

# Almanya'da Türk Medyası: Entegrasyon Sorunu

## Metropol FM ve Radiomultikulti Üzerine Bir Organizasyonel Çalışma\*

Prof. Dr. Özden CANKAYA  
Ar. Gör. H. Serhat GÜNEY  
Ar. Gör. Emre KÖKSALAN  
Ar. Gör. Vildan MAHMUTOĞLU

ocankaya/sguney/ekoksalan  
vmahmutoglu@gsu.edu.tr  
galatasaray üniversitesi  
iletişim fakültesi

### Özet

*Avrupa Birliği'nin yeniden yapılanması tartışmaları kapsamında günümüzde en önemli meselelerden birisi olarak değerlendirilen göçmenlerin ya da yabancıların kültürel ve sosyal entegrasyonu sorunu, AB sınırları içinde üç milyondan fazla yurttaşı bulunan Türkiye için de büyük bir önem arz etmektedir. Sosyal ve kültürel entegrasyonun çok katmanlı yapısı ve birçok değişken içermesi, bu sorunla ilgili tartışmaların çok boyutlu bir biçimde ele alınması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan küreselleşen medya ortamında kültürel sınırlılıkların ortadan kalkması Avrupa sınırları içinde potansiyel olarak kültürlerin kaynaşmasını, etkileşim içerisine girmelerini kolaylaştıracak bir durum olarak görülmektedir. Bu noktada tartışmalar kaçınılmaz olarak özellikle sosyal ve kültürel entegrasyonda medyanın rolü üzerinde yoğunlaşmaktadır. Çalışmamız; bu çerçevede içerisinde, Almanya'da yaşayan Türk toplumuna hitap eden bir radyo olan Metropol FM'in ve Radiomultikulti Türkçe Redaksiyonu'nun Türk Toplumunun Alman Toplumuyla ve Avrupa*

\* Bu proje Galatasaray Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Fonu'nun desteğiyle gerçekleştirilmiştir.

*değerleriyle entegrasyonu, siyasal ve toplumsal süreçlere katılımı ve/veya kimlik sorunları gibi meseleler ekseninde, yayıncılık anlayışlarını nasıl organize ettiklerini; radyo yayıncılarının ve programcılarının bu konuları ve sorunları nasıl tanımladıklarını ve anlamlandırdığını ve bu yorumlamalar boyunca geliştirdikleri programcılık anlayışlarını araştırmayı amaçlamaktadır.*

## Résumé

*Le problème d'intégration culturelle et sociale des étrangers qui est considéré comme un enjeu crucial dans le cadre de discussion de réformation actuelle de l'Union Européenne, est aussi important pour la Turquie qui a plus de trois millions de citoyen dans les frontières de l'Union Européenne. A cause de la complexité de l'intégration sociale et culturelle et de sa nature variable, il nous est nécessaire de discuter ces enjeux en une manière multidimensionnelle. Cependant, la disparition des frontières culturelles dans les médias mondialisés peut être considérée comme une opportunité de convergence et d'interaction entre les cultures différentes. Dans ces conditions-là, les débats focalisent l'attention sur le rôle des médias dans l'intégration socioculturelle. Dans ce cadre, notre recherche a pour but de constater comment les programmeurs de radio turc (Metropol FM et la rédaction turc Radiomultikulti) décrivent les enