bu tablodaki her iki soruya 627 katılımcının yanıt vermiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede Tablo 60 için elde edilen verilerin yüzdelerle dilimleri 627 rakamı üzerinden hesaplanmıştır. Tabloya genel olarak bakıldığında Türkçe basılan gazeteleri katılımcıların % 24,7’si (155 kişi) “bazen” okuduğunu dile getirmektedir. Katılımcıların Türkçe basılan gazeteleri ne sıklıkla okuduğuna dair kuşaklar arası karşılaştırma aşağıda yapılmıştır. Tabloya göre; üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10’lu ve 20’li yaş grubunda yer alan katılımcılardan % 11,5’i (72 kişi) Türkçe basılan gazeteleri “nadiren” okuduğunu, % 11,0’ı (69 kişi) “hiç” okumadığını, % 10,4’ü (65 kişi) Türkçe basılan gazeteleri “sıklıkla” okuduğunu, % 10,2’si (64 kişi) “bazen” okuduğunu ve % 6,8’i (43 kişi) “her gün” okuduğunu belirtmektedir. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30’lu ve 40’lü yaş grubunda yer alan katılımcılardan % 11,3’ü (71 kişi) Türkçe basılan gazeteleri “bazen” okuduğunu, % 8,0’ı (50 kişi) “sıklıkla” okuduğunu, %6,9’u (43 kişi) “nadiren” okuduğunu, % 5,9’u (37 kişi) “her gün” okuduğunu ve % 5,5’i (34 kişi) “hiç” Türkçe gazete okumadığını kaydetmektedir. Birinci kuşak olarak adlandırılan 50 yaş ve üstü katılımcıların % 3,6’sı (22 kişi) Türkçe gazeteleri “her gün” okuduğunu, 3,2’si (20 kişi) “bazen” okuduğunu, % 2,7’si (17 kişi) “nadiren” okuduğunu, % 1,7’si (11 kişi) “her gün” okuduğunu, % 1’4’ü (9 kişi) “hiç” gazete okumadığını ifade etmektedir. Bu veriler kapsamında birinci ve ikinci kuşağı temsil eden katılımcılarda “sıklıkla” ve “bazen” sütunlarındaki yüzdeler diğerlerine göre daha yüksekken üçüncü kuşağı temsil eden katılımcılarda “nadiren” ve “hiç” sütunlarındaki yüzdeler diğerlerine göre daha yüksektir. Bu durumda yeni neslin ikinci ve üçüncü kuşağa oranla basılı medyayı daha az okuduğu söylenebilir. Ayrıca elde edilen veriler Tablo 59’daki verilerle karşılaştırıldığında katılımcılarda televizyon izleme oranının gazete okuma oranından daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların gazete okuma alışkanlığı ile yaş olgusu arasındaki ilişkinin anlamlılığı X^2 testi kullanılarak analiz edilmiştir. Buna göre; katılımcıların gazete okuma sıklığı ile yaş olgusu arasında gözlemlenen farkın anlamlı olmadığı görülmektedir (Chi-Square: 30.450^a, p(0.063) > 0.05). Bu durumda Türkçe gazeteleri okuma sıklığının yaş olgusu ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığı ve gazete okuma sıklığının yaş olgusundan bağımsız olduğu söylenebilir.

Tablo 61. Katılımcıların Yaş & Almanya'ya Yayın Yapan Türkçe Radyoları Ne Sıklıkla Dinlediklerine İlişkin Verilerin Karşılaştırmalı Analizi

Yaş	Almanya'ya Türkçe Yayın Yapan Radyoları Ne Sıklıkla Dinliyorsunuz?								Toplam	
	Her Gün		Sıklıkla		Nadiren		Hiç			
	F	%	F	%	f	%	f	%	f	%
15 – 19	9	1,4	10	1,6	31	4,9	18	2,9	68	10,8
20 – 29	36	5,7	53	8,4	108	17,2	50	7,9	247	39,3
30 – 39	14	2,2	19	3,0	41	6,5	29	4,6	103	16,4
40 – 49	19	3,0	23	3,7	46	7,3	44	7,0	132	21,0
50 – 59	4	0,6	7	1,1	15	2,4	34	5,4	60	9,5
60 ve üzeri	3	0,5	1	0,2	8	1,3	7	1,1	19	3,0
Toplam	85	13,5	113	18,0	249	39,6	182	28,9	629	100,0

Chi-Square: 37.132^a

p: 0.001 < 0.05

Katılımcıların yaşları ve Türkçe radyoları ne sıklıkla dinlediklerine ilişkin verilerin karşılaştırmalı çapraz tablo analizi Tablo 61'de yer almaktadır. Katılımcı sayısı 640 olmasına rağmen bu tabloda frekansın 629 olması her iki soruya da toplamda 629 kişinin cevap vermesinden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Tablo 61'de yer alan verilerin yüzdesel oranları 629 rakamı esas alınarak hesaplanmıştır. [Tabloya genel açıdan bakıldığında katılımcıların % 39,6'sı \(249 kişi\) Türkçe yayın yapan radyoları "nadiren" dinlediklerini dile getirmektedir.](#) Katılımcıların Türkçe yayın yapan radyoları ne sıklıkla dinlediğine dair kuşaklar arası karşılaştırması aşağıda yapılmıştır. Üçüncü kuşak olarak adlandırılan 10'lu ve 20'li yaş grubunda yer alan katılımcıların % 22,1'i (139 kişi) Türkçe yayın yapan radyoları "nadiren" dinlediğini, % 10,8'i (68 kişi) "hiç" dinlemediğini, % 10,0'ı (63 kişi) "sıklıkla" dinlediğini, % 7,1'i (45 kişi) "her gün" dinlediğini ifade etmektedir. İkinci kuşak olarak adlandırılan 30'lu ve 40'lı yaş grubunun yer aldığı katılımcıların % 13,8'i (87 kişi) Türkçe yayın yapan radyoları "nadiren" dinlediğini, % 11,6'sı (73 kişi) "hiç" dinlemediğini, % 6,7'si (42 kişi) "sıklıkla" dinlediğini ve % 5,2'si (33 kişi) "her gün" radyo dinlediğini belirtmektedir. Birinci kuşak olarak adlandırılan 50 ve üstü yaş grubundaki katılımcıların cevaplarına bakıldığında, katılımcıların % 6,5'inin (41 kişi) "hiç" Türkçe yayın yapan radyo dinlemediği, % 3,7'sinin (23 kişi) "nadiren" dinlediği, % 1,3'ünün (8 kişi) "sıklıkla" dinlediği ve % 1,1'inin (7 kişi) "her gün" radyo dinlediği görülmektedir. Bu veriler ışığında birinci, ikinci ve üçüncü kuşağı temsil eden katılımcıların verdikleri cevapların

oranlarına bakıldığında kendi içinde her kuşağın Türkçe yayın yapan radyoları “nadiren” dinlediği ya da “hiç” dinlemediği görülmektedir. Tablo 61’deki veriler Tablo 60 ve Tablo 59’daki verilerle karşılaştırıldığında her kuşaktan katılımcının radyo dinleme oranının televizyon izleme ve gazete okuma oranına göre daha düşük olduğu saptanmaktadır.

Katılımcıların Türkçe yayın yapan radyoları dinleme sıklığı ve yaş olgusu arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyi X^2 testi aracılığıyla analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına dayanılarak, katılımcıların radyo dinleme sıklığı ve yaş olgusu arasındaki farkın anlamlı olduğu ifade edilebilir (Chi-Square: 37.132^a, p (0.001) < 0.05). Başka bir ifadeyle katılımcıların radyo dinleme sıklığının yaş olgusu ile anlamlı bir ilişkisi vardır, radyo takip etme sıklığı yaş olgusundan bağımsız değildir.

3.2.7. Bulgular

3.2.7.1. Yazılı Basına İlişkin Bulgular

Türkiye’de olduğu gibi Almanya’da da farklı siyasi görüşlere sahip pek çok Türk vatandaşı yaşamaktadır. Tez planlama aşamasında bu durum göz önünde bulundurularak Almanya’da Türklere yönelik yayın yapan pek çok Türkçe yazılı basın araçlarından yalnızca iki tanesi örneklem olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede farklı uç görüşleri temsil ettiği gerekçesiyle Zaman Avrupa Gazetesi ve Hürriyet Avrupa Gazetesi’nin seçilmesi uygun görülmüştür. Çalışmanın amacına uygunluk açısından yazılı basın örneklemi (Zaman Avrupa – Hürriyet Avrupa) Baden-Württemberg Eyaleti için basılan ve Hauptbahnhof’taki (Ana Metro İstasyonu’ndaki) Kiosk’larda (büfelere) satışa sunulan yerlerden temin edilmiştir. Çalışmanın yakın ve güncel bir tarihi kapsamı amaçlandığından çalışmada 02 Haziran 2014 Pazartesi ile 17 Haziran 2014 Salı tarihleri arasında basılmış gazeteler incelenmiştir. Gazeteler ele alınırken Magazin, Avrupa Gündemi, Dünya Gündemi, Türkiye Gündemi, Ekonomi, Spor, Sağlık, Kültür-Sanat sayfalarında haber niteliği taşıyan yayınlar incelenmiş, bunun dışında köşe yazarlarının yazılarına, seri ilanlara, gazete reklamlarına kodlama cetvelinde yer verilmemiştir. Haberlerin entegrasyonla ilişkisi tespit edilirken; Türk kaynaklı olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri, Alman kaynaklı olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri ve hem Türk hem de Alman işbirliğiyle yapılan olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri dikkate alınmıştır.

Tablo 62. Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa Gazetelerindeki “Toplam Haber Sayısı” ile “Entegrasyona İlişkin Haber Sayısı”

	Hürriyet Avrupa Gazetesi			Zaman Avrupa Gazetesi		
	Gazetede Haber Sayısı	Gazetede Entegrasyona İlişkin		Gazetede Haber Sayısı	Gazetede Entegrasyona İlişkin	
		Olumlu Haber	Olumsuz Haber		Olumlu Haber	Olumsuz Haber
2 Haz.	57	2	0	59	1	3
3 Haz.	49	4	3	71	3	1
4 Haz.	55	6	1	66	4	0
5 Haz.	58	5	0	74	6	0
6 Haz.	73	8	0	73	4	1
7/8/9 Haz.	50	5	2	52	5	1
10 Hz.	51	1	1	67	4	0
11 Hz.	58	6	3	57	6	2
12 Hz.	54	2	4	68	3	2
13 Hz.	55	3	1	66	2	0
14/15 Haz.	57	1	3	58	3	2
16 Hz.	61	2	3	63	2	1
17 Hz.	58	1	2	62	3	0
Toplam	736	46	23	836	46	13

Tablo 62’de 02.06.2014 – 17.06.2014 tarihleri arasında Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa gazetelerinde yayımlanan haberlerin toplam haber sayısı ile entegrasyona ilişkin olumlu ve olumsuz haber sayıları verilmektedir.

02 Haziran Pazartesi tarihli Hürriyet Avrupa Gazetesi’nde toplam 57 haber tespit edilmiş ve elli yedi haberden 2 haber Almanya’daki göçmenlerin entegrasyonuna ilişkin olumlu haber kategorisinde yer almış, gazetede bu tarihte entegrasyona ilişkin olumsuz habere rastlanılmamıştır. 02 Haziran Pazartesi tarihli Zaman Avrupa Gazetesi’nde ise toplam 59 haber tespit edilmiş, Almanya’daki göçmenlerin entegrasyonuna ilişkin 1 olumlu ve 3 olumsuz haber saptanmıştır.

03 Haziran Salı tarihli Hürriyet Avrupa gazetesinde toplam 49 haber tespit edilmiş bunlardan 4'ü Almanya'daki göçmenlere dair olumlu entegrasyon haberi kategorisinde 3'ü ise Almanya'daki göçmenlere dair olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde yer almıştır. Diğer yandan aynı tarihli Zaman Avrupa Gazetesi'nde toplam 71 haber yayımlanmış bunlardan 3 tanesi olumlu entegrasyon haberi, 1 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde değerlendirilmiştir.

04 Haziran Çarşamba tarihinde yayımlanan Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplamda 55 haber tespit edilmiş, bu haberlerden 6 tanesi olumlu entegrasyon haberi, 1 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi olarak saptanmıştır. Bu tarihte yayımlanan Zaman Avrupa Gazetesi'nde ise toplam 66 haber yer almış, bunlardan 4 tanesi entegrasyon bağlamında olumlu haber olup olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

05 Haziran Perşembe günü yayımlanan Hürriyet Avrupa Gazetesi, toplamda 58 habere sayfalarında yer verirken bunlardan 5 tanesi entegrasyon bağlamında olumlu olup, olumsuz entegrasyon haberine bu tarihte rastlanılmamıştır. Zaman Avrupa Gazetesi ise 05 Haziran tarihinde toplamda 74 haber yayımlarken bu 74 haberin 6 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak saptanmış, olumsuz entegrasyon haberine ise rastlanılmamıştır.

06 Haziran Cuma tarihli Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplam 73 haber görülmektedir. Bu haberlerden 8 tanesi olumlu entegrasyon haberidir ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır. Aynı tarihte yayımlanan Zaman Avrupa Gazetesi ise toplam 73 habere yer verirken bunlardan 4 tanesi entegrasyon bağlamında olumlu 1 tanesi ise entegrasyon bağlamında olumsuz haber olarak tespit edilmiştir.

Hafta sonu için tek sayı yayımlayan gazetelerden Hürriyet Avrupa 09 Haziran Pazartesi tarihinin Almanya'da Pfingsten tatili olması sebebiyle (cumartesi, pazar ve pazartesi) tatil günlerini birleştirerek 7-8-9 Haziran tarihli tek bir sayı yayımlamıştır. Bu tarihli gazetede Hürriyet Avrupa'nın toplam 50 habere yer verdiği görülmektedir. Elli haberden 5 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak saptanırken 2 tanesi de olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde tespit edilmiştir. Zaman Avrupa Gazetesi bu tarihte toplam 52 haber yayımlarken bunlardan 5 haber olumlu entegrasyon haberi, 1 haber ise olumsuz entegrasyon haberi olarak yayımlanmıştır.

10 Haziran Salı Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplam 51 habere yer verilmiştir. Olumlu entegrasyon haberi kategorisinde 1 ve olumsuz entegrasyon haberi

kategorisinde de 1 haber tespit edilmiştir. Zaman Avrupa Gazetesi bu tarihte toplam 67 habere sayfalarında yer vermiştir. Bunlardan 4 haber olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer almış, olumsuz entegrasyon haberine ise rastlanılmamıştır.

11 Haziran Çarşamba tarihli Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplam 58 haber yer almıştır. Bu haberlerden 6 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak yayımlanırken 3 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi olarak yayımlanmıştır. Aynı tarihli Zaman Avrupa Gazetesi'nde ise toplam 57 haber yer almıştır. Elli yedi haberden 6 haber olumlu entegrasyon haberi kapsamında değerlendirilmiş 2 haber ise olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde yer almıştır.

12 Haziran Perşembe tarihinde Hürriyet Avrupa Gazetesi, okuyucularının karşısına toplam 54 haber ile çıkmıştır. Bu haberlerden 2 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilirken 4 haberin de olumsuz entegrasyon haberi kategorisine girdiği saptanmıştır. Zaman Avrupa Gazetesi 12 Haziran tarihli gazetesinde toplam 68 habere yer vermiştir. Bu haberlerden 3 tanesi olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer alırken, 2 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi olarak okuyucuların karşısına çıkmıştır.

13 Haziran Cuma tarihli Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplam 55 haber tespit edilmiştir. Elli beş haberin 3 tanesi olumlu entegrasyon haberi, 1 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi olarak saptanmıştır. Aynı tarihli Zaman Avrupa Gazetesi'nde ise toplam 66 haber yer almış bunlardan 6 tanesi entegrasyon bağlamında olumlu haber olarak değerlendirilmiş olumsuz entegrasyon haberine ise bu tarihte rastlanılmamıştır.

14 – 15 Haziran Hürriyet Avrupa hafta sonu gazetesinde toplam 57 haber görülmüş ve bu haberlerden 1 tanesinin olumlu entegrasyon haberi kategorisine 3 tanesinin ise olumsuz entegrasyon haberi kategorisine girdiği tespit edilmiştir. Zaman Avrupa hafta sonu gazetesinde ise toplam 58 haber yer almış bunlardan 3 haber olumlu entegrasyon haberi 2 haber ise olumsuz entegrasyon haberi olarak saptanmıştır.

16 Haziran Pazartesi tarihli Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplam 61 haber kaydedilirken bu haberlerden 2 tanesi olumlu entegrasyon haberi, 3 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi olarak tespit edilmiştir. Zaman Avrupa, hafta başı gazetesinde toplam 63 habere yer verirken bunlardan 2 tanesi olumlu entegrasyon haberi, 1 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi şeklinde kaydedilmiştir.

17 Haziran Salı tarihli Hürriyet Avrupa Gazetesi toplam 58 haber yayımlanırken bu haberlerden 1 tanesi olumlu entegrasyon haberi kategorisinde değerlendirilmiş 2

tanisi ise olumsuz entegrasyon haberi olarak kodlama cetvelinde yer almıştır. 17 Haziran tarihli Zaman Avrupa Gazetesi'nde ise toplam 62 haber tespit edilmiş bunlardan 3 tanesi olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer alırken olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde entegrasyona ilişkin olumsuz bir habere rastlanılmamıştır.

02 Haziran – 17 Haziran tarihleri arasında incelenen on altı günlük periyod çerçevesinde Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde toplam 736 haber yayımlanmıştır. 736 haberden 46 haber olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer almış ve 23 haber ise olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde tespit edilmiştir. Diğer yandan Zaman Avrupa Gazetesi'nde ise on altı günlük periyod çerçevesinde toplam 836 haber saptanmış ve bu haberlerden 46 tanesi olumlu entegrasyon haberi kategorisinde, 13 tanesi ise olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde tespit edilmiştir.

Ele alınan çalışmada gazeteler incelenirken nesnellğin korunması amaçlandığından yalnızca haber niteliği taşıyan yazılar ele alınmış ve bu çerçevede kodlama cetvelinde yalnızca haber sayılarına yer verilmiştir. Bunun dışında gazetenin bütünü ele alınarak haber dışındaki unsurlar da incelendiğinde Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde haftanın iki günü (Çarşamba-Cuma) "Hürdanış" adlı köşede Almanya'daki Türklere hitap edilerek Almanya'nın hukuksal yapısı ele alınmakta ve Türkler sosyal güvenlik hakları konusunda haberdar edilmektedir. Ayrıca gazete yönetimi "Adım Adım Sıla Yolu" başlığıyla açtığı sayfada gurbetçilerin memleketlerine giderken karşılaştığı sorunlara yer vermekte Almanya'dan Türkiye'ye otomobil ile seyahat ederken yol güzergâhında bulunan ve geçilmesi zorunlu olan ülkelerin sınır kapılarında karşılaşılabilecek sorunlardan, söz konusu ülkelerde yürürlüğe yeni konan oto yol ve sınır kapısı uygulamalarından ve gurbetçilerin sınır kapılarında beklerken çeşitli ihtiyaçlarını gidermeye yönelik olarak kullanılabilecek sınır ülkelerine ait kelimeler ile kelimelerin Türkçelerini yayımlamaktadır. Gazete yönetimi Almanya'da ırkçı saldırılarıyla tanınan Neo-Nazi grubuna yönelik olarak da bir kampanya başlatmış kampanya çerçevesinde bazı tarihlerdeki yayımlarında gazete başlıklarını Almanca atmış ve gazete Almanya'daki Türklerin yaşam haklarının göz ardı edilmemesi gerektiğini belirtmiştir. Bunun dışında Avrupa baskısındaki haberlerin yarısından fazlası Türkiye haberlerini kapsamaktadır. Hürriyet Avrupa baskısında, gazetede pek çok haber köşe yazılarıyla birlikte Türkiye'den alınmakta ve Türkiye merkezli bir yayın politikası yürütülmektedir.

Diğer yandan Zaman Avrupa Gazetesi'nin bütünü ele alınarak haber dışındaki unsurlar da incelendiğinde gazetede belirli günler yayımlanan “Avukatınız Diyor Ki” adlı köşede Almanyalı Türkler Almanya'nın sosyal güvenlik yasaları konusunda aydınlatılmaktadır. Ayrıca incelenen tarihler içerisinde “Eğitim Dosyası” adı altında Almanya'daki Türklerin meslek eğitimleri konu edinilmektedir. Yayımlanan Zaman Avrupa Hafta Sonu Bölge Eki'nde de Almanya'daki Türklere yönelik çeşitli entegrasyon haberlerine rastlanılmıştır. Bunun dışında Hürriyet Avrupa Gazetesi'nde olduğu gibi Zaman Avrupa Gazetesi'nde de Türkiye merkezli bir yayın politikası yürütülmekte ve gazetede ki haberlerin yarısından fazlası Türkiye'den alınmaktadır.

640 katılımcıya yapılan ankette katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda yazılı basına ilişkin sorularda; katılımcıların yazılı basını “bazen” okuduğu (Tablo 48) ve katılımcıların yazılı basını genellikle Türkiye ile ilgili gelişmelerden haberdar olmak amacıyla okudukları (Tablo 50), üçüncü kuşak olarak adlandırılan genç neslin birinci ve ikinci kuşağa göre daha az yazılı basın okumayı tercih ettiği (Tablo 60) sonuçlarına ulaşılmıştır. Örneklem olarak seçilen iki gazetede yer alan haberlerin yarısından fazlasının Türkiye haberlerini içermesi okuyucu talebi olarak değerlendirilebilir. Bunun dışında gazetelerde yer alan entegrasyon haberleri içerisinde on altı günlük periyod çerçevesinde “olumsuz” haber sayılarının (Tablo 62: Hürriyet Avrupa: 23 / Zaman Avrupa: 13) “olumlu” haber sayılarına (Tablo 62: Hürriyet Avrupa: 46 / Zaman Avrupa: 46) oranla daha az olması Türk ve Alman toplumunun birbirine entegre olabilmesi açısından olumlu bir olgu olarak değerlendirilebilir. Ancak on altı günlük periyod çerçevesinde her iki gazetede yer alan toplam haber sayısı (Tablo 62: Hürriyet Avrupa: 736 / Zaman Avrupa: 836) göz önüne alındığında entegrasyona ilişkin “olumlu” haber sayılarının az olması dikkat çekmektedir. Bunun dışında örneklem olarak seçilen gazetelerin kendi inisiyatifi dâhilinde Almanya'da yaşayan göçmen Türkleri Almanya'daki eğitim, hukuk, sosyal güvenlik gibi yasal içerikli konularda bilgilendirmesi “yazılı basının Almanya'da yaşayan Türkleri vatandaşlık hakları açısından olumlu yönlendirdiği” çıkarımının yapılabilmesini mümkün kıldığı söylenebilir. Fakat Almanya'da yaşayan Türklerin farklı sorunları olduğu da göz önünde bulundurularak bu sorunların çözümüne yönelik bilgilendirmelerin yapılabileceği ve Türk toplumunun Alman toplumuyla kaynaşmasını sağlayacak, Almanca dil düzeyini geliştirecek yazılara da yazılı basında yer verilebileceği söylenebilir. Ayrıca yazılı basında yer alan entegrasyon haberlerinin azlığının

Almanya'da Türklerin entegrasyonuna ilişkin çalışmaların, etkinliklerin, faaliyetlerin, organizasyonların da azlığına işaret ettiği belirtilebilir.

Aşağıda Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa Gazetelerinde yayımlanan ve Almanya'daki göçmenleri ilgilendiren olumlu ve olumsuz entegrasyon haberlerine dair sayfa görselleri yer almaktadır.

Görsel 1: 03.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli



Görsel 2: 04.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli



Görsel 3: 04.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli



Görsel 4: 02.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli



Görsel 5: 05.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli

Almanya'daki televizyonlarda yayınlanan bazı dizi ve sinema filmlerinde yıllar önce Türkiye'den gelen ailelerin çocukları Almanca seslendirme yapıyor. Berlinde yaşayan Esra Vural ve Ozan Ünal 10 yılı aşkın süredir dizi ve filmlerde farklı karakterlere dublaj yapıyor.

ALMAN TV'SİNDE TÜRK SESLERİ

ÖĞLEN VAMPIR AKŞAM ÇAPKIN GECE SÜPER KAHRAMAN

ALMAN televizyonlarında yayınlanan bazı dizi ve sinema filmlerinde Türkler de seslendirme yapıyor. 23 yaşındaki Ozan Ünal, Alman televizyonlarında 1990 yılından bu yana dublaj yapmaya ve aktör arkadaşlarıyla seslendirme yarışmalarına katıldığı belirtildi.

10 yaşından bu yana seslendirme yapan Ünal, anne ve babasının katıldığı da Avrupa'da seslendirme yarışmaları için evlerinde çok iyi seviyede Almanca konuşulduğuna ve bu yüzden Almanca'ya çok iyi öğrendiğini söyledi. Üniversitede medya ve iletişim alanında eğitim aldığı Ünal, 1993 yılında bir çizgi filmde yaptığı seslendirme için büyük işi olduğunu kaydetti.

SESİMİZ GÜCÜMÜZ

Almanya'da seslendirme yapan çok az yabancı kökenli olduğunu dile getiren Ünal, "Benim için Türkçe'nin daha bu sektörde olduğunu biliyorum. Çok az Fransızca ve İspanyolca var, gerisi Almanca. Mesajların için sesime önemli. Sesimde farklı gücüm var. Örneğin sesime yapmadığını yapılabiliyorum. Sadece bir çizgi filmde çapkin bir adam ve ardından bir süper kahraman oluyorum. İkişer de aynı günde ifadelerini kullanırsam, bunun harika bir deneyim olduğunu söyleyebilirim."

Berlin'de yaşayan Esra Vural, 10 yaşından bu yana sinema filmleri ve dizilerde seslendirme yapıyor. Vural, Almanya'da tanınan ve önemli projelerde seslendirme yapan Julia Kaufmann'ın sınıf arkadaşlığı olduğunu ve onun sayesinde dublaj yapmaya başladığını dile getirdi.

Berlin'de Hürriyet'te çalışırken İspanyolca seslendirmeyle de peşini bırakmadı. "Sizce arkadaşlarımla birleştiren benim Türkçemdir ve o zaman çok eğlenceli oluyor. Benim gibi dublaj yaptığını ama konuşamayan roller de oluyor" dedi.

Türk otomobilinin dolaylı bir zaman olarak yapıldığını vurgulayan Vural, "Özellikle uzun zamanlar bu mesleği yaptığım için çok saygıya değer. O yüzden bu mesleği yapmaktan mutluluk duyuyorum. Çabamla çalışarak arkadaşlarımla buluşup güzel vakit geçirmeye çalışıyorum. Çabamla çalışarak çok güzel ve atmosfer pozitif" dedi. Küçük erkek kardeşi de kendisinin de seslendirme yarışmalarına katıldığı ve seslendirme yarışmalarında dublaj yapmaya başladığını bildiren Vural, "Erkekler de seslendirme yarışmalarına katılıyor. Benim gibi seslendirme yarışmalarında seslendirme yarışmalarına katılmaya başladım ve seslendirme yarışmalarında seslendirme yarışmalarına katılmaya başladım" ifadelerini kullandı. BERLİN

Görsel 6: 05.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli

Hamburg'da binlerce kişi Nazilere karşı koştu

Hamburg'da binden fazla kişi Alster gölü etrafında koşarak Nazi ve yabancı düşmanlığına karşı tepkisini gösterdi. Alman 2. ligin köklü kulüplerinden FC St. Pauli tarafından bu yıl üçüncüsü gerçekleştirilen Saga Karşı Koşu (Lauf Gegen Rechts) maratonuna bin 500 kişiden fazla kişi katıldı. Kentin ortasında bulunan ve bir turu 7,4 kilometre olan Alster gölünün etrafında gerçekleştirilen kusa maraton oldukça renkli geçti. Alster gölünün Schwanenwik tarafında başlayıp biten koşunun asıl hedefi Nazilerin her yıl haziran başında Almanya'nın herhangi bir yerinde Almanya'nın Gelecek Günü kutlamasına karşı tepki göstermek.

St. Pauli kulübünün üç yıl önce başlattığı ve geçen yıla oranla bu yıl yüzde elli daha fazla katılım kaydedildiği koşudan elde edilen gelir ise asın sağlıca karşı birçok organizasyon düzenleyen Hamburger Bündnis gegen Rechts'e teslim edildi.

Kosuda birinci gelen 29 yaşındaki Christian Teich, yabancı düşmanlığına karşı tepki koymak için koştuğunu dile getirdi. Kisa maratonda 16 yaşındaki öğrenci Lasse Bo Ladewig ikinci oldu. Kosuya Kiel'den katılan ve üçüncü olan Martin Hermes ise Hamburg'a ziyaret için geldiğini ve kosuya ani bir kararlı katıldığını söyledi. Bu etkinliklerin diğer şehirlerde de yapılmasını gerektiğini vurgulayan Hernes, toplumu yabancı düşmanlığına karşı daha fazla tepki göstermeye çağırdı. MEHMET ALI SAYER HAMBURG

FC St. Pauli tarafından bu yıl üçüncüsü gerçekleştirilen Lauf Gegen Rechts maratonunda katılmaya geçen yıla oranla yüzde elli daha fazla katılım kaydedildi.

Görsel 7: 7-8-9.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli

Beş Alman'dan biri YABANCILARI SEVMİYOR

ALMANYA'da yapılan bir araştırmaya, aşırı sağcı düşüncelere sahip kişilerin her kesimde ve her siyasi partide bulunduğunu, her beş Alman'dan birinin de yabancı düşman olduğunu ortaya koydu. Leipzig Üniversitesi'nin 2 bin 432 kişi üzerinde gerçekleştirdiği araştırmaya göre, Almanya'da aşırı sağcı düşüncelere sahip kişilerin oranı geriledi. 2002 yılında yüzde 9,7 olan oran 2014'te 5,6'ya düşse de Müslüman, mülteciler ve Romanlara karşı yüksek seviyelerde.

Araştırmada, her beş kişiden birinin yabancı düşmanı görüşlere sahip olduğu ortaya koyuldu. Yabancı düşmanlığının doğu eyaletlerinde yüzde 22,4, batı eyaletlerinde ise yüzde 17 çıktı. Yabancı ve Yahudi düşmanlığı özellikle 60 yaş üstü kişilerde, emeklilerde ve işsizlerde yüksek.

Erkeklerde yabancı düşmanlığı yüzde 19,6, kadınlarda ise yüzde 16,7 olarak belirlendi.

ÜÇTE BİRİ MÜSLÜMAN İSTEMİYOR

Tüm siyasi partilerin seçmenlerinde aşırı sağcı görüşlerin bulunduğu vurgulanan araştırmada, Sosyal Demokrat Parti ve Hristiyan Birlik partileri seçmenleri arasındaki yabancı düşmanlığı oranının hemen hemen ülke ortalamasına yakın çıktı. Anket katılanların yüzde 36,6'sı Müslümanların ülkeye gelmesinin yasaklanması gerektiğini söylerken Müslümanlardan dolayı kendi ülkelerinde yabancı hissedendilerin oranı da yüzde 43.

Araştırmanın değerlendirilme bölümünde, ırk düşüncesini geçen yıllara göre gerilediği ancak bu gerilemenin Müslümanlar, mülteciler ve Romanlar söz konusu olduğunda görülmediği kaydedildi.

Görsel 8: 04.06.2014 Zaman Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli

Alman firmalar, çeşitliliğe önem veriyor

Almanya'da çalışma piyasasında farklı etnik kökenlerden, dinden, kültürden oluşan insanların sayısını ve firmalardaki tolerans ve hoşgörüyü artırmak için hayata geçirilen "Çeşitlilik Paketi (Charta der Vielfalt e.V.)" inisiyatifi, ikinci yılını yaklaşık 600 etkinlikle kutluyor. "Çeşitlilik Girisimi" sloganıyla yapılan etkinliklerde, demografik değişimle birlikte çalışma piyasasında farklı etnik kökenlerden, dinden ve kültürden gelenlerin bir arada çalışmasının önemi vurgulanıyor. Çeşitlilik Paketi'nin ülke genelinde 300'den fazla işletme imzalamış bulunuyor. Bu yılda etkinliklere katılan Alman Posta Servisi DHL Personal Danışmanı Baskara Angela Titzrath, "Bizim güçlü tarafımız ve rekabet gücümüz çeşitliliğiz de yaratıyor" diyerek DHL'in Bonn merkezinde 50 farklı ülkeden çalışanların bulunduğu ve dünya genelinde 480 bin farklı yaş, kültür, din ve milliyetli çalışanlarının olduğunu ifade etti. Çalışanlardaki çeşitliliğin kendilerini güçlü hale getirdiğini söyleyen Titzrath, bir şirketin ancak çalışanlar arasındaki karşılıklı saygıyla yatırım gücünü artırabileceğini kaydetti. Almanya'nın giderek yaşlanacağını belirten Federal Uyum Bakanı Aydan Özoğuz, "Demografik değişimin iş dünyamızın yarınına hangi somut etkilerde bulunacağını önceden kestirmek çok zor. Ancak bugün anlaşılan o ki, toplumumuz giderek daha renkli, yaşlı, kadın, uluslararası ve kültürel olarak çeşitli hale geliyor." ifadelerini kullandı. BERLİN ZAMAN

Görsel 14: 11.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli**Görsel 15:** 11.06.2014 Hürriyet Avrupa Gazetesi Sayfa Görseli

3.2.7.2. Görsel Basına İlişkin Bulgular

Ele alınan çalışmanın odak noktasını Almanya'da yaşayan Türklerin oluşturması sebebiyle görsel basına ilişkin örneklem seçilirken özellikle Almanya'daki Türklere yayın yapan televizyon kanalları araştırılmıştır. Mevcut ulusal kanalların neredeyse tamamının Türkiye'den yayın yaptığı saptanmış ve Almanya merkezli yayın yapan (Kanal Avrupa ve Yol Tv) iki televizyon kanalı tespit edilmiştir. Tez planlama aşamasında Avrupa merkezli bir yayın istasyonu olması ve Avrupa'daki Türklere yayın yapması sebebiyle iki örneklemden birinin "Kanal Avrupa Televizyonu" diğerinin ise Türkiye'den Almanya'daki Türklere yayın yapan ve tüm kesimler tarafından izlenen "Euro Star" kanalının ele alınması uygun görülmüştür. Çalışmanın yakın ve güncel bir tarihi kapsamı amaçlandığından ve incelenen diğer kitle iletişim araçlarıyla bütünlük içermesi gerektiğinden çalışmada 02 Haziran 2014 Pazartesi ile 17 Haziran 2014 Salı tarihleri arasındaki 24 saatlik yayınlar kayıt altına alınmıştır. Kanal Avrupa ve Euro Star televizyonlarının yayınlarını nesnel bir biçimde inceleyebilmek amacıyla saat aralığında sınırlamaya gidilmiş ve saat: 09.00 ile saat: 24.00 arasındaki yayın içeriklerini kapsayan bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Yayınlar incelenirken reklamlar ele alınmamıştır.

3.2.7.1.1. Görsel Basına İlişkin Bulgularda Program Analizi

Tablo 63. Kanal Avrupa Televizyonu Haftalık Yayın Çizelgesi

Kanal Avrupa Televizyonu (02 - 08.06.2014) Haftalık Yayın Akışı							
Saat	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
7.00	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati
8.00	Avrupa Baskısı	Bakış Açısı	Türk Danış	Fikir Fırtınası	Türk Danış	Yeşil Ada Kırım	Yeşil Ada Kırım
9.00	Avrupa Baskısı	Bakış Açısı	Türk Danış	Fikir Fırtınası	Türk Danış	Diyanet Saati	Avrupa Baskısı
10.00	Belgesel	Göçenler	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Diyanet Saati	Avrupa Baskısı
11.00	Sivas Elleri	Gurbetten Sılaya	Karadeniz Show	Anadolu Diyarı	İnanç Dünyamız	Ay Işığı	Önülden Gönüllere
12.00	Sivas Elleri	Gurbetten Sılaya	Karadeniz Show	Anadolu Diyarı	İnanç Dünyamız	Ay Işığı	Önülden Gönüllere
13.00	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Salih Çelik Show	Fikir Fırtınası
14.00	Bir Türkü Söyle	Futbol Show	Bir Demet Türkü	Bir Türkü Söyle	Ersoy Show	Salih Çelik Show	Fikir Fırtınası
15.00	Bir Türkü Söyle	Futbol Show	Bir Demet Türkü	Bir Türkü Söyle	Ersoy Show	Klip Saati	Adım Adım Avrupa
16.00	Sosyal Güvenlik	Sosyal Güvenlik	Sosyal Güvenlik	Hasret Rüzgârı	Bir Demet Türkü	Avrupa Baskısı	Sivas Elleri
17.00	Sosyal Güvenlik	Sosyal Güvenlik	Sosyal Güvenlik	Hasret Rüzgârı	Bir Demet Türkü	Avrupa Baskısı	Sivas Elleri
18.00	Gurbetten Sılaya	Klip Saati	Klip Saati	Göçenler	Klip Saati	Belgesel	Klip Saati
19.00	Gurbetten Sılaya	Karadeniz Show	Anadolu Diyarı	İnanç Dünyamız	Diyanet Saati	Bakış Açısı	Türk Danış
20.00	Göçenler	Karadeniz Show	Anadolu Diyarı	İnanç Dünyamız	Diyanet Saati	Bakış Açısı	Türk Danış
21.00	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Klip Saati	Adım Adım Avp	Klip Saati
22.00	Futbol Show	Türk Danış	Türk Danış	Ersoy Show	Sosyal Güvenlik	Bakış Açısı	Salih Çelik Show
23.00	Futbol Show	Türk Danış	Türk Danış	Ersoy Show	Sosyal Güvenlik	Bakış Açısı	Salih Çelik Show

Tablo 64. Euro Star Televizyonu Haftalık Yayın Çizelgesi

Euro Star Televizyonu (02 – 08.06.2014) Haftalık Yayın Akışı							
Saat	Pazartesi.	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
9.00	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Küçük Kadınlar	Nedir Ne Değildir
10.00	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Melek (Canlı)	Küçük Kadınlar	Nedir Ne Değildir
11.00	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	İnan Bana	Şehir Mimarisi
11.40	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	İnan Bana-Ne Güzel Evim	Şehir Mimarisi
13.50	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Ne Güzel Evim	Paragraf
14.00	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Mucize Lezzetler	Paragraf
15.40	En Güzel Bölüm (Tekrar)	En Güzel Bölüm (Tekrar)	En Güzel Bölüm (Tekrar)	En Güzel Bölüm (Tekrar)	En Güzel Bölüm (Tekrar)	Klip Star	Lernen Macht Stark
16.10	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	VIP Therapie	Kenan Erçetingöz ile Yüzyüze
17.00	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	Beni Affet (Yeni Bl.)	VIP Therapie	Kenan Erçetingöz ile Yüzyüze
18.00	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Ana Haber	Star Ana Haber	Star Ana Haber
18.50	Euro Haber	Euro Haber	Euro Haber	Euro Haber	Euro Haber	Euro Haber	Euro Haber
19.00	Survivor (Yeni Bl.)	Şabanoğlu Şaban (Yerli Film)	Muhteşem Yüzyıl (Yeni Bl.)	Aramızda Kalsın (Yeni Bl.)	Medcezir (Yeni Bl.)	Survivor	Survivor
21.00	Survivor (Yeni Bl.)	Kurt Seyit & Şura (Yeni Bl.)	Muhteşem Yüzyıl (Yeni Bl.)	Kardeş Payı (Yeni Bl.)	Medcezir (Yeni Bl.)	Survivor	Survivor
22.40	Muhteşem Yüzyıl Gizli Dünya (Yeni Bl.)	Kurt Seyit & Şura (Yeni Bl.)	VIP Therapie (Tekrar)	Kardeş Payı (Yeni Bl.)	Klip Star (Yeni Bl.)	Kim O?	Süperstar Life
23.00	Muhteşem Yüzyıl Gizli Dünya (Yeni Bl.)	Medcezir (Tekrar)	VIP Therapie (Tekrar)	Paragraf (Tekrar)	Klip Star (Yeni Bl.)	Kim O?	Süperstar Life
24.00	Londra Mahallesi (Yeni Bl.)	Medcezir (Tekrar)		Paragraf (Tekrar)		1 Kadın 1 Erkek	Paragraf

Çalışmada her iki televizyonun da 16 günlük yayın içerikleri ele alınmasına rağmen yalnızca haftalık yayın akış çizelgesi verilmiştir. Bunun nedeni, yayın akış

çizelgesindeki programların yayın gün ve saatlerinin sabit olması, belirtilen tarih ve saatlerde programların her hafta yeni bölümlerinin yayınlanmasıdır.

Tablo 65. 02.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

02.06.14 Pazartesi	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Avrupa Baskısı	Haber - Tartışma	Tartışma, Değerlendirme	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
10.00	Belgesel	Belgesel		Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
11.00	Sivas Elleri	Müzik - Eğlence	Yöresel Müzik, Türkü, Sohbet	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
12.00	Sivas Elleri	Müzik - Eğlence	Yöresel Müzik, Türkü, Sohbet	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
13.00	Klip Saati	Müzik - Eğlence	Türkü, Sohbet, Yöresel Oyunlar	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
14.00	Bir Türkü Söyle	Müzik - Eğlence	Türkü, Sohbet, Yöresel Oyunlar	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
15.00	Bir Türkü Söyle	Bilgi İçerikli Prog.	Soru - Cevap, Açıklama	En Güzel Bölüm (Tekrar)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
16.00	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikli Prog.	Soru - Cevap, Açıklama	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
17.00.	Sosyal Güvenlik	Dini Program	Dini Sohbet, İlahi, Ezgi	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
18.00	Gurbetten Sılaya	Dini Program	Dini Sohbet, İlahi, Ezgi	Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi / Almanya ve Avrupa Gündemi
19.00	Gurbetten Sılaya	Müzik - Eğlence	Türkü, Sohbet, Yöresel Oyunlar	Survivor (Yeni Bl.)	Yarışma	İki Takımın Birbiri ile

						Mücadelesi
20.00	Göçenler	Belgesel		Survivor (Yeni Bl.)	Yarışma	İki Takımın Birbiri ile Mücadelesi
21.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Muhteşem Yüzyıl Gizli Dünya (Yeni)	Magazin	Röportaj / Dizi Kesitleri
22.00	Futbol Show	Futbol Prog.	Değerlendirme, Sohbet	Muhteşem Yüzyıl Gizli Dünya (Yeni)	Magazin	Röportaj / Dizi Kesitleri
23.00	Futbol Show	Futbol Prog.	Değerlendirme, Sohbet	Londra Mahallesi (Yeni Bl.)	Gezi / Tanıtıcı Prog.	Röportaj
24.00						

Tablo 65’de görüldüğü üzere Kanal Avrupa Televizyonu’nda saat: 09.00’da Avrupa Baskısı isimli program yayınlanmaktadır. Programda Avrupa’daki Türklerin yaşadığı pek çok sıkıntı ele alınarak mevcut sıkıntılar üzerinde tartışılmaktadır. Saat: 11.00 – 12.00 saatleri arasında Sivas Elleri isimli bir müzik eğlence programı yayınlanmaktadır. Programa genellikle Avrupa’da yaşayan yerel Türk sanatçılar davet edilmektedir. Programda Sivas ağırlıklı olmak üzere Türkiye’nin çeşitli yörelerine ait türküler seslendirilmektedir. Saat: 14.00 – 15.00 arasında Bir Türkü Söyle isimli programa Türkiye’den ve Almanya’dan Türk sanatçılar konuk olarak davet edilmekte ve programda türkü ağırlıklı müziklere yer verilmektedir. Saat: 16.00 – 17.00 arasında yayınlanan Sosyal Güvenlik isimli programda Almanya’nın sosyal güvenlik yasaları ve göçmen vatandaşların yasal hakları ele alınmaktadır. Programa alanında uzman konuklar davet edilerek canlı telefon bağlantısı alınmakta ve Almanya’da yaşayan Türklerin emeklilik sorunlarına çözüm yolları sunulmaktadır. Saat: 18.00 – 19.00 arasında yayınlanan Gurbetten Sılaya isimli program ise dini içerikli bir programdır. İlahilerin, ezgilerin söylendiği programda alanında uzman konuklar ve farklı Avrupa ülkelerinde yaşayan Türkler programa konuk olarak davet edilmektedir. Saat: 21.00’de yayınlanan Klip Saati isimli programda Türkçe müziklere ve türkülere yer verilmektedir. Saat: 22.00 – 23.00 arasında yayınlanan Futbol Show programında ise hem Avrupa futbolunun hem de Türk futbolunun durumu tartışılmaktadır.

Euro Star televizyonunda ise saat:09.00 ile saat:23.00 arasını kapsayan yayın akışı (Euro Haber hariç) Türkiye'ye yayın yapan Star televizyonunun yayın akışı ile aynıdır. Yalnızca saat: 24.00'da yayınlanan Londra Mahallesi isimli program Londra'da çekilerek Euro Star Televizyonu'nda yayınlanmaktadır. Londra Mahallesi isimli programda Londra'nın çeşitli şehirlerinde yaşayan Türklerin sorunları ele alınmakta, Londra'daki Türk girişimcilerle röportajlar yapılmakta ve Londra'nın görsel tanıtımı yapılmaktadır.

Tablo 66. 03.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

03.06.2014 Salı	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Bakış Açısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Söyleşi	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
10.00	Göçenler	Belgesel		Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
11.00	Gurbetten Sılaya	Dini Program	Dini Sohbet, İlahi, Ezgi	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
12.00	Gurbetten Sılaya	Dini Program	Dini Sohbet, İlahi, Ezgi	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
13.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
14.00	Futbol Show	Futbol Prog.	Değerlendirme, Sohbet	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
15.00	Futbol Show	Futbol Prog.	Değerlendirme, Sohbet	En Güzel Bölüm (Tekrar)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
16.00	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikliP.	Soru-Cevap, Açıklama	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
17.00.	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikli Prog.	Soru-Cevap, Açıklama	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
18.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi/Almanya

						ve Avp. Gündemi
19.00	Karadeniz Show	Müzik – Eğlence	Karadeniz Türküleri, Sohbet	Şabanoğlu Şaban (Yerli Film)	Yerli Film	Kurgusal Hikâye
20.00	Karadeniz Show	Müzik – Eğlence	Karadeniz Türküleri, Sohbet	Kurt Seyit & Şura (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
21.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Kurt Seyit & Şura (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
22.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Medcezir (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
23.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Medcezir (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
24.00						

03 Haziran Salı tarihli Kanal Avrupa Televizyonu yayın akışında saat: 09.00'da Bakış Açısı isimli haber - tartışma türünde bir program yer almaktadır. Bakış Açısı isimli programda uzman konuklarla Ortadoğu, Türkiye, Avrupa, Avrupa'daki Türklerin sorunları, Avrupa'daki Türk sivil toplum kuruluşlarının durumu ve görevleri gibi çok boyutlu konular tartışılmaktadır. Saat: 11.00 ile saat: 18.00 arasında yayınlanan programlar Tablo 4 kısmında açıklandığından bu program içeriklerine dair bilgilere tekrar değinilmemiştir. Saat: 19.00 – 21.00 arasında yayınlanan Karadeniz Show programında ağırlıklı olarak Karadenizli sanatçılar konuk edilmekte ve programda Karadeniz müziği, Karadeniz oyunları, Karadeniz gelenek ve görenekleri yer almaktadır. Saat: 22.00 – 24.00 arası yayınlanan Türk Danış isimli programda yaşam, eğitim, hukuk, sosyal kültürel değerler gibi Almanya'daki Türkleri ilgilendiren pek çok konu uzman konuklar eşliğinde tartışılmaktadır.

Euro Star televizyonunda 03 Haziran Salı tarihinde yayın akışında yer verilen programların tamamı (Euro Haber hariç) Türkiye'ye yayın yapan Star televizyonunda yer verilen yayınlardan oluşmaktadır.

Tablo 67. 04.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

04.06.2014 Çarşamba	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
10.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
11.00	Karadeniz Show	Müzik – Eğlence	Karadeniz Türküleri, Sohbet	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
12.00	Karadeniz Show	Müzik – Eğlence	Karadeniz Türküleri, Sohbet	Aşkın Bedeli (Yeni Bölüm)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
13.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
14.00	Bir Demet Türkü	Müzik – Eğlence	Sohbet, Türkü	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
15.00	Bir Demet Türkü	Müzik – Eğlence	Sohbet, Türkü	En Güzel Bölüm (Tekrar) / Klip Star	Magazin / Yarışma	Dizi Bl. Tanıtımı / Klip Gösterimi
16.00	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikli Prog.	Soru - Cevap, Açıklama	Beni Affet (Yeni Bölüm)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
17.00.	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikli Prog.	Soru - Cevap, Açıklama	Beni Affet (Yeni Bölüm)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
18.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi / Almanya ve Avrupa Gündemi
19.00	Anadolu Diyarı	Müzik – Eğlence	Halk Oyunları, Sohbet, Müzik	Muhteşem Yüzyıl (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Tarihsel Bir Dönemin Anlatımı

20.00	Anadolu Diyarı	Müzik – Eğlence	Halk Oyunları, Sohbet, Müzik	Muhteşem Yüzyıl (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Tarihsel Bir Dönemin Anlatımı
21.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	VIP Therapie (Tekrar)	Sağlık Prog.	Röportaj
22.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	VIP Therapie (Tekrar)	Sağlık Prog.	Röportaj
23.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	1 Kadın 1 Erkek	Eğlence - Komedi	Kurgusal Hikâye
24.00						

04 Haziran Çarşamba tarihli Kanal Avrupa televizyonu yayın akışında saat: 14.00 – 16.00 arasında yayınlanan Bir Demet Türkü programında Türk müziğine ilişkin konular ele alınırken programda her yöreden türküler seslendirilmektedir. Saat: 19.00 – 21.00 arasında yayınlanan Anadolu Diyarı isimli programda ise Türkiye’deki farklı illerin belediye başkanları programa konuk edilmekte ve Türkiye’deki farklı şehirler Avrupalı Türklere tanıtılmaktadır. Programda ayrıca müzik ve şiir de yer almaktadır.

Euro Star televizyonunda saat: 15.00’da yayınlanan Klip Star isimli programda Almanya ve Avrupa’da yaşayan Türk gençlerinin söylediği Türkçe - yabancı müzikler ve müziklere çekilen klipler yarışmaktadır. Yarışmayı izleyen Avrupalı Türkler yarışmaya SMS yoluyla katılmakta ve beğendikleri müziklere ve kliplere kod numarası yoluyla kısa mesaj göndermektedir. Saat: 22.00 – 24.00 arası yayınlanan VIP Therapie adlı programda Avrupa’da yaşayan ve sağlık problemleri olan Avrupalı Türkler öncelikle programda tanıtılmaktadır. Hastalar daha sonra Türkiye’ye getirilmekte ve Türkiye’deki hastanelerde hastaların tedavileri gerçekleştirilmektedir.

Tablo 68. 05.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

05.06.2014 Perşembe	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Fikir Fırtınası	Tartışma	Tartışma, Söyleşi, Değerlendirme	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
10.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
11.00	Anadolu Diyarı	Müzik – Eğlence	Halk Oyunları, sohbet, müzik	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
12.00	Anadolu Diyarı	Müzik – Eğlence	Halk Oyunları, sohbet, müzik	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
13.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
14.00	Bir Türkü Söyle	Müzik – Eğlence	Türkü, Sohbet, Yöresel Oyunlar	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
15.00	Bir Türkü Söyle	Müzik – Eğlence	Türkü, Sohbet, Yöresel Oyunlar	En Güzel Bölüm (Tekrar)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
16.00	Hasret Rüzgârı	Müzik – Eğlence	Sohbet, TSM, THM	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
17.00.	Hasret Rüzgârı	Müzik – Eğlence	Sohbet, TSM, THM	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
18.00	Göçenler	Belgesel		Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi / Almanya ve Avrupa Gündemi
19.00	İnanç Dünyamız	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Aramızda Kalsın (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
20.00	İnanç Dünyamız	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Aramızda Kalsın (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye

21.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Kardeş Payı (Yeni Bl.)	Yerli Dizi - Komedi	Kurgusal Hikâye
22.00	Ersoy Show	Müzik – Eğlence	Sohbet, Müzik	Kardeş Payı (Yeni Bl.)	Yerli Dizi - Komedi	Kurgusal Hikâye
23.00	Ersoy Show	Müzik – Eğlence	Sohbet, Müzik	Paragraf (Tekrar)	Bilgi İçerikli P.	Soru-Cevap, Açıklama
24.00						

05 Haziran Perşembe tarihli Kanal Avrupa televizyonu yayın akışında saat: 09.00'da yayınlanan Fikir Fırtınası isimli programa Almanya'da yaşayan ve çeşitli platformlarda söz sahibi olan akademisyenler, parti başkanları vb. davet edilerek entegrasyon, ırkçılık, asimilasyon gibi konular ele alınmaktadır. Saat: 14.00 – 16.00 arasında yayınlanan Bir Türkü Söyle isimli programda müzik dünyasında yer edinen sanatçılarla sohbet edilerek programda Türkiye'nin türküleri seslendirilmektedir. Saat: 16.00 – 17.00 arasında yayınlanan Hasret Rüzgârı programında davet edilen konuklarla söyleşi yapılmakta ve programda Türk Halk Müziği ile Türk Sanat Müziği parçaları seslendirilmektedir. Saat: 19.00 – 21.00 arası yayınlanan İnanç Dünyamız programında uzman konuklarla dini sohbet yapılmakta ve İslam dinine ilişkin çeşitli konular ele alınmaktadır. Saat: 22.00 – 24.00 arası yayınlanan Ersoy Show isimli programda Türkiye'den ve Almanya'dan davet edilen Türk konuklarla eğlenceli sohbetlere yer verilmekte ve programda şarkı, türkü gibi her türden müzik seslendirilmektedir.

Euro Star televizyonunda saat: 23.00'te yayınlanan Paragraf isimli programda Almanya ve Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarının emeklilik sorunlarına çözüm yolları sunulmakta, programa canlı telefon bağlantısı vasıtasıyla katılan izleyiciler sosyal güvenlik konularında uzmanlardan yardım istemektedirler.

Tablo 69. 06.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

06.06.2014 Cuma	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
10.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Melek (Canlı)	Kadın Prog.	Yemek, Sohbet, Müzik, Bilgilendirme
11.00	İnanç Dünyamız	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	En Güzel Bölüm (Yeni Bl.)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
12.00	İnanç Dünyamız	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Aşkın Bedeli (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
13.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
14.00	Ersoy Show	Müzik – Eğlence	Sohbet, Müzik	Küçük Kadınlar (Tekrar)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
15.00	Ersoy Show	Müzik – Eğlence	Sohbet, Müzik	En Güzel Bölüm (Tekrar)	Magazin	Star Dizilerinden Bölümlerin Tanıtımı
16.00	Bir Demet Türkü	Müzik – Eğlence	Sohbet, Türkü	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
17.00.	Bir Demet Türkü	Müzik – Eğlence	Sohbet, Türkü	Beni Affet (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
18.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi / Almanya ve Avrupa Gündemi
19.00	Diyanet Saati	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Medcezir (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye

20.00	Diyanet Saati	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Medcezir (Yeni Bl.)	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
21.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Klip Star (Yeni Bl.)	Yarışma	Klip Gösterimi
22.00	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikli Prog.	Soru - Cevap, Açıklama	Klip Star (Yeni Bl.)	Yarışma	Klip Gösterimi
23.00	Sosyal Güvenlik	Bilgi İçerikli Prog.	Soru - Cevap, Açıklama	1 Kadın 1 Erkek	Eğlence - Komedi	Kurgusal Hikaye
24.00						

06 Haziran Cuma tarihli Kanal Avrupa televizyonu yayın akışında saat: 19.00 ile 21.00 arasında yayınlanan Diyanet Saati isimli programda adından da anlaşılacağı üzere uzman konuklar eşliğinde İslam dinine ilişkin konular tartışılmakta ve programda ilahiler, ezgiler seslendirilmektedir.

Euro Star televizyonunda ise saat: 21.00'ye kadar yayın akışı Star televizyonu ile paralellik göstermekte ve 21.00 ile 23.00 arası yayınlanan Klip Star isimli programda Avrupalı genç Türk yetenekler yerli - yabancı müzik dalında yarışmaktadır.

Tablo 70. 07.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

07.06.2014 Cumartesi	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Diyanet Saati	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Küçük Kadınlar	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
10.00	Diyanet Saati	Dini Program	Sohbet, Bilgilendirme	Küçük Kadınlar	Yerli Dizi	Kurgusal Hikâye
11.00	Ay Işığı	Dini Program	Sohbet, İlâhi, Ezgi, Şiir	İnan Bana	Çocuk Prog.	Çocuklarla Soru -Cevap Oyunu
12.00	Ay Işığı	Dini Program	Sohbet, İlâhi, Ezgi, Şiir	Klip Star	Yarışma	Klip Gösterimi
13.00	Salih Çelik Show	Müzik - Eğlence	Sohbet, Müzik, Tanıtım	Ne Güzel Evim	Eğitici Prog.	Ev Dekorasyonu
14.00	Salih Çelik Show	Müzik - Eğlence	Sohbet, Müzik, Tanıtım	Mucize Lezzetler	Yemek	Lezzetli Tarifler ve Yapım Aşaması
15.00	Klip Saati	Müzik - Eğlence	Türkçe Müzik	Klip Star	Yarışma	Klip Gösterimi

16.00	Avrupa Baskısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Değerlendirme	VIP Therapie	Sağlık	Röportaj
17.00.	Avrupa Baskısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Değerlendirme	VIP Therapie	Sağlık	Röportaj
18.00	Belgesel	Belgesel		Star Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi / Almanya ve Avrupa Gündemi
19.00	Bakış Açısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Söyleşi	Survivor	Yarışma	İki Takımın Birbiri ile Mücadelesi
20.00	Bakış Açısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Söyleşi	Survivor	Yarışma	İki Takımın Birbiri ile Mücadelesi
21.00	Adım Adım Avrupa	Gezi Programı	Tanıtım, Röportaj	Kim O?	Eğlence	Skeç
22.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli P.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Kim O?	Eğlence	Skeç
23.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli P.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	1 Kadın 1 Erkek	Eğlence - Komedi	Kurgusal Hikâye
24.00						

07 Haziran Cumartesi tarihli Kanal Avrupa televizyonu yayın akışında saat: 11.00 – 13.00 arası yayınlanan Ay Işığı isimli programda konuklarla dini sohbetler yapılmakta ve Türklerin gelenek görenekleri ele alınmaktadır. Programda ilahiler, ezgiler ve şiirler de seslendirilmektedir. Saat: 13.00 – 15.00 arası yayınlanan Salih Çelik Show isimli programda Türkiye’den ve Almanya’dan davet edilen konuklarla söyleşiler gerçekleştirilmekte ve programda her türden müzik seslendirilmektedir. Saat: 21.00’de yayınlanan Adım Adım Avrupa isimli programda Almanya’nın çeşitli şehirleri, Avrupa’nın farklı merkezleri ve Türkiye’nin değişik illeri tanıtılmakta ve gidilen yerlerdeki Türk vatandaşlarıyla röportajlar yapılmaktadır.

Euro Star televizyonunda ise saat: 12.00 – 13.00 arası Klip Star ve saat: 16.00 – 18.00 arası VIP Therapie dışındaki tüm yayınlar Star televizyonu yayın akışı ile paralellik göstermektedir.

Tablo 71. 08.06.2014 tarihli Kanal Avrupa ve Euro Star Tv Yayın İçerikleri

08.06.2014 Pazar	Kanal Avrupa Televizyonu			Euro Star Televizyonu		
	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği	Prog. Adı	Prog. Türü	Prog. İçeriği
9.00	Avrupa Baskısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Değerlendirme	Nedir Ne Değildir	Söyleşi	Sohbet
10.00	Avrupa Baskısı	Haber – Tartışma	Tartışma, Değerlendirme	Klip Star	Yarışma	Klip Gösterimi
11.00	Önülden Gönüllere	Dini Program	Bilgilendirme, Sohbet, İlahi, Ezgi	Şehir Mimarisi	Tanıtıcı Prog. / Reklam	Konut / Site Tanıtımı
12.00	Önülden Gönüllere	Dini Program	Bilgilendirme, Sohbet, İlahi, Ezgi	Şehir Mimarisi	Tanıtıcı Prog. / Reklam	Konut / Site Tanıtımı
13.00	Fikir Fırtınası	Tartışma	Tartışma, Söyleşi, Değerlendirme	Paragraf	Bilgi İçerikli Prog.	Soru-Cevap, Açıklama
14.00	Fikir Fırtınası	Tartışma	Tartışma, Söyleşi, Değerlendirme	Paragraf	Bilgi İçerikli Prog.	Soru-Cevap, Açıklama
15.00	Adım Adım Avrupa	Gezi Programı	Tanıtım, Sohbet	Lernen Macht Stark / Tülin Şahin ile Moda (15.06.2014)	Eğitici Prog. /	Sohbet, Soru-Cevap / Röportaj
16.00	Sivas Elleri	Müzik – Eğlence	Yöresel Müzik, Türkü, Sohbet	Kenan Erçetingöz ile Yüzyüze	Söyleşi	Sohbet
17.00	Sivas Elleri	Müzik – Eğlence	Yöresel Müzik, Türkü, Sohbet	Kenan Erçetingöz ile Yüzyüze	Söyleşi	Sohbet
18.00	Klip Saati	Müzik Prog.	Türkçe Müzik	Star Ana Haber / Euro Haber	Haber	Türkiye ve Dünya Gündemi/Almanya ve Avp. Gündemi
19.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Survivor	Yarışma	İki Takımın Birbiri ile Mücadelesi

20.00	Türk Danış	Bilgi İçerikli Prog.	Söyleşi, Sohbet, Değerlendirme	Survivor	Yarışma	İki Takımın Birbiri ile Mücadelesi
21.00	Klip Saati	Müzik – Eğlence	Türkçe Müzik	Süperstar Life	Magazin	Röportaj
22.00	Salih Çelik Show	Müzik – Eğlence	Sohbet, Müzik, Tanıtım	Süperstar Life	Magazin	Röportaj
23.00	Salih Çelik Show	Müzik – Eğlence	Sohbet, Müzik, Tanıtım	Paragraf	Bilgi İçerikli P.	Soru-Cevap, Açıklama
24.00						

08 Haziran Pazar tarihli Kanal Avrupa televizyonu yayın akışında saat: 11.00 – 13.00 saatlerinde Önülden Gönüllere isimli program yer almaktadır. Programda dini sohbetlerin yanı sıra ilahiler ve ezgiler seslendirilmektedir. Euro Star televizyonunda ise saat: 15.00’da başlayan Lernen Macht Stark (Öğrenmek Güç Verir) isimli programa uzman konuklar davet edilerek konuklarla çocuk eğitimi üzerine söyleşi yapılmakta ve hedef kitleye bilgiler verilmektedir.

Kanal Avrupa Televizyonu’nun haftalık yayın akışına bakıldığında müzik - eğlence türü programların yoğunluğu dikkat çekmektedir. Hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan Kanal Avrupa Televizyonu’nda tartışma – haber – bilgi ağırlıklı program türünde 5 yayın, müzik – eğlence türünde 8 yayın ve dini program türünde 5 farklı yayın yer almaktadır.

Türkiye’den yayın yapan ve hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan Euro Star televizyonunda haber ve eğitim içerikli program türünde 3 yayın, müzik – eğlence türünde 2 yayın ve sağlık türünde 1 yayın yer almaktadır. Diğer yandan Kanal Avrupa Televizyonunun yayın akışı incelendiğinde pek çok farklı program türünde toplam 20 farklı yayın Almanya’daki Türkler için hazırlanmakta ve izler kitleye sunulmaktadır. Euro Star Televizyonunun yayın akışı incelendiğinde yayınların büyük bir kısmının Star televizyonunda yayınlanan programlardan oluştuğu gözlenmekte ve hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan farklı program türlerinde toplam 6 yayın, hedef kitlesi Almanyalı Türkler olan toplam 2 yayın tespit edilmektedir. Kanal Avrupa’ya oranla Euro Star’ın yayın akışında hedef kitlesi Almanya’daki Türkler olan programların azlığı dikkat çekmektedir.

Katılımcılara görsel medya ile ilgili yöneltilen anket soruları cevaplarına göre katılımcıların neredeyse yarısı ve her kuşaktan katılımcı (birinci, ikinci, üçüncü kuşak) “her gün” televizyon izlediğini ifade etmiş “sıklıkla” cevabı her gün izliyorum cevabıyla birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların neredeyse dörtte üçü televizyon izlediklerini (Tablo: 44 / Tablo 59) belirtmişlerdir. Bunun dışında katılımcılar Türkiye’de yaşanan gelişmeleri en çok Türkçe yayın yapan televizyon kanallarından takip ettiklerini (Tablo 35) belirtmişlerdir. Bu bağlamda katılımcılar tarafından en çok izlenen kitle iletişim aracı olma özelliğine sahip olan televizyon yayınları katılımcıların ankette görsel medya ile ilgili verdiği cevaplar doğrultusunda aşağıda değerlendirilmektedir.

Tablo 38’deki veriler dikkate alındığında katılımcıların yarısı entegrasyon konusunda kendilerini en çok görsel basının (televizyon) yönlendirdiğini düşündüklerini dile getirmişlerdir. Ancak örneklem olarak seçilen Kanal Avrupa ve Euro Star’ın günlük on beş saatlik (09.00 – 24.00) yayın içerikleri incelendiğinde içeriklerin hedef kitleyi Almanya’ya entegrasyon konusunda değil daha çok Türkiye’ye entegrasyon konusunda yönlendirdiği görülmektedir. Kanal Avrupa televizyonunun haber – tartışma dalındaki programlarında Avrupalı Türklerin sorunları ele alınmakta, göçmenler sosyal güvenlik yasası ve diğer hukuksal haklarda bilgilendirilmekte, göçmenlerin entegrasyon sorunları, Avrupa’nın göçmenlere bakış açısı gibi çok çeşitli konular izler kitleyle paylaşılmaktadır. Bu noktada Kanal Avrupa’nın izler kitleyi entegrasyon konusunda bir nevi yönlendirdiği görülmekte ancak Alman toplumuyla kaynaşmasına ve Almanca dil bilme düzeyini arttırmaya yönelik herhangi bir programa rastlanılmamaktadır. Haber – tartışma dışında yayınlanan programların içeriğinde ise genel olarak Türklerin kültürleri, gelenek ve görenekleri, yöresel oyunları, müzikleri ve dinsel konular gibi içerikler bulunmaktadır. Bu içerikler izler kitleyi daha çok Türkiye’ye yakınlaştırmaktadır. Euro Star’ın yayın akışı ise belli günlerde belli zaman dilimleri hariç Türkiye’ye yayın yapan Star televizyonu ile paralellik göstermekte ve aslında hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan kanalın daha çok Türkiye’deki yayınları Avrupalı Türklere sunduğu görülmektedir. Bu durumda katılımcıların Tablo 38’de verdikleri cevapların aksine örneklem olarak incelenen görsel basının, katılımcıları Almanya’ya ve Alman toplumuna entegrasyon konusunda tam olarak yönlendirmediği çıkarımı yapılabilir.

Tablo 41'deki veriler incelendiğinde katılımcıların en çok televizyonun Almanya'daki göçmenlerin sorunlarına yer verdiğini belirttikleri görülmektedir. Bu anlamda Kanal Avrupa televizyonunun haber – tartışma dalındaki programları, bazı müzik-eğlence ve gezi programları, yayın içerikleriyle bu işlevi yerine getirmektedir denilebilir. Euro Star'ın “Paragraf” programında göçmenlerin sosyal güvenlik sorunlarını ele alması ve Euro Haber Bülteni'nde zaman zaman Avrupalı Türklerin sorunlarının dile getirilmesi Euro Star televizyonunun göçmenlerin sorunlarına yer verdiğinin söylenilebilmesini mümkün kılmaktadır. Ancak Euro Star televizyonunda bu tür programların azlığı dikkat çekmekte ve genel olarak televizyonların Almanya'da yaşayan göçmen vatandaşların her türlü sorunlarını göz önünde bulundurarak yayın içeriği hazırlaması gerektiği söylenebilmektedir.

Tablo 46 ve Tablo 47'de katılımcıların verdikleri cevaplar dikkate alındığında örneklem olarak seçilen Euro Star televizyonunda daha çok yerli dizilerin yayınlanması ve Kanal Avrupa televizyonunda din ve ahlak programlarıyla eğlence programlarının fazla olması izleyici talebi olarak değerlendirilebilir. Bunun dışında katılımcılar entegrasyon konusunda kendilerini en çok televizyonun yönlendirdiğini (Tablo 38) ve televizyonun yaptığı yayınlarla Almanya ile uyumlarına katkı sağladığını (Tablo 43) düşündüklerini belirtmişlerdir. Euro Star televizyonunun yayınları bu kapsamda incelendiğinde hedef kitlesi Almanya'daki Türkler olan ve Almanya'daki Türkleri Almanya'daki yasalar konusunda bilgilendiren “Paragraf” ve içeriği bilinçli çocuk yetiştirmek olan “Lernen Macht Stark / Öğrenmek Güç Verir” isimli program yer almaktadır. Kanal Avrupa Yayınları bu kapsamda incelendiğinde Kanal Avrupa televizyonu ekranlarında haber – tartışma (Türk Danış, Fikir Fırtınası, Avrupa Baskısı...) programı türlerinin Avrupa'daki göçmenlerin çeşitli sorunlarına eğildiği görülmekte, Sosyal Güvenlik isimli programda da göçmenler Almanya'nın sosyal güvenlik yasası konusunda bilgilendirilmektedir. Ancak bu programlar daha çok Avrupalı Türkleri hakları konusunda bilgilendiren, onların sorunlarını dile getiren programlardır. Bu tür programlar Almanya'daki Türkleri uyum konusunda yönlendirse de Alman diline, Alman kültürüne, gelenek ve göreneklerine ya da Alman vatandaşlarıyla uyumlarına yönelik Türk televizyonlarında herhangi bir program içeriğine rastlanılmadığı ifade edilebilir.

3.2.7.1.2. Görsel Basına İlişkin Bulgularda Haber Analizi

Hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan Kanal Avrupa Televizyonu'nun yayın akışında haber bültenine rastlanılmamıştır. Hedef kitlenin haber ihtiyacı ekranın alt kısmından 24 saat akan alt bant sayesinde karşılanmakta ve alt bantta akan haberler her gün güncellenmektedir.

Euro Star Televizyonu'nda saat: 18.00'da Star televizyonunda yayınlanan ve Türkiye için hazırlanan haber bülteni yer almakta, Türkiye haberleri sona erdikten sonra 18.50'de Euro Haber, Euro Star ekranlarında yayınlanmaktadır. Euro Haber bülteninde Almanya ağırlıklı olmak üzere Avrupa ülkelerinden haberler yayınlanmakta ve bültende hafta için en az 5 en fazla 9, hafta sonu ise 3 haber izler kitleye sunulmaktadır. Euro Haber'in 15 Haziran tarihinden sonra sezon tatiline girmesi sebebiyle 16 ve 17 Haziran tarihlerinde Euro Haber bülteni yayınlanmamıştır. Ayrıca 2 Haziran tarihli Euro Haber bülteni teknik bir arıza nedeniyle kayıt altına alınamayıp kodlama cetvelinde değerlendirilememiştir.

Haberlerin entegrasyonla ilişkisi tespit edilirken; Türk kaynaklı olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri, Alman kaynaklı olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri ve hem Türk hem de Alman işbirliğiyle yapılan olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri dikkate alınmıştır.

Tablo 72. Kanal Avrupa ve Euro Star Televizyonu Haber Bültenlerinde Günlük Yayınlanan “Haber Sayısı” ile “Entegrasyona İlişkin Haber Sayısı”

Tarih	Kanal Avrupa Haber			Euro Star Haber		
	Bültendeki Haber Sayısı	Entegrasyona İlişkin		Bültendeki Haber Sayısı	Entegrasyona İlişkin	
		Olumlu Haber	Olumsuz Haber		Olumlu Haber	Olumsuz Haber
2 Hz.	-	-	-	-	-	-
3 Hz.	-	-	-	9	3	0
4 Hz.	-	-	-	7	2	0
5 Hz.	-	-	-	8	2	0
6 Hz.	-	-	-	7	3	0
7 Hz.	-	-	-	3	2	0
8 Hz.	-	-	-	3	2	0
9 Hz.	-	-	-	5	1	0
10 Hz.	-	-	-	8	1	4

11 Hz.	-	-	-	9	1	0
12 Hz.	-	-	-	7	1	2
13 Hz.	-	-	-	6	0	0
14 Hz.	-	-	-	3	0	1
15 Hz.	-	-	-	3	2	0
16 Hz.	-	-	-	-	-	-
17 Hz.	-	-	-	-	-	-
Top.	-	-	-	78	20	7

Tablo 72’de 02.06.2014 – 17.06.2014 tarihleri arasında Kanal Avrupa ve Euro Star televizyonunda yayınlanan haber bültenindeki toplam haber sayısı ile entegrasyona ilişkin olumlu ve olumsuz haber sayıları verilmiştir.

03 Haziran Salı tarihli Euro Haber bülteninde toplam 9 haber yer almış ve bu dokuz haberden 3 tanesi Almanya’daki göçmenlere dair olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilmiştir. Bu tarihte Almanya’daki göçmenlere ilişkin olumsuz entegrasyon haberine ise rastlanılmamıştır.

04 Haziran Çarşamba tarihinde yayınlanan Euro Haber bülteninde toplam 7 haber yer almış bunlardan 2 tanesi Almanya’daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi olarak kayda geçmiş ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

05 Haziran Perşembe günü yayınlanan Euro Haber bülteninde toplam 8 habere yer verilmiştir. Bu haberlerden 2 tanesi Almanya’daki göçmenlere dair olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilmiş ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

06 Haziran Cuma tarihli Euro Haber bülteninde toplam 7 haber yayınlanmış bunlardan 3 tanesi Almanya’daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer alırken olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

07 Haziran Cumartesi günü yayınlanan Euro Haber hafta sonu bülteninde toplam 3 haber yer almış bunlardan 2 tanesi Almanya’daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilmiş ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

08 Haziran Pazar tarihli Euro Haber hafta sonu bülteninde toplam 3 haber yayınlanmış ve bunlardan yine 2 tanesi Almanya’daki göçmenlere dair olumlu

entegrasyon haberi olarak tespit edilmiş ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

09 Haziran Pazartesi tarihinde Euro Haber bülteninde toplam 5 haber ekranlarda yer almış bunlardan 1 tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi olarak değerlendirilirken olumsuz entegrasyon haberi tespit edilmemiştir.

10 Haziran Salı tarihli Euro Haber bülteninde toplam 8 haber yayınlanmış bunlardan 1 tanesi Almanya'da göçmenlere dair olumlu entegrasyon haberi olarak saptanırken 4 haber de Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumsuz entegrasyon haberi olarak tespit edilmiştir.

11 Haziran Çarşamba günü yayınlanan Euro Haber bülteninde toplam 9 habere yer verilmiş bunlardan yalnızca 1 tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi kategorisinde değerlendirilerek olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

12 Haziran Perşembe tarihli Euro Haber bülteninde toplam 7 haber yayınlanmış bunlardan 1 tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilmiş ve olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde de 2 haber yer almıştır.

13 Haziran Cuma tarihinde yayınlanan Euro Haber bülteninde toplam 6 haber yayınlanmış ve bu haber içeriklerinden hiçbir tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu ya da olumsuz entegrasyon kategorisine girmemiştir.

14 Haziran Cumartesi tarihli Euro Haber hafta sonu bülteninde toplam 3 haber yayınlanmış bu haberlerden hiçbir tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi kategorisine girmezken 1 haber göçmenlere dair olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde değerlendirilmiştir.

15 Haziran Pazar tarihinde yayınlanan Euro Haber hafta sonu bülteninde toplam 3 haber yayınlanmış bunlardan 2 tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi olarak saptanırken olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

Euro Haber bülteninde 13 gün içerisinde Avrupa'ya ilişkin toplam 78 haber yayınlanmış bunlardan 20 tanesi Almanya'daki göçmenlere ilişkin olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer alırken olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde de 7 haber tespit edilmiştir.

Tablo 72'de elde edilen veriler değerlendirildiğinde on üç günlük periyod çerçevesinde Euro haber bülteninde entegrasyona ilişkin 7 “olumsuz” haberin yer alması (Almanya'da Türklerin kendi arasında yaptığı şenlikler, organizasyonlar,

etkinlikler vb. olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde değerlendirilmiştir ve 7 haberden 3'ü bu tür haberlerden oluşturmaktadır) Alman ve Türk toplumunun birbirine entegre olabilmesi açısından olumlu bir olgu olarak nitelendirilebilir. Ayrıca Euro Bülten'de on üç günlük periyod içerisinde Almanya'daki Türklerle ilgili yayınlanan 20 "olumlu" haberin azlığı dikkat çekmekte ancak bültenin kısalığı ve yayınlanan toplam haber sayısı (78) göz önüne alındığında yazılı basına oranla makul bir rakam olarak değerlendirilebileceği söylenebilmektedir.

Aşağıda Euro Haber bülteninde yayınlanan ve Almanya'daki göçmenleri ilgilendiren olumlu ve olumsuz entegrasyon haberlerine dair ekran görselleri yer almaktadır.

Görsel 16: 06.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü



Görsel 17: 08.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü



Görsel 18: 09.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü



Görsel 19: 10.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü



Görsel 20: 12.06.2014 Tarihli Euro Haber Bülteni Ekran Görüntüsü



3.2.7.3. İşitsel Medyaya İlişkin Bulgular

Çalışmanın planlama aşamasında Avrupa'daki Türklere yönelik yayın yapan radyo istasyonları araştırılmış ve çalışmanın evreninin Stuttgart Bölgesi seçilmesi dolayısıyla özellikle Stuttgart bölgesine yayın yapan kanallar üzerinde durulmuştur. Radyo istasyonları örneklem olarak seçilirken bir radyonun, frekans kanalı üzerinden diğer bir radyonun ise internet üzerinden erişilebilmesi noktası üzerinde durulmuştur. Bu bakımdan ele alınan çalışmada frekans üzerinden (internet ve DVB-Cüzerinden erişim de mümkündür) Berlin başta olmak üzere Mannheim, Koblenz, Ludwigshafen, Wiesbaden, Mainz ve Stuttgart Bölgesi'ne 24 saat Türkçe pop ağırlıklı yayın yapan Metropol Fm ile internet üzerinden 24 saat online Türkçe pop ağırlıklı müzik yayını yapan Sky Radyo'nun işitsel medya alanında örneklem olarak seçilmesi uygun görülmüştür. Çalışma gerçekleştirilirken radyoların 24 saatlik yayınları kayıt altına alınmış ancak diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi radyo yayınlarında da sınırlandırmaya gidilerek saat: 09.00 ile saat: 24.00 arasında yapılan müzik yayınları incelenmiştir. Radyo yayınlarında haber bültenleri ve programlar esas alınmış seslendirilen reklamlar ise inceleme dışı bırakılarak ele alınmamıştır. Tez çalışmasında incelenen radyo yayınlarına <http://www.metropolfm.de/>, <http://www.skyradyo.org/> adresleri üzerinden ulaşılmıştır.

3.2.7.3.1. İşitsel Medyaya İlişkin Bulgularda Program Analizi

İşitsel medyaya ilişkin bulgular kısmında örneklem olarak Metropol FM ve Sky Radyo yayınları incelenmiştir. Metropol FM'de canlı yayınların yer alması ve radyonun program çeşitliliğine yer vermesi sebebiyle Metropol FM'in haftalık yayın akışı çizelgeye dökülebilmüş ancak Sky Radyo'nun "canlı yayınlara yer vermiyor olması ve belirlenen listeler ile gün içerisinde yalnızca müzik yayını yapmayı tercih" (Kaynak: <http://radyodinle.biz/sky-radyo/>) etmesi sebebiyle Sky Radyo'nun yayın akışı çizelgeye dökülememiştir.

Tablo 73.Metropol Fm Haftalık Yayın Çizelgesi

Metropol Fm (02 - 08.06.2014) Haftalık Yayın Çizelgesi							
Saat	02.06.2014	03.06.2014	04.06.2014	05.06.2014	06.06.2014	07.06.2014	08.06.2014
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
9.00	Çay Şekeri	Çay Şekeri	Çay Şekeri	Çay Şekeri	Çay Şekeri	Müzik	Müzik
10.00	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik
11.00	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik
12.00	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik	Müzik
13.00	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	Müzik	Müzik
14.00	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	İstekler Köşesi	Top 40	Müzik
15.00	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Almanya Burada Konuşuyor	Top 40	Müzik
16.00	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Almanya Burada Konuşuyor	Top 40	Müzik
17.00	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Top 40	Müzik
18.00	Lernen Macht Stark	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Paydos Keyfi	Müzik	Müzik
19.00	Müzik	Müzik	Müzik	Arabesk Saati	Turkish Delight	Müzik	Müzik
20.00	Müzik	Müzik	Sıla Esintileri	Arabesk Saati	Turkish Delight	Müzik	Sıla Esintileri
21.00	Müzik	Müzik	Sıla Esintileri	Gece Expresi	Müzik	Müzik	Sıla Esintileri
22.00	Müzik	Müzik	Müzik	Gece Expresi	Müzik	DJays Night	Gece Expresi
23.00	Gece Expresi	Gece Expresi	Gece Expresi	Gece Expresi	Müzik	DJays Night	Gece Expresi
24.00	Gece Expresi	Gece Expresi	Gece Expresi	Gece Expresi	Müzik	Müzik	Gece Expresi

Tablo 73'de Metropol FM'in haftalık yayın akış çizelgesi yer almaktadır. Çizelgede bazı programların günleri ve saatleri sabit olmakla birlikte bazı programların

günleri ve saatlerinde değişiklik yapılabildiği ancak program isimlerinin değişmediği saptanmıştır.

02 Haziran Pazartesi tarihli Metropol FM yayınında hafta içi her gün saat: 09.00'da bir bay bir bayan olmak üzere iki program sunucusunun birlikte sunduğu Çay Şekeri isimli program yer almaktadır. Hafta içi her gün saat: 10.00 – 13.00 arasında ağırlıklı olarak pop müzik yer alırken saat: 13.00 – 15.00 arası İstekler Köşesi isimli programda Almanyalı Türklerin gönderdiği mesajlar yayında okunmakta ve dinleyicilerin program yapımcısından talep ettikleri müzikler dinleyicilerle buluşturulmaktadır. Saat: 15.00 – 19.00 arasında hafta içi her gün bir bay bir bayan olmak üzere iki program sunucusunun çoğunlukla birlikte sunduğu Paydos Keyfi isimli program yayına girmekte ve programda gündeme ilişkin güncel bir konu başlığı ya da genel konular üzerinde konuşulmaktadır. Programda hedef kitlenin bir konu üzerinden mesajla programa katılımı sağlanarak aidiyet duyguları da ölçülebilmektedir. Ayrıca programda canlı telefon bağlantılarına yer verilmekte ve Almanca diyaloglar da yer almaktadır. Saat: 18.00'de yayına giren Lernen Macht Stark (Öğrenmek Güç Verir) isimli programın yayın günü ve saati değişebilmekle birlikte programa uzman konuklar alınarak programda eğitim ve çocuk eğitimi üzerine bilgilendirmeler yapılmaktadır. Saat: 19.00 – 23.00 arası müzik yayını ve saat: 23.00 – 01.00 arası da Gece Expressi isimli program başlığı altında Türkçe Slow müzikler hedef kitle ile buluşturulmaktadır.

03 Haziran Salı tarihli Metropol FM yayın akışı, 02 Haziran Pazartesi tarihli yayın akışıyla aynı olduğundan 03 Haziran tarihli yayın akışı içeriği tekrar ele alınmamıştır.

04 Haziran Çarşamba tarihli Metropol FM yayınında saat: 21.00 – 23.00 arası Sıla Esintileri isimli program yayınlanmakta ve programda zaman zaman Türk ya da Alman konuklar ağırlanarak program içeriğinde Türkiye'nin çeşitli yörelerinden türküler yer almaktadır.

05 Haziran Perşembe tarihli Metropol FM yayınında saat: 19.00 – 21.00 arasında Arabesk Saati isimli programda Arabesk parçalara yer verilmektedir.

06 Haziran Cuma tarihli Metropol FM yayınında saat: 15.00 – 17.00 arasında Almanya Burada Konuşuyor isimli program yer almakta ancak programın yayın günü ve saati durum ve koşullara göre değişebilmektedir. Programa Alman ve Türk konuklar davet edilerek özellikle Almanya'da yaşayan Türkleri yakından ilgilendiren ve çoğunlukla entegrasyonla doğrudan ilişkisi bulunan konular ele alınmaktadır.

Programda canlı bağlantılara da yer verilmekte ve programa konuk olarak davet edilen konunun uzmanlığına göre Almanya’da yaşayan Türklerin sorunlarına çözüm yolları sunulmaktadır. Saat: 19.00 – 21.00 arasında yayınlanan Turkish Delight isimli programda program sunucusu tarafından müzikler çoğunlukla Türkçe anons edilmekle birlikte Almanca anonslara da sık sık yer verilmektedir. Programda Türkçe pop ağırlıklı müzik yayınlanmakta ve sanatçıların yeni çıkan albüm müziklerine de yer verilmektedir.

07 Haziran Cumartesi tarihli Metropol FM yayınında saat: 14.00 – 18.00 arası yayınlanan Top 40 programında 40 parçaya yer verilmektedir. Saat: 22.00 – 24.00 arası yayınlanan DJays Night programında çoğunlukla Türkçe remix parçalar yer almaktadır.

08 Haziran Pazar tarihli Metropol FM yayınında Türk Halk Müziği ve Türk Sanat Müziği’nin pek çok eseri hedef kitle ile paylaşılmaktadır.

Yayın akışında yer alan programların dışında Metropol FM’de her saat başı “Almanya ve Dünya Haberleri” başlığı altında Almanya ve Dünya gündemi Almanca olarak sunulmakta hemen arkasından verilen “Türkiye Gündemi”nde ise Türkiye’ye ilişkin haberler Türkçe olarak hedef kitleyle paylaşılmaktadır. Haber bülteninin akabinde Metropol Fm’in yayın bölgelerini kapsayan meteoroloji ölçümleri, yol çalışması ile trafik yoğunluğu ve yol güzergâhlarına yerleştirilen radarlar hakkında da bilgilendirme yapılmaktadır. Bunun dışında belli saat periyodlarına yerleştirilen “Metropol FM Gündemi”, “Metropol FM Günün İçinden”, “Metropol FM Günün Konusu”, “Meropol FM Süd-West”, “Rheinland Pfalz Aktüel”, “Rhein-Mainz”, “Metropol FM Spor”, “Rhein Necker Gündemi”, “Baden-Württemberg Aktüel”, Rheinland Pfalz Günün Konusu” gibi yayın süresi 10 dakikayı geçmeyen pek çok haber niteliği taşıyan program yer almaktadır. Bu programların içeriğinde Almanya’nın dini bayramları ve Alman kültürü tanıtılmakta, Alman ve Türk kaynaklı derneklerin faaliyetleri, Türk ve Alman kaynaklı Sivil Toplum Kuruluşları ve onların faaliyetleri, Almanya’daki Türkler için gerçekleştirilen sosyal – kültürel etkinlikler, faaliyetler, Almanya’daki göçmen kitleyi ilgilendiren yasalar, taslaklar, eğitim faaliyetleri, Almanya’nın göç ve uyum politikaları, göçmenlerin sorunları ve Alman ya da Türk kaynaklı yapılan entegrasyon faaliyetleri gibi pek çok yerel, bölgesel, ulusal konu yer almakta, uzmanlarla (Alman / Türk) kısa röportajlar yapılmakta ve bu programların yayınları hem Almanca dilinde hem de Türkçe dilinde yayınlanmaktadır. Ayrıca her gün Türkiye’deki belli bir ili, ilçeyi, yöreyi tanıtan ve 24 saatlik yayın dilimi içerisinde

belli periyodlara yerleştirilmiş “Türkülerimiz Türkiye’imiz” köşesinde Türkiye’nin yöreleri, gelenek ve görenekleri, mutfak kültürü, müzik ve oyun kültürü gibi pek çok konuda bilgiler yer almaktadır. Haftalık yayın akışında belli saatlerde yayınlanan “Yaza Merhaba Tatil Programı” köşesinde ise beslenmeden yaşama pek çok konu Alman ya da Türk uzmanlarla, uzmanların kendi sesinden ve ağırlıklı olarak Almanca yayınlanmaktadır.

Ankete katılan katılımcıların kendilerine işitsel medya ile ilgili yöneltilen sorularda verdikleri cevaplar dikkate alındığında katılımcıların % 39,2’sinin (Tablo 51) radyoyu “nadiren” dinlediği, ancak radyo dinleyenlerin en çok Metropol FM’i (Tablo 52) tercih ettiği ve katılımcıların radyoyu genellikle Türkçe müzik dinlemek için (Tablo 53) takip ettiği görülmektedir. Bu bağlamda Metropol FM, diğer radyolar içerisinde katılımcılar tarafından en çok takip edilen radyo olma özelliğini taşımaktadır. Diğer yandan katılımcılar entegrasyon konusunda kitle iletişim araçları içerisinde en az radyonun kendilerini yönlendirdiğini (Tablo 38), kitle iletişim araçlarından en az radyonun Almanya’daki göçmenlerin sorunlarına yer verdiğini (Tablo 41) ve kitle iletişim araçlarından en az radyonun yaptığı yayınlarla Almanya ile uyumlarına katkı sağladığını (Tablo 43) düşündüklerini belirtmişlerdir. Ancak işitsel medya alanında elde edilen bulgular çerçevesinde Metropol FM her türden Türkçe müziğe yer vermesinin yanı sıra radyonun yayınlarında, hem Almancaya hem de Türkçeye yer vermesi, Almanya ile ilgili gelişmeleri özellikle Almanca olarak sunması, programlarda sunucuların göçmenlere yönelik konular üzerinde konuşması, haberlerin ardından izler kitleye hava, yol ve radar durumunun bildirilmesi, programa davet edilen Alman ve Türk konukların olması, bölgelere ait haberlere yer vermesi ve bu haberlerde göçmenlerin sorunlarına, göçmenlere yönelik yapılan entegrasyon faaliyetlerine, Almanya ile ilgili ve Almanya’da göçmenleri ilgilendiren haberlere yer vermesi, Almanların dini bayramlarını, gelenek ve göreneklerini tanıtmaları, her gün Türkiye’de bir ili, ilçeyi, yöreyi anlatması gibi hem Almanya’ya entegrasyonun sağlanması hem de Türk dilinin, kültürünün, geleneklerinin unutulmaması adına programlar yapması nedeniyle radyonun ele alınan görsel ve yazılı basına oranla daha fazla entegrasyona katkısının olduğu söylenilebilir. Ancak burada ele alınan örneklem dâhilinde Metropol FM’in kendi inisiyatifi çerçevesinde tüm bu programları hazırladığı unutulmamalı ve Almanya’daki Türklere yönelik yayın yapan Sky Radyo’da bu tür programlara rastlanılmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır.

3.2.7.3.2. İşitsel Medyaya İlişkin Bulgularda Haber Analizi

İşitsel medyaya ilişkin bulgularda haber analizi gerçekleştirilirken Sky Radyo'nun saat: 09.00 – 24.00 arası yayınları incelenmiş ancak radyonun haber yayını yapmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle Tablo 74'de "Sky Radyo Haberler" sütununa istenen veriler elde edilemediğinden dolayı veri girişi yapılamamıştır. Metropol FM'in 24 saatlik yayın periyodu içerisinde yayın bölgelerine ait yerel ve bölgesel haberlerin yanı sıra saat başı verilen Almanya ve Türkiye haberlerinin yer aldığı saptanmıştır. Ancak çalışmada yazılı basın ve görsel medya başlıkları altında açılan bölümlerde incelenen haberlerin niteliği göz önüne alınarak Metropol FM'de de Almanya – Türkiye gündeminde öne çıkan başlıkların yer aldığı ve Almanya'da yaşayan göçmenlere ilişkin haberlerin de sunulduğu "Metropol FM Gündemi" başlığı altında verilen haberlerin incelenmesi uygun görülmüştür. "Metropol FM Gündemi"nde verilen haberlerin gün içerisinde sürekli güncellendiği tespit edilmiştir.

Haberlerin entegrasyonla ilişkisi tespit edilirken; Türk kaynaklı olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri, Alman kaynaklı olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri ve hem Türk hem de Alman işbirliğiyle yapılan olumlu - olumsuz entegrasyon haberleri dikkate alınmıştır.

Tablo 74.Metropol FM ve Sky Radyo'da Günlük Yayınlanan "Haber Sayısı" ile "Entegrasyona İlişkin Haber Sayısı"

Tarih	"Metropol FM Gündemi"			Sky Radyo Haberler		
	Metropol FM Gündemi'nde Verilen Haber Sayısı	Metropol FM Gündemi'nde Entegrasyona İlişkin		Sky Radyo'da Verilen Haber Sayısı	Sky Radyo'da Entegrasyona İlişkin	
		Olumlu H	Olumsuz H		Olumlu H	Olumsuz
2 Hz.	3	0	0	-	-	-
3 Hz.	5	1	0	-	-	-
4 Hz.	3	2	0	-	-	-
5 Hz.	4	1	0	-	-	-
6 Hz.	4	2	0	-	-	-
7 Hz.	7	1	0	-	-	-
8 Hz.	6	2	0	-	-	-
9 Hz.	11	2	0	-	-	-

10Hz.	3	1	0	-	-	-
11Hz.	6	1	0	-	-	-
12Hz.	6	0	0	-	-	-
13Hz.	0	0	0	-	-	-
14Hz.	7	0	0	-	-	-
15Hz.	8	0	0	-	-	-
16Hz.	7	0	1	-	-	-
17Hz.	6	2	0	-	-	-
Top.	84	15	1	-	-	-

Tablo 74’te 02.06.2014 – 17.06.2014 tarihleri arasında Metropol FM ve Sky Radyo’da yayınlanan haber bültenindeki “toplam haber sayısı” ile “entegrasyona ilişkin olumlu ve olumsuz haber sayıları” verilmiştir. Buna göre;

02 Haziran Pazartesi tarihli yayında gün boyu belli saatlerde sunulan “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 3 haber yer almış ancak Almanya’daki göçmenlerin entegrasyonu ile ilgili habere rastlanılmamıştır.

03 Haziran Salı günü gün boyunca yayınlanan “Metropol FM Gündemi”nde toplam 5 haber yer almış bu haberlerden 1 tanesi Almanya’daki göçmenler açısından olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer bulurken olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

04 Haziran Çarşamba tarihli “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 3 haber yer almış bunlardan 2 tanesi Almanya’daki göçmenlere dair olumlu entegrasyon haberi olarak saptanırken olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

05 Haziran Perşembe tarihli “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 4 haber yer alırken bunlardan 1 tanesi Almanya’daki göçmenler açısından olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilmiş, olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

06 Haziran Cuma tarihli “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 4 haber yer alırken bunlardan 2 tanesi Almanya’daki göçmenler açısından olumlu entegrasyon haberi olarak kodlama cetvelinde yer almış, olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

07 Haziran Cumartesi tarihli yayında “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 7 haber yer alırken bunlardan 1 tanesi Almanya’daki göçmenler açısından olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer almış ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

08 Haziran Pazar tarihli “Metropol FM Gündemi” yayınında gün içerisinde toplam 6 haber sunulmuş ve bunlardan 2 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak değerlendirilmiş ve olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

09 Haziran Pazartesi tarihli yayında “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 11 haber seslendirilmiş ve bunlardan 2 tanesi olumlu entegrasyon haberi kategorisinde yer almış olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

10 Haziran Salı tarihli “Metropol FM Gündemi” yayınında gün içerisinde toplam 3 haber yer almış bunlardan 1 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak saptanmıştır. Olumsuz entegrasyon haberi kategorisine giren habere ise rastlanılmamıştır.

11 Haziran Çarşamba tarihinde yayınlanan “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 6 haber sunulmuş ve bunlardan 1 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak tespit edilmiştir. Olumsuz entegrasyon haberine ise rastlanılmamıştır.

12 Haziran Perşembe tarihli “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 6 haber yer almış ancak bunlardan hiçbirisi olumlu ya da olumsuz entegrasyon haberi kategorisine girmemiştir.

13 Haziran Cuma tarihli radyo yayın kaydında “Metropol FM Gündemi”ne rastlanılmadığından bu tarih için haber değerlendirmesi yapılamamıştır.

14 Haziran Cumartesi tarihli yayında “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 7 haber yer almış ve olumlu – olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

15 Haziran Pazar tarihli “Metropol FM Gündemi” yayınında gün içerisinde toplam 8 haber yer almış bunlardan hiçbirisi olumlu – olumsuz entegrasyon haberi kategorisine girmemiştir.

16 Haziran Pazartesi tarihli “Metropol FM Gündemi” yayınında gün içerisinde toplam 7 haber kaydedilmiş olumlu entegrasyon haberine rastlanılmazken 1 tane Almanya’daki göçmenlere ilişkin olumsuz entegrasyon haberi tespit edilmiştir.

17 Haziran Salı tarihli “Metropol FM Gündemi”nde gün içerisinde toplam 6 haber kaydedilmiş bunlardan 2 tanesi olumlu entegrasyon haberi olarak kodlama cetvelindeki yerini alırken olumsuz entegrasyon haberine rastlanılmamıştır.

Metropol FM’de incelenen 15 günlük “Metropol FM Gündemi” haber yayın kaydında toplam 84 haber kaydedilmiş bunlardan 15 tanesi Almanya’daki göçmenlere dair olumlu entegrasyon haberi kategorisinde tespit edilirken 1 tanesi de olumsuz entegrasyon haberi kategorisinde değerlendirilmiştir. Metropol FM Gündemi’nde on altı günlük yayın periyodu içerisinde yalnızca 1 “olumsuz” haber yer alması Alman ve Türk toplumunun birbirine entegre olabilmesi açısından olumlu bir olgu olarak değerlendirilebilir. Öte yandan “Metropol Fm Gündemi” haber yayın kaydında on altı gün içerisinde toplam 84 haber yer almış ve bunlardan 15’i entegrasyona ilişkin “olumlu” haber kategorisinde değerlendirilmiştir. Toplam haber sayısı içinde olumlu haberlerin sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Ancak Metropol FM’in “Metropol FM Gündemi” dışında “Metropol FM Günün İçinden”, “Metropol FM Günün Konusu”, “Metropol FM Süd-West”, “Rheinland Pfalz Aktüel”, “Rhein-Mainz”, “Rhein Necker Gündemi”, “Baden-Württemberg Aktüel” ve “Rheinland Pfalz Günün Konusu” programlarında entegrasyona yönelik çeşitli haberler verdiği göz önüne alındığında “Metropol FM Gündemi” programı bazında, olumlu entegrasyon haberi sayısı (15) makul bir sayı olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ele alınan çalışmada Almanya’da yaşayan Türklerin kimlik ve aidiyet duygularının belirlenmesi, Almanya’daki Türklerin kitle iletişim araçlarını takip etme oranları ve Almanya’ya Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarının Almanya’daki Türkleri entegrasyon konusunda ne şekilde yönlendirdiği incelenerek bu konunun değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çalışmanın kuramsal kısmında Entegrasyon, Paralel Toplum, Getto, Kültür, Kimlik, Etnik Medya ve Almanya’daki Türk kitle iletişim araçları konularına değinilmiştir. Araştırmanın uygulama kısmında Almanya’nın Stuttgart eyaletinde yaşayan Türklere kimlik, aidiyet duygusu ve Almanya’ya yayın yapan kitle iletişim araçlarının takip edilme oranlarının belirlenmesi amacıyla 53 soruluk bir anket uygulanmıştır. Bunun dışında kitle iletişim araçlarının yayın içeriklerinin incelenmesi amacıyla yazılı basını temsilen “Hürriyet Avrupa” ve “Zaman Avrupa”, görsel basını temsilen “Kanal Avrupa” ve “Euro Star”, işitsel basını temsilen “Metropol FM” ve “Sky Radyo” örneklem olarak seçilmiştir.

Araştırmanın anket kısmında elde edilen verilerden katılımcıların % 51,4’ünün yani yarısının Almanya’da dünyaya geldiği (Tablo 7), % 56,1’inin halen Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı (Tablo 8) olduğu belirlenmiştir. Bu durumda katılımcıların yarısının Almanya’da doğmuş olmasına ya da katılımcıların Almanya’da yaşıyor olmasına rağmen onların kendi vatandaşlıklarından vazgeçmediğini ve vatanlarına olan bağlılıklarını göstermektedir. Vatanlarına olan bağlılıklarının bir diğer göstergesi de katılımcıların uzun yıllar Almanya’da yaşıyor olmasına ya da orada doğmuş olmasına rağmen neredeyse dörtte üçünün hala kendilerini Türk milletine yakın hissettikleri (Tablo 10) kanaatidir. Göçmen topluluklarının en dirençli niteliklerinden biri dindir. Göçmen topluluklar dinin birleştirici gücü ve hoşgörüsü sayesinde güçlü kalmaktadır. Söz konusu katılımcıların neredeyse tamamına yakını da kendini Müslüman (Tablo 11) olarak tanımlamaktadır. Günümüzde artık doğulan yerin değil doyulan yerin vatan olduğu vurgusu yapılmaktadır. Ancak yarısı Almanya’da doğan katılımcı grubunun dörtte birinden fazlası hala Almanya’yı vatan olarak görmemekte bu orana yakın bir kısmının da Almanya’yı “kısmen” vatan olarak benimsediği (Tablo 12) görülmektedir. İçlerinde hep vatana bir hasret duygusu besleyen katılımcıların yarısından daha fazlası Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak (Tablo 13) istemektedir. Bu nedenle katılımcıların dörtte birinden biraz fazlası belli bir süre sonra Türkiye’ye dönmek istediklerini (Tablo

14) belirtmektedir. Yaşanılan ülkedeki insanlarla sağlıklı iletişim kurulabilmesi için hâkim toplumun da azınlık toplumunun da birbirini iyi tanması son derece önemlidir. Bu bağlamda katılımcıların yarısından daha fazlası Alman vatandaşlarını yeterince tanıdığını (Tablo 15) kaydetmektedir. Farklı kültürlerin birbirini iyi tanması ve sağlıklı iletişim kurması beraberinde uyumu da getirmektedir. Bu kapsamda katılımcıların yarısından fazlası Alman vatandaşlarıyla uyum içerisinde yaşadığını (Tablo 16) ifade etmektedir. Alman vatandaşlarıyla uyumlu yaşadıklarını düşünen katılımcıların neredeyse yarısı (“ne olumlu ne olumsuz” yanıtıyla oran % 79,8’e çıkmaktadır) Alman vatandaşlarının geneli hakkında da “olumlu” (Tablo 17) düşünmektedir. Katılımcıların yarıya yakın bir kısmı Almanya’da farklı kültürlerin bir arada rahatça yaşayabildiğini (Tablo 18) düşünmekte, Türklerin kendi kültürlerini Almanya’da rahatça yaşadıklarını düşünenlerin oranının (Tablo 19) ise yarıdan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durumda Almanya’da farklı uyuktan insanların bir arada rahatça yaşadığı hatta Türklerin Almanya’da kendi kültürlerini daha rahat yaşadığı söylenebilir. Yaşanılan ülkeye uyum sağlayabilmenin en temel koşulu ülkenin hâkim toplumu tarafından kabul görebilmeğdir. Ancak katılımcıların yarısından biraz fazlası yaşadıkları ülkede ırklarından dolayı farklı bir uygulamayla karşılaştıklarını, kendilerini dışlanmış hissettiklerini ve kendilerini yaşadıkları ülkede 3. sınıf vatandaş olarak gördüklerini (Tablo 20) belirtmektedir. Bu durumda Alman vatandaşlarıyla uyumlu yaşadıklarını belirten ve Alman vatandaşları hakkında olumlu düşünen katılımcıların buldukları ülkede hâkim toplum tarafından kabul görmeseler de o toplum hakkında kötü düşünmedikleri, o topluma karşı kin tutmadıkları ve ırkçılık yapmadıkları söylenebilir. Ayrıca katılımcılar kendilerinin Türk tarafı olarak Alman vatandaşlarıyla uyumlu yaşadıklarını ve kendi taraflarınca Alman vatandaşları hakkında olumlu düşündüklerini kaydetmektedir. Bu bağlamda kültürlerarası diyalog, uyum ve iletişim noktasında Türk tarafının pozitif bir tutum sergilediği Alman tarafıyla diyaloga, uyuma ve iletişime açık olduğu ortaya çıkmaktadır.

Paralel toplum yaşam tarzını benimseyen topluluklar daha çok kendi kültürlerinden insanlarla bir araya gelmekte, kendi dillerini konuşmakta ve kendi gelenek ve göreneklerine göre davranmaktadır. Katılımcıların % 67,3’ünün (“her ikisi de” yanıtıyla birlikte bu oran % 96,1’e çıkmaktadır) verdiği yanıtlarda arkadaş ortamlarında daha çok Türklerin olduğu (Tablo 21) göz önüne alındığında Almanya’da yaşayan Türklerin paralel toplum yaşam tarzını benimsediği söylenebilir. Akrabalardan,

eş ve dosttan, anne ve babadan kısacası vatandan uzakta yaşamak özleme, hasrete ve pek çok sıkıntıya göğüs germeyi de beraberinde getirmektedir. Bu noktada ana vatanlarından uzakta yaşayan Türklerin göçmen olarak yaşadıkları ülkede çektikleri en büyük sıkıntı “ülkeden uzakta yaşamak ve vatana özlem duymak” (Tablo 22) olmaktadır. Göçmen olarak yaşamak pek çok sorunla da yüz yüze gelmek demektir. Bu bağlamda katılımcılar buldukları ülkede en çok “Almanların önyargılarından” ve “yabancı düşmanlığından” (Tablo 23) dert yanmaktadır.

Katılımcıların % 68,0’ı Almanya’ya uyum sağlayabildiğini (Tablo 24) belirtmektedir. Katılımcıların burada uyumdan ne anladıkları büyük önem taşımaktadır ve hala Almanya’ya uyum sağlamayanların oranı da az değildir. Bu noktada uyum sağlayamayanların uyum sağlayamama nedeni olarak “dil sorunu”nu (Tablo 25) gösterdikleri görülmektedir. Almanya’da yaşayan Türk vatandaşlarının en büyük sıkıntı olarak Almanca dil bilme düzeylerinin düşük olmasını belirtmeleri belki de onların ana vatanlarına duydukları bağlılıktan ve iyi düzeyde Almanca bilmenin ana dili bozma düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden gurbetçi vatandaşlar fırsat buldukça anavatanlarına gelmekte ve tatillerini başka ülkelerde geçirmek yerine katılımcıların neredeyse tamamına yakını anavatanlarında hasret gidermeyi (Tablo 26) tercih etmektedir. Katılımcıların yarısının kendilerini buldukları ülkede yalnız hissetmemek, boşluğa düşmemek, kültürü yaşatmak ve sürdürmek, kendi soydaşlarıyla bir arada olmak, onlarla vakit geçirmek adına Almanya’da herhangi bir Türk dernek, kurum, kuruluş ya da cemaat çatısı altında (Tablo 27) toplandığı görülmektedir. Yabancı bir ülkede kendi kültürlerine, dillerine, dinlerine, soydaşlarına bu denli bağlı olan göçmen vatandaşlar kendilerini ait hissettikleri ülkenin hükümetinin kendi sorunlarıyla “kısmen” ilgilendiğini belirtmekte, kendi sorunlarıyla Türk hükümetinin “yeterince” ilgilendiğini belirten katılımcıların (% 15,8) oranının azlığı (Tablo 28) ise dikkat çekmektedir. Bu noktada Almanya’da yaşayan Türk vatandaşlarının Türk hükümetinin yasal destek noktasında yetersiz kaldığını düşündükleri söylenebilir.

Kültürlerarası uyum ve diyalog bağlamında Almanya’da yaşayan Türklerin iletişimsel çevreleri ve bu çevrelerde daha çok hangi dili kullandığı büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda iletişimsel ortamlarında daha çok Türk bulunan katılımcıların günlük iletişimlerinde ağırlıklı olarak hem Almancayı hem de Türkçeyi (Tablo 29) kullandıkları, ancak evde aileleriyle iletişim kurarken daha çok Türkçeyi (Tablo 30) tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcılar her iki dili de iyi konuşabildiklerini (Tablo

31), Türkçelerini geliştirmek için herhangi bir Türkçe eğitim programına ihtiyaç duymadıklarını (Tablo 33) ve kendilerini Türkçe dilinde daha iyi ifade edebildiklerini (Tablo 32) belirtmektedirler. Bu durumda katılımcıların okul, iş, alış-veriş, gibi durumlarda hem Türklerle hem Almanlarla hem de diğer yabancı uyruklu vatandaşlarla iletişim kurabilmeleri gerekli olduğundan katılımcılar günlük iletişimlerinde iki dili birden kullanmaktadır denilebilir. Aileleriyle evde daha çok Türkçe iletişim kurmayı tercih eden katılımcıların günlük iletişimde Almancayı da kullanmaları onların Türkçe bilmeyen insanlarla iletişim kurmak adına yani bir zorunluluktan dolayı Almancayı tercih ettikleri çıkarımının yapılabilmesini mümkün kılmaktadır. Her iki dili de iyi konuşabildiklerini ancak kendilerini Türkçe dilinde daha iyi ifade edebildiklerini belirten katılımcıların Türkçe düşündükleri ve anlatmak istediklerini Türkçe kavramlarla daha kolay ifade edebildikleri söylenebilir.

Almanya'da yaşayan Türklerin anavatanlarına bağlılıklarını gösteren olgulardan biri de göçmen Türklerin anavatanlarında gelişen olayları ne kadar yakından takip ettikleri durumudur. Büyük bir çoğunluğunun Türkiye'de yaşanan olayları her gün takip ettiğini (Tablo 34) belirten katılımcıların bu takibi ağırlıklı olarak Türk kaynaklı televizyon kanalları üzerinden (Tablo 35) gerçekleştirdiği görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu Türkiye'de yaşanan gelişmeleri Türkçe yayın yapan televizyon kanallarından takip etseler de katılımcılar ülkelerarası olumlu ve olumsuz haberlerin ne Türk medyası tarafından ne de Alman medyası tarafından tarafsız verildiğini (Tablo 36) düşünmektedir. Ancak Alman medyası ile Türk medyası karşılaştırıldığında katılımcıların Alman medyasına göre Türk medyasının haberleri daha objektif aktardığını düşündükleri söylenebilir ve katılımcıların Alman medyası karşısında Türk medyasına daha çok güvendiği yorumu yapılabilir. Katılımcıların dörtte birinden biraz fazlası medya organlarının kendilerini entegrasyon konusunda yönlendiriyor olabileceğini düşündüklerini (Tablo 37) belirtmektedir ve bu yönlendirmenin daha çok televizyon tarafından yapıldığı kanaatini taşıdıkları (Tablo 38) görülmektedir.

Kültürü yaşatma ve sürdürme konusunda yaşanan ülkede azınlık toplumunun kurduğu ya da oluşturduğu dernekler, kuruluşlar, kulüpler, camiler ve cemaatler büyük önem taşımaktadır. Ancak toplumun büyük bir çoğunluğuna ulaşması ve hedef kitleye yönelik faaliyetler sürdürmesi açısından kitle iletişim araçlarının da kültürü yaşatma ve sürdürme konusundaki etkinliği yadsınamaz. Bu etkinliğin yadsınamadığı katılımcıların verdiği cevaplar sayesinde de pekiştirilmektedir. Katılımcılar, kitle iletişim araçlarının

kültürlerini yaşatma ve sürdürme konusunda etkili olduğunu (Tablo 39) belirtmekte, kitle iletişim araçlarının Türkiye ile olan bağlarını canlı tuttuğunu (Tablo 40) söylemekte ve kitle iletişim araçlarından en çok televizyonun Almanya'daki göçmenlerin sorunlarına yer verdiğini (Tablo 41) düşündüklerini kaydetmektedir.

Kültürlerarası uyum ve diyalogun tam olarak sağlanamamasının çok çeşitli sebepleri olduğunu söylemek mümkündür. Katılımcılara göre iki kültürün uyumu ve iletişiminin önündeki en büyük engel “basın ve medya”dır (Tablo 42). Bu bağlamda katılımcılar Türk ve Alman kültürünün birbirine uyum sağlayamamasında ve iki kültürün sağlıklı iletişim kuramamasında basın ve medya organlarının payının büyük olduğunu düşünmektedir. Diğer yandan katılımcıların % 32,5'i kitle iletişim araçlarından televizyonun yaptığı yayınlarla Almanya ile uyumlarına katkı sağladığına (Tablo 43) inandıklarını belirtmekte ve katılımcıların neredeyse yarısı “her gün” televizyon izlediğini (Tablo 44) dile getirmektedir. “Sıklıkla” izliyorum cevabıyla bu oran neredeyse dörtte üçlere kadar çıkmaktadır. En çok takip edilen kitle iletişim araçlarından biri olma özelliğini taşıyan televizyonda uydu sistemleriyle birlikte çok sayıda kanal yer almaktadır. Tematik kanallarla birlikte amaca göre kurulan çok farklı kanal yelpazesi içerisinde katılımcılar en çok “Atv Avrupa” izlediklerini (Tablo 45) belirtmekte ve televizyon kanallarında en çok haber bültenlerini (Tablo 46), gelişmelerden haberdar olmak adına takip ettiklerini (Tablo 47) kaydetmektedir.

Görsel basın hem göze hem de kulağa hitap ettiğinden diğer kitle iletişim araçları içerisinde en fazla takip edilen medya organı olma özelliğini taşımaktadır. Yazılı basının yalnızca göze hitap etmesi ve bireylerin gazeteyi okumak için hem kendini yorması hem de karşılığında belli bir ücret ödemesi belki de yazılı basının daha az takip edilmesini beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların yalnızca dörtte birlik bir kısmı Türkçe basılan gazeteleri “bazen” okuduğunu (Tablo 48) dile getirmekte ve gazetelerden en çok “Hürriyet Avrupa”yı (Tablo 49), Türkiye ile ilgili gelişmelerden haberdar olmak adına (Tablo 50) okuduklarını ifade etmektedirler. Yalnızca kulağa hitap eden ve herhangi bir işle meşgulken bile dinlenilebilen bir kitle iletişim aracı olan radyo, katılımcılar tarafından “nadiren” takip edilen (Tablo 51) ve bu yönüyle görsel ve yazılı basına oranla daha az tercih edilen bir medya organıdır. Diğer kitle iletişim araçlarına oranla radyoyu daha az takip ettiklerini dile getiren katılımcılar Almanya'da pek çok radyo istasyonu içerisinde en çok “Metropol FM”i (Tablo 52), Türkçe müzik dinlemek amacıyla (Tablo 53) takip ettiklerini söylemektedir.

Kuşaklar arası karşılaştırma yapılan bazı çalışma, makale ya da yazılarda Almanya’da yeni yetişen üçüncü kuşakla birlikte Türk dilinin, dininin, kültürünün, gelenek ve göreneklerinin giderek yozlaştığı ya da yozlaşacağı çıkarımı yapılmakta ve bundan sonraki kuşaklarda asimilasyonun hız kazanacağı öngörüsü savunulmaktadır. Bu konu gerçekten merak edilen ve araştırılan bir konu olma özelliği göstermektedir. Anket çalışmasından elde edilen veriler kapsamında katılımcıların bazı sorulara verdiği cevaplar yaş aralıkları ile karşılaştırılmış ve bu sorularda kuşaklar arası karşılaştırma yapılması amacı güdülmüştür. Bu kapsamda birinci ve ikinci kuşak olarak adlandırılan yaş gruplarının Almanya’yı vatan olarak benimseyemediği, üçüncü kuşağın ise Almanya’yı “kısmen” vatan olarak kabul ettiği (Tablo 54) sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle üçüncü kuşağın Almanya’yı vatan olarak benimseme konusunda kafasının karışık olduğu söylenebilir. Yapılan çapraz tablo analizlerinden elde edilen veriler ışığında Almanya’da yaşayan Türklerin Almanya’yı vatan olarak görme duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu (Chi-Square: 27.712^a, p(0.023) <0.05), Almanya’yı vatan olarak benimseyip benimsememe durumunun yaş olgusundan bağımsız olmadığı söylenebilir. Almanya’ya çalışmak amacıyla gelen ilk kuşağın dil bilmeme sorunu nedeniyle Almanya’da çok sıkıntı çektiği bir gerçektir. Yabancı bir ülkede yaşamı idame ettirebilmek için belli bir düzeyde o ülkenin dilinin öğrenilmesi gerekir. Katılımcılardan birinci ve ikinci kuşağın Almanca dil bilme düzeyleri iyi değilken, üçüncü kuşak gençlerin hem Almanca hem de Türkçe dil bilme düzeyleri diğer iki kuşağa göre yüksektir (Tablo 55). Bu durumda çapraz tablo analizlerindeki verilere dayanarak katılımcıların dil bilme düzeyleri ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından (Chi-Square: 1.356E2^a, p(0.000) < 0.05) söz edilebilir, katılımcıların iki dilden birini daha iyi konuşabilmesinin ya da her ikisini de iyi konuşabilmesinin yaş olgusuyla anlamlı bir ilişkisi vardır, bu durum yaş olgusundan bağımsız değildir. Almanya’yı vatan olarak benimseme noktasında kararsız olan üçüncü kuşağın kendini Türk ulusuna daha yakın hissettiği, ikinci ve birinci kuşağın da kendini Türk milletine daha yakın gördüğü (Tablo 56) saptanmaktadır. Bu bağlamda her üç kuşakta da benlik kaybı yaşanmadığı görülmekte ve ana vatanlarına bağlılıklarını her fırsatta dile getiren göçmenlerin yabancı bir ülkede olmalarına karşın kimliklerini koruduğu gözlenmektedir. Yapılan çapraz tablo analizlerinden elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların kendisini iki milletten birine ya da her ikisine de yakın görmeleri durumu ve yaş olgusu arasında gözlenen farkın anlamlı olmadığı

görülmektedir (Chi-Square: 23.651^a, $p(0.540) > 0.05$). Katılımcıların kendilerini hangi millete ait hissedip hissetmedikleriyle yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir, aitlik duygusu yaş olgusundan bağımsızdır. Buna paralel olarak her üç kuşak da Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak istediğini (Tablo 57) dile getirmektedir. Çapraz tabloda elde edilen verilere dayanarak katılımcıların Türkiye’de yaşamak ya da çalışmak isteyip istememe duyguları yaş olgusuyla anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı söylenebilir. (Chi-Square: 11.976^a, $p(0.287) > 0.05$). Başka bir deyişle katılımcıların Türkiye’de yaşamak isteyip istememe duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı söz konusu değildir. Bu duygu, yaş olgusundan bağımsızdır. Arkadaş ortamlarında daha çok Türklerin olduğu birinci ve ikinci kuşak gibi üçüncü kuşak da arkadaş ortamlarında Türklere yer vermekte (Tablo 58) ve daha çok Türklere iletişim kurmaktadır. Konuyla ilgili çapraz tablo analizinden elde edilen veriler çerçevesinde katılımcıların arkadaş ortamlarındaki kişilerin Türk ya da Alman olması yaş olgusu ile anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilir (Chi-Square: 26.556^a, $p(0.033) < 0.05$). Diğer bir ifadeyle; katılımcıların arkadaş ortamlarında daha çok Türk ya da Alman vatandaşlarının bulunması ile yaş olgusu arasından anlamlı bir ilişki vardır. Katılımcıların Türk ya da Alman vatandaşlarını arkadaş olarak seçme durumları yaş olgusundan bağımsız değildir. Kitleleri yönlendirme işlevini başarıyla yerine getiren kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon her üç kuşak tarafından da “her gün” veya “sıklıkla” (Tablo 59) takip edilmektedir. Konuyla ilgili çapraz tablodan elde edilen veriler çerçevesinde katılımcıların televizyonu takip etme sıklığı ve yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Chi-Square: 69.952^a, $p(0.000) < 0.05$). Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını takip etme sıklığı yaş olgusundan bağımsız değildir. Ancak üçüncü kuşağın yazılı basını birinci ve ikinci kuşağa göre daha az okuduğu görülmekte her üç kuşağın da toplamda daha fazla televizyon izleyip daha az gazete okuduğu (Tablo 60) tespit edilmektedir. Çapraz tablolardan elde edilen veriler çerçevesinde katılımcıların gazete okuma sıklığı ile yaş olgusu arasında gözlemlenen farkın anlamlı olmadığı görülmektedir (Chi-Square: 30.450^a, $p(0.063) > 0.05$). Bu durumda Türkçe gazeteleri okuma sıklığının yaş olgusu ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığı ve gazete okuma sıklığının yaş olgusundan bağımsız olduğu söylenebilir. Her üç kuşağın da işitsel medyayı “nadiren” dinlediği ya da “hiç” dinlemediği (Tablo 61) saptanmakta ve yine her üç kuşak radyoyu televizyon ve gazete karşısında daha az takip etmektedir. Konuyla ilgili çapraz tablodan elde edilen veriler ışığında katılımcıların radyo dinleme

sıklığı ve yaş olgusu arasındaki farkın anlamlı olduğu ifade edilebilir (Chi-Square: 37.132^a, p (0.001) < 0.05). Başka bir ifadeyle katılımcıların radyo dinleme sıklığının yaş olgusu ile anlamlı bir ilişkisi vardır, radyo takip etme sıklığı yaş olgusundan bağımsız değildir.

Anket sonuçları ve değerlendirmelerinin ardından aşağıda kitle iletişim araçlarının yayın içeriklerine ait ulaşılan sonuçlar ve değerlendirmeler yer almaktadır.

Örneklem olarak yazılı basından Hürriyet Avrupa ve Zaman Avrupa Gazetesi'nin ele alındığı çalışmada gazetelerin haberlerinin ağırlıklı olarak Türkiye haberlerini kapsadığı görülmekte ancak katılımcıların ankette verdikleri cevaplar (Tablo 50) çerçevesinde bu durumun okuyucu talebi olarak değerlendirilebileceği söylenebilmektedir. Bunun dışında gazetelerin kendi inisiyatifleri dâhilinde hedef kitleyi bilgilendirmek amacıyla sosyal güvenlik, eğitim gibi konularda özel yazılar ya da yazı dizileri hazırlaması Almanya'daki Türklerin uyumuna bir açıdan katkı sağladığının çıkarımının yapılabilmesini mümkün kılmaktadır. Ancak katılımcıların anketlere verdikleri cevaplar göz önüne alındığında Almanya'da göçmenlerin pek çok sorununun olduğu (Tablo 22 / 23) açıkça görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının bu sorunları da göz önünde bulundurması ve bu konularda hedef kitleyi olumlu bir şekilde yönlendirmesi gerektiği söylenebilir.

Yazılı basının on altı günlük periyod çerçevesinde gazeteyle basılan haberleri sayısal olarak analiz edilmiş ve her iki gazetede yer alan toplam haber sayısı (Tablo 62) Hürriyet Avrupa'da 736, Zaman Avrupa'da 836 olarak tespit edilmiştir. Bu haberler içerisinde Hürriyet Avrupa'da toplam; 46 "olumlu" - 23 "olumsuz" ve Zaman Avrupa'da 46 "olumlu" - 13 "olumsuz" haber (Tablo 62) saptanmıştır. Gazetede yer alan haber sayılarının günlük ortalama hesapları yapıldığında Hürriyet Avrupa günlük ortalama 46 haber yayımlamış ve bu haberlerden 2,8'i olumlu, 1,4'ü olumsuz haber olarak sayfalarda yer almıştır. Zaman Avrupa ise günlük ortalama 52 haber yayımlamış ve bu haberlerden 2,8'i olumlu, 0,8'i olumsuz haber olarak sayfalarda yer etmiştir. Bu rakamlara bakıldığında sayfalarda yer alan günlük ortalama haber rakamlarına oranla olumlu entegrasyon haberlerinin az sayıda olması dikkat çekmektedir. Ancak yazılı basında yer alan entegrasyon haberlerinin azlığının Almanya'da Türklerin entegrasyonuna ilişkin çalışmaların, etkinliklerin, faaliyetlerin ve organizasyonların azlığına da işaret ettiği belirtilebilir. Olumsuz haber sayılarının toplam habere oranla bu

kadar az olması ise Alman ve Türk toplumunun birbiriyle entegre olabilmesi açısından olumlu olarak değerlendirilebilir.

Örnekleme olarak görsel basından Kanal Avrupa ve Euro Star'ın ele alındığı çalışmada kanalların Almanya'daki Türkleri Almanya'ya değil daha çok Türkiye'ye entegre etmeye yönelik yayın içeriği hazırladıkları görülmektedir. Katılımcılar tarafından en çok takip edilen kitle iletişim aracı olma özelliğine sahip olan televizyon yine katılımcıların fikrine göre katılımcıları entegrasyon konusunda en çok yönlendiren ve uyuma katkı sağlayan kitle iletişim aracıdır. Bu bağlamda televizyonların yayın içerikleri çok önemlidir. Kanalların günlük on beş saatlik (09.00 – 24.00) yayın içerikleri incelenmiştir ve Kanal Avrupa Televizyonunun farklı program türünde toplam 20 farklı yayını izler kitleyle buluşturduğu saptanmış Euro Star Televizyonunun yayınlarının ise büyük bir kısmının Star televizyonunda yayınlanan programlardan oluştuğu ve hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan farklı program türlerinde toplam 6 yayın, hedef kitlesi Almanyalı Türkler olan toplam 2 yayın tespit edilmiştir. Bu yayınlar program türü bazında değerlendirildiğinde Kanal Avrupa Televizyonu'nda tartışma – haber – bilgi ağırlıklı program türünde 5 yayın, müzik – eğlence türünde 8 yayın ve dini program türünde 5 farklı yayının yer aldığı, Euro Star televizyonunda hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan haber ve eğitim içerikli program türünde 3 yayının, müzik – eğlence türünde 2 yayının ve sağlık türünde 1 yayının yer aldığı görülmektedir. Kanal Avrupa'da yayınlanan haber – tartışma türü programların Almanya'daki Türkleri entegrasyon konusunda kısmen yönlendirdiği yayın içeriklerine bakılarak söylenebilmektedir. Ancak bu yönlendirme kimi zaman olumlu kimi zaman olumsuz yönde olmaktadır. Euro Star televizyonunda hedef kitlesi Avrupalı Türkler olan “Paragraf” isimli program Avrupalı Türkleri sosyal güvenlik yasası konusunda bilgilendirmeyi ve “Lernen Macht Stark / Öğrenmek Güç Verir” isimli program da Avrupalı Türkleri bilinçli çocuk yetiştirme konusunda bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Bunun dışında her iki kanalda da yer alan yayınlar daha çok yerli dizi, müzik – eğlence ve dini içerikli yayınlardır. Bu açıdan Kanal Avrupa'nın yayın akışını kısmen entegrasyon ama daha çok bilgilendirme / bilinçlendirme açısından düzenlediği ve hedef kitlesinin (Euro Star televizyonuna göre) tamamen Avrupalı / Almanyalı Türkler olduğu söylenebilir. Ancak Kanal Avrupa'nın izlenme oranının Euro Star televizyonunun izlenilirliği karşısında çok düşük olduğu Tablo 45'te görülmektedir. Yerel ve bölgesel yayın yapan televizyonların genellikle ulusal televizyonlara göre daha

az takip edildiği bilinmektedir. Katılımcıların ankette verdikleri yanıtlar doğrultusunda (Tablo 46) Euro Star televizyonunda daha çok yerli dizilerin yayınlanması ve Kanal Avrupa televizyonunda din ve ahlak programlarıyla eğlence programlarının fazla olması izleyici talebi olarak değerlendirilebilir. Kanal Avrupa'da haber bültenine rastlanılmamıştır. İzler kitlenin haber ihtiyacı 24 saat ekranın alt kısmından akan haber bilgi bandıyla sağlanmaktadır. Star televizyonunda ise hafta içi ve hafta sonu yayınlanan Euro Haber bülteni yer almaktadır. Bu kapsamda 02 – 17 Haziran 2014 tarihleri arasında incelenen haber bülteninde toplam 78 haber (Tablo 72) yer almış ve bunlardan 20 tanesi olumlu 7 tanesi olumsuz haber kategorisinde değerlendirilmiştir. Haber sayılarının günlük ortalama hesapları yapıldığında bültende günde 6 haber yayınlanmış ve bunlardan 1,5'i olumlu 0,5'i olumsuz haber olarak bültende yer almıştır. Olumsuz haberlerin az olması Türk ve Alman toplumun birbirine entegre olabilmesi açısından olumlu olarak değerlendirilebilir. Elde edilen ortalamalar yazılı basınla karşılaştırıldığında ve haber bülteninin kısalığı göz önüne alındığında makul ancak yetersiz bir sayı olarak değerlendirilebilir. Ancak görsel basında yer alan entegrasyon haberlerinin azlığının Almanya'da Türklerin entegrasyonuna ilişkin çalışmaların, etkinliklerin, faaliyetlerin ve organizasyonların azlığına da işaret ettiği belirtilebilir. Neticede örneklem olarak incelenen görsel basının, katılımcıları Almanya'ya ve Alman toplumuna entegrasyon konusunda tam olarak yönlendirmediği çıkarımı yapılabilir. Ve her ne kadar Türklerin sorunlarını ele alan onları yasal haklar konusunda bilgilendiren programlar yer alsada Alman dilini, Alman kültürünü, gelenek ve göreneklerini tanıtan ya da Almanca dil öğrenme düzeylerini geliştiren, Alman vatandaşlarıyla uyum konusunda yönlendiren herhangi bir program türüne ya da içeriğine Türk televizyonlarında rastlanılmadığı ifade edilebilir.

Örneklem olarak işitsel basından Metropol FM ve Sky Radyo'nun ele alındığı çalışmada radyolardan Metropol FM'in Almanya'daki Türkleri Almanya'ya, Alman toplumuna entegrasyon konusunda tam anlamıyla olumlu yönlendirdiği ancak Sky Radyo'nun 24 saat yalnızca müzik yayını yaptığı belirtilerek entegrasyona yönelik herhangi bir yayın içeriğine Sky Radyo'da rastlanmadığı söylenebilir. Katılımcıların ankette verdikleri cevaplar göz önüne alındığında katılımcıların radyoyu nadiren dinlediği ya da hiç dinlemediği saptanmış ve radyo dinleyen katılımcıların en çok Metropol FM'i takip ettiği görülmüştür. Sky Radyo'nun 24 saat canlı müzik yayını yapması ve yayın saatleri içerisinde herhangi bir radyo programına rastlanmaması

nedeniyle Sky Radyo hakkında herhangi bir değerlendirmeye gidilememiştir. Ancak katılımcıların Tablo 53'teki soruya verdikleri yanıtlar göz önüne alındığında Sky Radyo'nun 24 saat yalnızca Türkçe müzik yayını yapması ve Metropol FM'in müziklere yer vermesi dinleyici talebi olarak değerlendirilebilir. On altı günlük yayın akışı periyodu içerisinde "Metropol FM Gündemi" başlığı altında hedef kitleye toplam 84 haber (Tablo 74) iletilmiştir. Bunlardan 15'i olumlu entegrasyon haberi 1'i ise olumsuz entegrasyon haberi. Metropol FM'de yer alan haber sayılarının günlük ortalama hesapları yapıldığında bir günde ortalama 5,2 haber yer almakta ve bu haberlerin 0,9'u olumlu, 0,06'sı olumsuz haber olarak hesaplanmaktadır. Olumsuz entegrasyon haberinin incelenen yayın periyodu içerisinde yok denecek kadar az olması her iki toplumun birbirleriyle uyumu açısından olumlu olarak nitelendirilebilir. Toplam haber sayısı içinde olumlu haberlerin sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Ancak Metropol FM'in "Metropol FM Gündemi" dışında "Metropol FM Günün İçinden", "Metropol FM Günün Konusu", "Metropol FM Süd-West", "Rheinland Pfalz Aktüel", "Rhein-Mainz", "Rhein Necker Gündemi", "Baden-Württemberg Aktüel" ve "Rheinland Pfalz Günün Konusu" programlarında entegrasyona yönelik çeşitli haberler verdiği göz önüne alındığında ve diğer kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında "Metropol FM Gündemi" programı bazında, olumlu entegrasyon haberi sayısının makul bir sayı olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Metropol FM'in yayınları incelendiğinde radyonun her saat başı Almanca ve dünya haberlerini Almanca dilinde sunduğu, Türkiye haberlerini Türkçe seslendirdiği, yayın yaptığı bölgelerdeki hava, yol ve radar durumunu hedef kitleye bildirdiği, programlarda sunucuların göçmenlere yönelik konular üzerinde konuştuğu, yayıncıların programlara Alman ve Türk konuklar davet ettiği, bölgelere ait haberlere yer verdiği ve bu haberlerde göçmenlerin sorunlarına, göçmenlere yönelik yapılan entegrasyon faaliyetlerine, Almanya ile ilgili ve Almanya'daki göçmenleri ilgilendiren haberlere yer verdiği, Almanların dini bayramlarını, gelenek ve göreneklerini tanıttığı, her gün Türkiye'de bir ili, ilçeyi, yöreyi anlattığı, göçmenlerin entegrasyonuna ilişkin konularda Alman ya da Türk uzmanlarla röportajlara yer verdiği, hem Almanya'ya entegrasyonun sağlanması hem de Türk dilinin, kültürünün, geleneklerinin unutulmaması adına programlar hazırladığı tespit edilmiştir. Bu nedenle katılımcıların ankette verdiği cevapların aksine radyonun, örneklem olarak incelenen görsel ve yazılı basına oranla daha fazla entegrasyona katkısının olduğu söylenebilir. Ancak burada ele alınan

örneklem dâhilinde Metropol FM'in kendi inisiyatifi çerçevesinde tüm bu programları hazırladığı unutulmamalı ve Almanya'daki Türklere yönelik yayın yapan Sky Radyo'da bu tür programlara rastlanılmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmada öngörülen araştırma soruları ve hipotezler hakkında elde edilen sonuçlar aşağıda açıklanmaktadır.

Araştırma Soruları;

- * Almanya'da Türk göçmenlere yönelik yayın yapan medyanın yayın içerikleri göz önüne alındığında Almanya'daki Türkleri entegrasyona olumlu yönlendirme noktasında yetersiz olduğu görülmektedir.
- * Almanya'da Türk göçmenlere yönelik yayın yapan medyanın entegrasyona dair yayım ve program içerikleri ağırlıklı olarak Türkiye ile ilgili içeriklerden oluşmaktadır. Kitle iletişim araçları bu içeriklerle Almanya'daki Türkleri Almanya'ya entegrasyon konusunda değil daha çok Türkiye'ye entegrasyon konusunda yönlendirmektedir.
- * Almanya'da yayın yapan Türk medya kuruluşlarından özellikle görsel basın Almanya'daki Türk toplumu tarafından her gün / sıklıkla takip edilmekte, yazılı basının takibi görsel basına oranla daha aşağı seviyelerde yer almakta ve işitsel basının takibi hem görsel hem yazılı basına oranla daha da düşük seviyelerde görülmektedir. Kitle iletişim araçlarından en çok görsel basının yaptığı yayınlar izleyici üzerinde etkili olmaktadır.

Hipotezler;

- * Almanya'daki Türklere yönelik yayın yapan yazılı ve işitsel medyanın entegrasyona teşvik edici içerikte yayınları bulunmaktadır. Ancak bu yayınlar (Metropol Fm hariç) Almanya'daki Türkleri entegrasyona teşvik etmek noktasında yetersiz görünmektedir.
- * Almanya'daki Türklere yönelik yayın yapan yazılı, görsel ve işitsel medyanın birbirinden farklı niteliklerde ve içeriklerde yayınları vardır. Bu nedenle entegrasyon sürecine katkısı birbirinden farklı özellikler sergilemektedir. İşitsel basın diğer kitle iletişim araçlarına oranla entegrasyon sürecine daha fazla katkı sağlamakta, yazılı basın da görsel basına oranla entegrasyon sürecinde daha etkin rol oynamaktadır.

Entegrasyon sürecine en az katkı sağlayan ancak en çok takip edilen kitle iletişim aracı görsel basın olarak tespit edilmiştir.

- * Almanya’da yayın yapan Türk medyası aynı zamanda paralel toplumun oluşmasında da önemli bir etkiye sahiptir. Çünkü kitle iletişim araçlarının yayın ve yazı içerikleri incelendiğinde daha çok Türk toplumunu birbirine bağlayan, yoğunlukla Türk toplumundan haberler veren, Türk toplumunun kültür, din, gelenek ve göreneklerinin yer aldığı içeriklere yer verildiği görülmektedir.
- * Almanya’daki Türklere yönelik yayın yapan medya, göçmenlerin kültürünü yaşatmasında etkilidir (Tablo 39). Öyle ki yazı ve yayın içeriklerinin merkezini ağırlıklı olarak Türkiye oluşturmaktadır.
- * Almanya’daki Türklere yönelik yayın yapan medya, göçmenler ile Türkiye arasındaki bağların canlı kalmasında etkilidir (Tablo 40).
- * Almanya’da ulusal olarak yayın yapan görsel Türk medyası aynı ülkede yerel olarak yayın yapan görsel medyaya göre ülkedeki göçmenlerle ilgili içeriğe daha az yer vermektedir. Örnekleme olarak ele alınan Kanal Avrupa’nın yayın içeriği tamamen Avrupalı Türklere yönelik hazırlanırken Euro Star televizyonunun yayın içeriği daha çok Türkiye’ye yayın yapan Star televizyonuyla paralellik göstermektedir. Euro Star televizyonunun birkaç yayın dışında hedef kitlesi Türkiye olan program içeriklerine yer verdiği görülmektedir.
- * Almanya’da yayın yapan Türk medyası Türkler tarafından ilgi ile takip edilmektedir. Bu medya araçlarından en çok televizyon katılımcılar tarafından “her gün” izlenilmekte, gazete “bazen” okunmakta ve radyo “nadiren” dinlenilmektedir.
- * Almanya’da yaşayan Türklerin Almanya’yı vatan olarak görme duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Tablo 54).
- * Katılımcıların dil bilme düzeyleri ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Tablo 55).
- * Katılımcıların aidiyet duyguları ve yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı saptanmıştır (Tablo 56).

- * Katılımcıların Türkiye’de yaşamak ve çalışmak isteme duyguları ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin söz konusu olmadığı belirlenmiştir (Tablo 57).
- * Katılımcıların iletişimsel ortamlarında hangi uyruktan kişilerin olduğu bulgusu ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 58).
- * Katılımcıların Almanya’daki Türkçe televizyon kanallarını takip etme sıklığı ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebildiği saptanmıştır (Tablo 59).
- * Katılımcıların Almanya’daki yazılı basını takip etme sıklığı ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Tablo 60).
- * Katılımcıların Almanya’daki işitsel basını takip etme sıklığı ile yaş olgusu arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından söz etmenin mümkün olduğu belirlenmiştir (Tablo 61).

Sonuç olarak; katılımcıların anketteki sorulara verdikleri cevaplar dâhilinde katılımcıların kendini Türk hissettiği ve Türk ulusuna daha yakın gördüğü saptanmaktadır. Katılımcılar Almanya’ya Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarını takip etmekte ve bu araçlardan en çok televizyon katılımcılar tarafından ilgi ile takip edilmektedir. Almanya’ya Türkçe yayın yapan kitle iletişim araçlarının Almanya’daki Türkleri entegrasyon konusunda olumlu / olumsuz yönlendiren yayınları, yazıları bulunmakta ve olumlu yayın ve yazılar yetersiz görülmektedir. Yayınların içeriği daha çok Türkiye ağırlıklı olmaktadır. En çok takip edilen kitle iletişim araçlarından biri olma özelliği gösteren (özellikle ulusal) televizyonun program türü noktasında yayınlarını gözden geçirmesi gerektiği söylenebilir.

Elbette Almanya’da yaşayan Türk vatandaşlarının Türkiye ile ilgili gelişmelerden haberdar olmaya, Türk kültürüne, gelenek ve göreneklerine, dinine ait program içeriklerine, Türkçe müzik – eğlence ve haber programlarına, Türk dizilerine ihtiyacı vardır. Kastedilen kitle iletişim araçlarının tamamen Almanya’dan, Alman toplumundan ve kültüründen haberler vermesi ya da sürekli entegrasyona yönelik yayınlar yapması ve Türkleri kültürlerinden koparması değildir. Ancak yayın saatleri düzenlenerek her iki ülkeyi de ilgilendiren, iki toplumun kaynaşmasını sağlayabilecek, Almanca dil bilme düzeylerini geliştirebilecek, Türk kültürünün devamını sağlayacak Alman kültürünün tanıtımını yapacak programlara ve yazılara da yer verilebilir. Bu

doğrultuda Türkçe yayın ve yayım yapan kitle iletişim araçları kendi inisiyatifleri dâhilinde Türk kültürünü, gelenek ve göreneklerini, dilini, dinini Almanca anlatan yayın içerikleri, haberler ve yazı dizileri hazırlayabilir, aynı şekilde Alman kültürünü, dilini, dinini, gelenek ve göreneklerini Türkçe anlatan programlar ve yazılar hazırlayıp yayınlayabilir. Ancak burada kitle iletişim araçlarının kullandığı dil büyük önem arz etmektedir. Kitle iletişim araçları hazırladıkları yayınların içeriğinde entegrasyonu sağlayacak ve teşvik edecek şekilde uzlaşmacı ve tarafsız bir dille hazırlanan içerikleri hedef kitleye sunmalıdır. Bu sayede bir yandan göçmen Türklerin Almanya'ya Alman toplumunun da Türk toplumuna entegrasyonunu sağlarken diğer yandan da Alman ve Türk toplumu arasında kültür köprüsü oluşturabilir. Ancak bu köprünün bir ayağını Türk tarafı diğer ayağını da Alman tarafı oluşturduğu takdirde köprünün sağlam bir şekilde ayakta kalması sağlanabilir. Ele alınan çalışmanın konusu kapsamında Türklerin Almanya'ya entegrasyonu noktasında Almanya'da yaşayan Türk toplumu ve Türk medyasına olduğu kadar elbette Alman toplumuna ve Alman medyasına da büyük görevler düştüğü ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- ABADAN-UNAT, N, (2002);“Bitmeyen Göç: Konuk İşçilikten Ulus-Ötesi Yurttaşlığa”. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, Sy:38.
- ADIGÜZEL, Y, (2011);“Almanya’da Kültürel Çatışma Alanı Olarak Türkçe”. Sosyoloji Dergisi, 3. Dizi, 22. Sayı, Sy: 231 – 233.
- ADIGÜZEL, Y, (2012); “Yeni Vatanda Dini ve İdeolojik Yapılanma - Almanya’daki Türk Kuruluşları”. Şehir Yayınları, 1. Baskı İstanbul 2011.
- AKINCI, M.A, (2014);“Fransa’daki Türk Göçmenlerinin Etnik ve Dini Kimlik Algıları”. Bilig, Yaz, Sayı 70, Sy: 29-58. (<http://bilig.yesevi.edu.tr/yonetim/icerik/makaleler/4-published.pdf> Erişim Tarihi: 31.08.2015)
- AKTAY, Y, (2014);“Almanya’da Müslümanlar” Toplumsal Etkileşim Sürecinde Sorun ve Perspektifler. Kadim Yayıncılık, Ankara, Nisan 2014.
- ALBAYRAK, N, (2011); “Almanya ve Göç - 50. Yılında Almanya’daki Türkler” Sempozyumu. 1-2 Kasım 2011 / Berlin, T.C Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Sy:37. Alıntı: “Ya Almanlar Önden Buyurun Deseydi” Nuh Albayrak. nuh.albayrak@tg.com.tr Türkiye Gazetesi.
- Avrupa Konseyi Raporu (2011) “Birlikte Yaşama - 21. Yüzyıl Avrupa’sında Çeşitliliklerle Özgürlüklerin Bir Araya Getirilmesi”. Avrupa Konseyi Seçkin Kişiler Grubu Tarafından Hazırlanan Rapor. Turkish Translation of the Report of the Group of Eminent Persons of the Council of Europe on “Living Together – Combining diversity and freedom in 21st century Europe”. Original: English. 2011, Strasbourg, France.
- BEDİRHAN, Y, (2009);“Avrupa Birliği Ülkelerinde Yaşayan Türk Çocuklarının Kültürel Uyum Sorunları ve Çözüm Önerileri”. Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi. Akademik Bakış Sayı:16, Nisan, Sy: 3 – 6.
- BİLGİN, N, (2007); “Kimlik İnşası”. İzmir, Aşına Kitaplar.
- BİRKÖK, C, (1994);“Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Sorunu”. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, <http://www.insanbilimleri.com/kitaplar/bskimlik/kaynaklar.htm> (e-tez)

- BULUT, Y, (2014);“Almanya’da Müslümanlar” Toplumsal Etkileşim Sürecinde Sorun ve Perspektifler. Kadim Yayıncılık, Ankara, Nisan 2014.
- CANATAN, K, (2009);“Avrupa Toplumlarında Çokkültürcülük: Sosyolojik Bir Yaklaşım”. Balıkesir Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Volume 2/6 Winter.
- CANATAN, K, (2011);“Hollanda’da Etnik İlişkiler Gettolaşma ve Paralel Toplum Tartışmaları”. Sosyo - Ekonomi Dergisi Özel Sayı, Sy: 14 – 21.
- CENGİZ, S, (2009);“Almanya’daki Türk Yazarların Romanlarında Kimlik ve Yabancılaşma.” Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- ÇAYLA, İ, (2012);“Almanya’da Dinsel Alanın Yönetimi ve Kimlik: Köln Merkez Camisi Projesi Üzerinden İslam’ın Almanya Kamusal Alanında Görünümü.” Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Antropoloji Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- ÇELİK, H, (.....);“Küreselleşme Sürecinde Kimlik Tartışmaları Ve Medyanın Rolü: Kosova Örneği”. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü İstanbul.
- DEMİRBAŞ, T, (1990);“Almanya’daki Türklerin Sorunları, Bunların Suça Etkileri”. Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi. Döner Sermaye İşletmesi Yayınları: 12, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
- DEMİRBAŞ, E, (2003 – 2004);“Etnik Azınlıklar, Kültürel Entegrasyon ve Medyada Temsil: Nusayri Topluluğu Örneği”. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- DEMİR, Ö, & ACAR, M, (1997);Sosyal Bilimler Sözlüğü, Ankara.
- DOĞAN, A, A, (1994);“Almanya’daki Türk Toplumunun Radyo ve Televizyon İzleme Eğilimi”. Anadolu Üniversitesi Yayınları; No: 834. Açık öğretim Fakültesi Yayınları; No: 442. Eskişehir.
- DOYTCHEVA, M. (2009). “Çokkültürlülük”. İletişim Yayınları, İstanbul.
- DURUGÖNÜL, E, (2012);“Çok kültürlülüğü Yeniden Tanımlamak: Almanya Örneği”. Contemporary Online Language Education Journal.
- ERDOĞAN, M, (2014);“Almanya’da Müslümanlar” Toplumsal Etkileşim Sürecinde Sorun ve Perspektifler. Kadim Yayıncılık, Nisan 2014. Ankara.

- GENEL, G, (2011);“Almanya’da Yaşayan Türklerin Türk Medyasını Takip Etme Eğilimleri”. Atatürk İletişim Dergisi. Sayı 1, Ocak.
- GÖKSU, T, (2000);“İşçilikten Vatandaşlığa: Almanya’daki Türkler”. Özen Yayıncılık, Ankara.
- GÜLNAR, B, & BALCI, Ş, (.....);“Televizyon İzleme Motivasyonları ve Kültürleşme: Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. Türkiyat Araştırmaları Dergisi.
- HEKİMLER, O, (2009);“Günümüzde Almanya’daki Türk Varlığı’nın Sosyal Yansımaları”. Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Metinleri.
- IŞIK, C, T, (2011); “Almanya ve Göç - 50. Yılında Almanya’daki Türkler” Sempozyumu. 1-2 Kasım 2011 / Berlin. T.C Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. Sy:36. (Alıntı: “Vatanımızda Almanca Burada Yabancı” Candaş Tolga Işık. candas@posta.com.tr Posta Gazetesi, Milli Kütüphane Kodu: 2012 BD 23734)
- KARATAŞ, A, (2006);“Almanya’daki Türkiye’li Göçmenler Özelinde Asimilasyon ve Entegrasyon” Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Antropoloji Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- KAYA, İ, (.....);“Avrupalı Türkler: Misafir İşçilikten Avrupa Vatandaşlığına”. Doğu Coğrafya Dergisi 19. Dicle Üniversitesi, Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı, Diyarbakır.
- KILIÇASLAN, E, (2006);“Almanya’daki Türklerin Türk-Alman İlişkileri Açısından Önemi ve Türk Nüfusunun Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Alınabilecek Tedbirler”. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- MONHEİM, G,(1988);“Federal Almanya’da Türk Kültürü, Türkiye’de Alman Kültürü”. Türkiye Araştırmalar Merkezi. Seminer Kitapçığı, 7-8-9 Kasım.
- NARLI, N, (2006);“Avrupa Birliği’nde Yeni Kültürel Dinamikler: Birlikte Yaşayabilme İçin Yeni Bir Paradigma Arayışında Kosmopolitanizm”. 18 Ekim, Ankara TEPAV ve TOBB – Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi.
- ORTAYLI, İ, (2008);“Avrupa ve Biz”. İş Bankası Kültür Yayınları 2008. (Google boks;<https://books.google.com.tr/books?id=3q0vBgAAQBAJ&pg=PA142&dq=paralel+toplum&hl=tr&sa=X&ei=83jOVOywyFYOxUbXJgcbB&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=paralel%20toplum&f=false>) /

file:///C:/Users/Asus/Downloads/60625854-Avrupa-ve-Biz-Secme-Eserler-I-ilber-ortayl%C4%B1.pdf. Erişim: 01.02.2015

- ÖZMEN, N, (2011);“Göçün 50. Yılında Entegrasyon ve Din İlişkisinin Dönüşen Parametreleri: Almanya’da Türkler”. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, The Journal of International Social Research, Cilt: 4, Sayı: 19, Volume: 4, Issue: 19, (Güz 2011 Fall 2011).
- ÖZTÜRK, N, (.....);“Azınlık Gruplarının Toplumsal Entegrasyon Sürecinde Azınlık Medyasının Rolü” (Almanya’da Yaşayan Türk Toplumunu ve Türkçe Gazeteler). Sosyal Bilimler Dergisi. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi.
- PARLAK, F, (2011); “Almanya ve Göç - 50. Yılında Almanya’daki Türkler” Sempozyumu 2011. 1-2 Kasım 2011 / Berlin. T.C Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. Sy:36. (alıntı: “Almanci” Ferit B. Parlak. ferit.parlak@dunya.com – Köşe Adı: Ayrıntı. Dünya Gazetesi) (Milli Kütüphane Kodu: 2012 BD 23734)
- PERŞEMBE, E, (2005);“Almanya’da Türk Kimliği Din ve Entegrasyon”. Araştırma Yayınları, Ankara.
- SÜRGEVİL, O, (2008);“Farklılık Kavramına ve Farklılıkların Yönetimine Temel Oluşturan Sosyo-psikolojik Kuramlar ve Yaklaşımlar”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 11, Sayı 20, Aralık 2008, sy:111-124
- ŞAHİN, B, (2008);“Almanya’daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklararası Karşılaştırması: Kimlik ve Ait Hissetme”. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, (Bahar), Sayı 8.
- ŞAHİN, B, (2010); “Almanya’daki Türkler – Misafir İşçilikten Ulusötesi (Transnasyonel) Bağların Oluşumuna Geçiş Süreci”. Phoenix Yayınevi. Nisan 2010, Ankara.
- ŞAHİN, B, (2010);“Almanya’daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme”. Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, (Bilig Güz 2010), Sayı 55, Sy: 103- 134.
- ŞEN, F, (2006); “Almanya'daki Türkler - Entegrasyon ve Gettolaşma”. Medya Merceğinde Almanya ve Türkiye, (18-20 Mayıs 2006) 20. Alman-Türk

- Gazeteciler Seminer Kitabı, Ankara, Konrad-Adenauer Stiftung Yayınları, S. 121-131.
- TOKER, A,(1988);“Federal Almanya’da Türk Kültürü, Türkiye’de Alman Kültürü”. Türkiye Araştırmalar Merkezi. Seminer Kitapçığı, 7-8-9 Kasım.
- TURAN, K, (1997) ;“Almanya’da Türk Olmak” T.C Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Bilim Serisi 103, Ankara.
- TURAN, K, (1998);“Almanya’da Türk Olmak”. Ankara, Sy. 38.
- “ULUSAL ENTEGRASYON PLANI” (2007). “Yeni Yollar Yeni Fırsatlar”. Federal Alman Hükümeti Basın ve Bilgilendirme Dairesi. Die Bundesregierung. Berlin, Haziran.
- YAĞBASAN, M, (2009);“Kültürlerarası İletişim ve Diyalogun Almanya Özelinde Analizi”. Fırat Üniversitesi. e-Journal of New World Sciences Academy 2009, Volume: 4, Number: 1, Article Number: 4C0006, ISSN:1306-3111.www.newwsa.com
- YAVUZ, S, (2013);“Göç, Entegrasyon Ve Din: Avrupa’da Yasayan Türkler Bağlamında Bir Değerlendirme”. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, The Journal of International Social Research, Cilt: 6, Sayı: 26, Volume: 6, Issue: 26, (Bahar 2013 Spring 2013) www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581.
- www.konrad.org.tr/medya%20mercek/13faruk.pdf. Erişim Tarihi: 22.10.2013
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Getto>. Erişim Tarihi; 25.02.2014
- <http://www.magrib.org/turkiyede-dini-kimlik-ve-resmi-ideoloji/>
Erişim Tarihi: 28.02.2015
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Pegida> Erişim Tarihi: 28.02.2015
- ABANOZ, Müzeyyen (.....). LYS Sosyoloji Psikoloji Mantık Cep Kitabıhttps://books.google.com.tr/books?id=xY3ZBQAAQBAJ&pg=PT41&lpg=PT41&dq=k%C3%BClt%C3%BCrle%C5%9Fme+ve+ak%C3%BClt%C3%BCrasyon&source=bl&ots=nin8lYU3or&sig=KwxOaFoftfpvGB-puZlf-3jm7Eo&hl=tr&sa=X&ei=dxX7VKm9OYL5UvC_gtGC&ved=0CC0Q6AEwAw#v=onepage&q=k%C3%BClt%C3%BCrle%C5%9Fme%20ve%20ak%C3%BClt%C3%BCrasyon&f=false Erişim Tarihi: 07.03.2015

https://books.google.com.tr/books?id=WfOfCQAAQBAJ&pg=PA48&lpg=PA48&dq=re-k%C3%BClt%C3%BCrasyon&source=bl&ots=IPgvyMYsRL&sig=4S_7QB0qn-fn1jkialFjHzzodLQ&hl=tr&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIhOuE0ZrTwxIVQ5MsCh3iogMk#v=onepage&q=re-k%C3%BClt%C3%BCrasyon&f=false Erişim Tarihi: 10.10.2015

<http://radyodinle.biz/sky-radyo/> Erişim Tarihi: 10.10. 2015



***Anket Sorularının Hazırlanmasında Yararlanılan Kaynaklar;**

AKSOY, E, (2010); “*Almanya’da Yaşayan Üçüncü Kuşak Türk Öğrencilerin Kimlik Algılamaları Ve Buna Bağlı Olarak Karşılaştıkları Ayrımcılık Sorunları*”. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Bahar (12), 7-38.

ÖZTÜRK, N, (.....); “*Azınlık Gruplarının Toplumsal Entegrasyon Sürecinde Azınlık Medyasının Rolü*” (*Almanya’da Yaşayan Türk Toplumunu ve Türkçe Gazeteler*).Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi.

PİLANCI, H, (2009); “*Avrupa Ülkelerindeki Türklerin Türkçeyi Kullanma Ortamları, Sürdürebilme İmkânları ve Koruma Bilinçleri*”. Bilig. Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı. Sayı 49: 127 – 160. Bahar Dönemi.

SEFER, Y, (2013); “*Göç, Entegrasyon Ve Din: Avrupa’da Yaşayan Türkler Bağlamında Bir Değerlendirme*”. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. Cilt: 6, Sayı: 26. Volume: 6, Issue: 26 Bahar. www.sosyalarastirmalar.com / Issn: 1307-9581.

ŞAHİN, B, (2010); “*Almanya’daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme*”. Bilig. Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı. Sayı 55: 103 – 134.

YAĞBASAN, M,(2008); “*Kültürlerarası İletişim Bağlamında Almanya’daki Türklerin İletişimsel Ortamlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması*”. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 18, Sayı: 2 Sayfa: 309-332, ELAZIĞ.

YAĞBASAN, M, (2009); “*Kültürlerarası İletişim Ve Diyalogun Almanya Özelinde Analizi*”. Fırat Üniversitesi. e-Journal of New World Sciences Academy 2009, Volume: 4, Number: 1, Article Number: 4C0006, ISSN:1306-3111.www.newwsa.com

EKLER

EK 1: Orjinallik Raporu

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Emine SIRMALI
Öğrenci Numarası	121209102
Enstitü Anabilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Programı	İletişim (Tezli Yıl)
Danışmanının Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Mustafa Yağbasan
Tez Başlığı (Türkçe)	Entegrasyon Sürecinde Medyanın Paralel Toplum Üzerindeki Rolü

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 223 sayfalık kısmına ilişkin, **04.11.2015** tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 15'tir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç.
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen uzami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksiinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğuna beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN

Doç. Dr. Fulya ŞEN

F.Ü. LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

Madde 41- Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde intihal programı raporu ve ilgili makale şartları sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurullar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

EK 2: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

Değerli Katılımcı; bu anket akademik bir araştırmada veri olarak kullanılmak amacıyla düzenlenmektedir. Araştırma sonuçları kesinlikle başka amaçla kullanılmayacaktır.

Anket sorularına vereceğiniz samimi cevaplar çalışmanın objektifliği açısından büyük önem arz etmektedir. Lütfen size uygun olan şıkların önündeki kutucukları işaretleyiniz ve ankette kesinlikle isim belirtmeyiniz! Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

1. Cinsiyetiniz?

Bay

Bayan

2. Yaşınız?

15 – 19

30 – 39

50 – 59

20 – 29

40 – 49

60 ve üzeri

3. Eğitiminiz?

Grundschule

Gymnasium

Sonderschule

Hauptschule

Gesamtschule

Üniversite

Realschule

Handelschule

Master / Doktora

Berufsschule

Fachoberschule

Okulu bıraktım

TR’de ilköğretim okudum

TR’de lise okudum

TR’de üniversite okudum

4. Medeni Durumunuz?

Evli

Bekâr

Boşanmış / Dul

Partnerimle Birlikte Yaşıyorum

5. Aylık Gelir Düzeyiniz?

50 – 500 €

1001 – 2000 €

3001 – 4000 €

501 – 1000 €

2001 – 3000 €

4001 ve üzeri €

6. Mesleki Durumunuz?

İşveren/İş adamı

Çalışan / İşçi

Öğrenci

Emekli

Yönetici

Memur

İşsiz

Serbest

Ev hanımı

Diğer.....

7. Doğum Yeriniz?

Türkiye

Almanya

Diğer

8. Hangi ülkenin vatandaşıınız?

TC

Alman vatandaşı

Çifte vatandaş

Diğer

9. Kaç yıldır Almanya’da yaşıyorsunuz?

Almanya’da Doğdum

0 – 12 ay

1 – 5 yıl

6 – 15 yıl

16 – 30 yıl

31 – 40 yıl

40 yıl ve üzeri

10. Kendinizi hangi millete daha yakın hissediyorsunuz?

- Türk Alman Her ikisi de Türk asıllı Fikrim Diğer
Alman Yok
11. Kendinizi hangi dine ait hissediyorsunuz?
 Müslüman Hristiyan Musevi Dini inancım Diğer
yok
12. Almanya'yı kendi vatanınız olarak görüyor musunuz?
 Evet Hayır Kısmen Fikrim Yok
13. Türkiye'de yaşamak ya da çalışmak ister miydiniz?
 Evet Hayır Fikrim Yok
14. Almanya'da kaç yıl daha yaşamayı istiyorsunuz?
 Sürekli kalmak istiyorum Hemen dönmek istiyorum
 Belli bir süre sonra dönmek istiyorum Emekli olduktan sonra dönmek istiyorum
 Başka bir ülkede yaşamak istiyorum Kararsızım
 Fikrim Yok
15. Alman toplumunu yeterince tanıdığınızı düşünüyor musunuz?
 Evet Hayır Kısmen Fikrim Yok
16. Alman vatandaşlarıyla uyum içerisinde yaşadığınızı düşünüyor musunuz?
 Evet Hayır Kısmen Fikrim Yok
17. Almanya ve Alman vatandaşlarının geneli hakkında nasıl bir tutuma sahipsiniz?
 Olumlu Olumsuz Ne olumlu ne olumsuz Fikrim Yok
18. Farklı kültürlerin Almanya'da bir arada rahatça yaşayabildiğine inanıyor musunuz?
 Evet Hayır Kısmen Fikrim Yok
19. Almanya'da kendi kültürünüzü rahatça yaşayabiliyor musunuz?
 Evet Hayır Kısmen Fikrim Yok
20. Yaşadığınız ülkede Türk olmanızdan dolayı farklı bir uygulamayla karşılaşiyor, dışlandığınızı hissediyor ve kendinizi 3. Sınıf vatandaş olarak görüyor musunuz?
 Evet Sık sık Ara sıra Hayır Fikrim Yok
21. Arkadaş ortamınızda hangi uyruktaki insanlar daha fazla?
 Türkler Almanlar Her ikisi de Diğer (*Lütfen Yazınız*)
22. Göçmen olarak yaşamının zorlukları size göre neler? (*Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.*)
 Almanca konuşamamak ya da yetersiz konuşmak
 Kültürel değerlerimin anlaşılmasında ve yadırganması
 Buradaki sosyal yaşam olanaklarından yararlanamamak
 Ülkeden uzakta yaşamak ve vatana özlem duymak
 Almanya'nın bürokratik sistemine yabancı olmak
 Göçmen hakları konusunda yeterli bilgiye sahip olmamak
 Yabancı olarak dışlanmak, ayrımcılık
 Diğer

23. Almanya’da yaşadığınız ya da yaşamakta olduğunuz en önemli sorun nedir? **(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)**

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> İşsizlik | <input type="checkbox"/> Yabancı düşmanlığı | <input type="checkbox"/> Aile parçalanması |
| <input type="checkbox"/> Dil sorunu | <input type="checkbox"/> Sosyal güvenlik | <input type="checkbox"/> Vize işlemleri / Konsolosluk |
| <input type="checkbox"/> Çifte vatandaşlık | <input type="checkbox"/> Almanların önyargıları | <input type="checkbox"/> Türklerle dayanışma eksikliği |
| <input type="checkbox"/> Kuşak çatışması | <input type="checkbox"/> Uyuşturucu / alkol | <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen Yazınız) ... |

24. Almanya’ya uyum sağladığınızı düşünüyor musunuz? **(Cevabınız “evet”se lütfen 26. Soruya geçiniz)**

- | | | | |
|--|---|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet, uyum sağladım | <input type="checkbox"/> Hayır, uyum sağlayamadım | <input type="checkbox"/> Uyum sağlamaktayım | <input type="checkbox"/> Fikrim Yok |
|--|---|---|-------------------------------------|

25. Almanya’ya uyum sağlayamamanızda aşağıdakilerden hangisi etkili? **(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)**

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> İş hayatı | <input type="checkbox"/> Gündelik ilişkiler |
| <input type="checkbox"/> Alman makamlarıyla ilişkiler | <input type="checkbox"/> Kültürel değer, tutum ve davranışlar |
| <input type="checkbox"/> Dil konusu | <input type="checkbox"/> Din konusu |
| <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen Yazınız) | |

26. Tatilinizi genellikle nerede geçiriyorsunuz?

- | | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Türkiye | <input type="checkbox"/> Almanya | <input type="checkbox"/> Tatile çıkmıyorum | <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen Yazınız) |
|----------------------------------|----------------------------------|--|--|

27. Almanya’da üyesi olduğunuz ya da faaliyetlerine katıldığınız herhangi bir dernek, kurum, kuruluş, cemaat var mı?

- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Üyesi değilim ancak faaliyetlere katılıyorum | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------|--------------------------------|---|-------------------------------------|

28. Türk hükümeti yurt dışında yaşayan vatandaşların sorunlarıyla ne derece ilgileniyor?

- | | | | |
|--|---|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Yeterince ilgileniyor | <input type="checkbox"/> Kısmen ilgileniyor | <input type="checkbox"/> Hiç ilgilenmiyor | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|--|---|---|-------------------------------------|

29. Günlük iletişiminde hangi dili kullanıyorsunuz?

- | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Türkçe | <input type="checkbox"/> Almanca | <input type="checkbox"/> Her ikisi de | <input type="checkbox"/> Diğer..... |
|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|

30. Ailenizle evde hangi dilde iletişim kuruyorsunuz?

- | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Türkçe | <input type="checkbox"/> Almanca | <input type="checkbox"/> Her ikisi de | <input type="checkbox"/> Diğer |
|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|

31. Hangi dili daha iyi konuşabiliyorsunuz?

- | | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|---|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Türkçe | <input type="checkbox"/> Almanca | <input type="checkbox"/> İkisini de iyi | <input type="checkbox"/> İkisi de yetersiz | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|---------------------------------|----------------------------------|---|--|-------------------------------------|
- konuşuyorum

32. Kendinizi en iyi hangi dilde ifade edebiliyorsunuz?

- | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Türkçe | <input type="checkbox"/> Almanca | <input type="checkbox"/> Her ikisiyle de | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|---------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------------------|

33. Türkçenizi geliştirmek için bir eğitim programına ihtiyaç duyuyor musunuz?

- | | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Olabilir | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|

34. Türkiye’de yaşanan gelişmeleri takip ediyor musunuz?

- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Ara sıra | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|

35. Türkiye'deki gelişmeleri genellikle hangi araçlardan takip ediyorsunuz? **(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)**
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Türkçe yayın yapan televizyonlardan | <input type="checkbox"/> Almanca yayın yapan tv kanallarından |
| <input type="checkbox"/> Türkçe yayın yapan radyolardan | <input type="checkbox"/> Almanca yayın yapan radyolardan |
| <input type="checkbox"/> Türkçe gazetelerden | <input type="checkbox"/> Almanca gazetelerden |
| <input type="checkbox"/> Türk kaynaklı internet sitelerinden | <input type="checkbox"/> Alman kaynaklı internet sitelerinden |
36. Ülkelerarası iyi ya da kötü haberleri hangi ülkenin medyasının daha objektif verdiğine inanıyorsunuz?
- | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Türk medyası | <input type="checkbox"/> Alman medyası | <input type="checkbox"/> Her ikisi de objektif | <input type="checkbox"/> Hiçbiri | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|---------------------------------------|--|--|----------------------------------|-------------------------------------|
37. Medya organlarının entegrasyon konusunda sizi olumlu ya da olumsuz bir biçimde "yönlendirdiğini" düşünüyor musunuz?
- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Olabilir | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
38. Entegrasyon konusunda en çok hangi kitle iletişim aracının sizi yönlendirdiğini düşünüyorsunuz?
- | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Televizyon | <input type="checkbox"/> Gazete | <input type="checkbox"/> Radyo | <input type="checkbox"/> İnternet | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
39. Kültürünüzü yaşatma ve sürdürme konusunda kitle iletişim araçlarının (gazete, tv, vb.) etkili olduğunu düşünüyor musunuz?
- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Kısmen | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
40. Kitle iletişim araçlarının Türkiye ile olan bağlarınızı canlı tuttuğuna inanıyor musunuz?
- | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır | <input type="checkbox"/> Kısmen | <input type="checkbox"/> Fikrim yok |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
41. Almanya'ya "Türkçe yayın yapan" kitle iletişim araçlarından hangileri Almanya'daki göçmenlerin sorunlarına yer veriyor?
- (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)**
- | | | | |
|---|---|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Televizyon | <input type="checkbox"/> Yerel Televizyon | <input type="checkbox"/> Gazete | <input type="checkbox"/> Radyo |
| <input type="checkbox"/> İnternet medyası | <input type="checkbox"/> Hiçbiri | <input type="checkbox"/> Diğer Lütfen Yazın | |
42. Kültürlerarası uyum ve diyalog size göre hangi unsurlarla engellenmeye çalışılıyor? **(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)**
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Aşırı tüm uçlar | <input type="checkbox"/> Hükümetler | <input type="checkbox"/> Basın ve Medya |
| <input type="checkbox"/> Karşılıklı Topluluklar | <input type="checkbox"/> Marjinal Gruplar | <input type="checkbox"/> Siyasiler |
| <input type="checkbox"/> Fikrim yok | <input type="checkbox"/> Diğer Lütfen Yazınız | |
43. Hangi kitle iletişim aracının yaptığı yayınlarla "Almanya ile uyumunuza" katkı sağladığını düşünüyorsunuz?
- (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)**
- | | | | |
|---|---|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Televizyon | <input type="checkbox"/> Yerel Televizyon | <input type="checkbox"/> Gazete | <input type="checkbox"/> Radyo |
| <input type="checkbox"/> İnternet medyası | <input type="checkbox"/> Hiçbiri | <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen Yazın) | |

44. Almanya'ya Türkçe yayın yapan televizyon kanallarını ne sıklıkla izliyorsunuz? (*Televizyon izlemiyorsanız lütfen 48. soruya geçiniz.*)

- Her gün izliyorum Her gün değil ama sıklıkla izliyorum
 Nadiren izliyorum Hiç izlemiyorum

45. Almanya'ya yayın yapan kanallardan en çok hangilerini izliyorsunuz? (*Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz*)

- TRT Türk ATV Avrupa Euro D Türkmax
 NTV Avrupa STV Avrupa Kanal 7 Avrupa Kral Avrupa
 TGRT EU Power Türk Kanal Avrupa Diğer

46. Türk televizyonlarında en çok hangi program türünü ya da türlerini izliyorsunuz? (*Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz*)

- Haber bülteni Tartışma Yerli film Din ve Ahlak Prog
 Spor Belgesel Yabancı film Magazin
 Müzik - Eğlence Yerli dizi Yabancı dizi Ekonomi

47. Türk kanallarını izlemedeki amacımız nedir? (*Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz*)

- Gelişmelerden haberdar olmak Sosyal çevreyle daha rahat iletişim kurma
 Bilgilenmek – Öğrenmek Eğlenmek
 Rahatlamak – Stres atmak Boş vakitleri değerlendirmek
 Türkçeyi geliştirmek Türk kültürünü unutmamak
 Günlük hayatı kolaylaştırmak

48. Türkçe yayın yapan gazeteleri ne sıklıkla okuyorsunuz? (*Gazete okumuyorsanız lütfen 51. soruya geçiniz*)

- Düzenli olarak her gün Her gün değil ama sıklıkla Bazen okurum
 Nadiren okurum Hiç okumam

49. Almanya'da ve Stuttgart'ta çıkan Türkçe gazetelerden hangilerini okuyorsunuz? (*Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz*)

- Hürriyet Avrupa Güncel Gazetesi Gazete Aktüel
 Sabah Avrupa Yeni Posta Gazetesi Gazete Merhaba
 Türkiye Avrupa Post Avrupa Haber Gazetesi
 Zaman Avrupa Yeni Özgür Politika Diğer

50. Neden Türkçe gazete okuyorsunuz? (*Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz*)

- Türkiye ile ilgili gelişmelerden haberdar olmak için
 Boş vakitlerimi değerlendirmek için
 Farklı dildeki yayınları okuyamadığım için
 Almanya'daki göçmenlerle ilgili gelişmeleri takip etmek için
 Türkiye ve Almanya'ya yönelik gelişmeleri takip etmek için
 Diğer

51. Almanya'ya Türkçe yayın yapan radyoları ne sıklıkla dinliyorsunuz?

- Her gün dinliyorum Her gün değil ama sıklıkla dinliyorum
 Nadiren dinliyorum Hiç dinlemiyorum

52. Almanya'ya yayın yapan radyolardan en çok hangilerini dinliyorsunuz? (**Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz**)

- Köln Radyosu Damar Fm Delidolu Fm Radyo Türk
 Metropol Fm Çilek Fm Sky Radyo Radyo Baba
 Türkiyem FM Radyo Kassel PowerTürk FM Diğer

53. Neden Türkçe radyo dinliyorsunuz? (**Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz**)

- Türkiye ile ilgili gelişmeleri öğrenmek için Boş vakitlerimi değerlendirmek için
 Dilimi geliştirmek için Eğlenmek – Stres atmak için
 Göçmen Türklerle ilgili gelişmeleri öğrenmek için Türkçe müzik dinlemek için
 Diğer (**Lütfen yazınız**).....



Ek 3:Araştırmada Kullanılan “Anket Formu”na Ek Olarak Oluşturulan “Anket Kodları Cetveli”

ANKET KODLARI

Katılımcılara uygulanan 53 soruluk ankette 7., 8., 11., 21., 22., 23., 26., 29., 30., 43., 45., 49. ve 52.soruların “Diğer” seçeneğinde bulunan kısma katılımcıların konuyla ilgili kendi cevaplarını yazdıkları kodlar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır. Tabloların sol taraflarında bulunan numaralar ilgili soruya SPSS’e veri girişi için verilen kodları temsil etmektedir. Tabloların sağ tarafında bulunan “ + ” işareti ise yazılan cevaptan kaç adet olduğunu göstermektedir.

7. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
4	Fransa	+
5	Avustralya	+
6	Bulgaristan	+

8. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
5	Avustralya	+

11. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
6	Alevi	++++++

21. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
5	Arnavut	+
6	İtalyan	++
7	Kürt	+++

22. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
9	Dini değerlerimin anlaşılmaması / Dinime saygı duyulmaması	++++++
10	İki toplumun birbirini tanımaması	+
11	Türkiye’de Almanca olarak adlandırılmak	+++
12	Çocuk Yetiştirmek	+
13	Mağaza ve dükkânların erken kapatılması	+++

23. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
13	Sağlık Sektörü	+
14	Başörtü	++++

26. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
5	Kuzey Afrika Ülkeleri	+
6	İtalya	++++++
7	Bulgaristan	+
8	İspanya	+
9	Hollanda	+
10	Avrupa Ülkeleri	+++

29. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
5	İngilizce	+++
6	Kürtçe	++

30. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
5	Rumca	+

43. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
7	Toplum	+
8	Kulüpler	+
9	Camiler	+

45. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
16	TRT Müzik	+
17	Haber Türk	+++++
18	Halk Tv	+++++
19	Ulusal Kanal	+++++
20	Fox Tv	+
21	Dost Tv	+
22	Tv 8	+
23	Kanal Türk	+
24	Vatan Tv	+++
25	TNT	+
26	CNN Türk	+++++
27	Hilal Tv	+
28	Bengü Türk	++++
29	Tv 5	++
30	Beyaz Tv	++

49. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
13	Milli Gazete	+++++++
14	Aydınlık Gazetesi	+++++
15	Sözcü	+++++
16	Evrensel	+
17	Fanatik	+

52. Soru		
Kod Numarası	Cevaplar	Cevap Sayısı
13	Taksim Fm	+++
14	TSR	++
15	TRT Fm	+
16	Arabesk TR	+
17	Süper Fm	++
18	Efkâr Fm	+
19	Joy Türk	+++
20	Burç Fm	++
21	Cihan Radyo	++++
22	Dünya Radyo	+
23	Show Türk	+
24	Best Fm	++
25	Slow Türk	+
26	Park Fm	+
27	Radyo Banko	++
28	Kral Fm	+

ÖZGEÇMİŞ

1987 yılında Konya'nın Akşehir İlçesi'nde doğan Emine SIRMALI, ilköğretim ve lise öğrenimini bu küçük ve şirin ilçede tamamlamıştır. İlköğretim son sınıfta okul gazetesi hazırlamaya başlayan SIRMALI, basın ve medya alanına bu yaşlarda merak sarmıştır. Lise dönemine geldiğinde edebiyat öğretmenin katkısıyla "Akşehir Lisesi" isimli bir gazete çıkartan SIRMALI aynı dönemlerde şehrin yerel gazetesi olan "Pervasız" isimli gazetede de köşe yazarlığı, şehrin yerel dergisi olan "Flaş" dergisinde köşe yazarlığı, "Ateş" dergisinde ise muhabirlik görevlerini icra etmiştir.

Lise döneminden sonra Niğde Üniversitesi Niğde Meslek Yüksekokulu Radyo ve Televizyon Programcılığı Bölümü'ne yerleşen SIRMALI, burada da "Hamle" isimli bölgesel gazeteye haftalık röportaj hazırlamıştır.

SIRMALI, 2006 yılında Kanal D Televizyonu'nda staj yaparak yazılı basından sonra ilgi duyduğu televizyon alanına da bir nevi adım atmıştır. 2009 yılında DGS ile Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü'ne yerleşen SIRMALI, burada da fakültenin uygulama gazetesi olan "Fırat Haber" gazetesine aylık röportajlar hazırlamış aynı zamanda ilin yerel kanalı olan Kanal E Televizyonu'nda da çalışmıştır. 2011 yılında Erasmus Staj Hareketliliği programıyla Almanya'ya giden SIRMALI burada "Kanal Avrupa" isimli televizyon kanalında staj yapmıştır. 2012 yılında Fırat Üniversitesi ve Magdeburg Üniversitesi iş birliğiyle düzenlenen "Cross Thing Change Media" adlı projede yer alarak bir grup öğrenciyle Almanya'ya gitmiş ve Magdeburg Üniversitesi – Fırat Üniversitesi öğrencileriyle hazırlanan projede görev almıştır.

2013 – 2014 yılları arasında Erasmus Öğrenim Hareketliliği Programı kapsamında Stuttgart Eyaletindeki Hochschule der Medien'nin iki dönem öğrencisi olmuş ve burada yüksek lisans tezi çalışmalarını yürütmüştür.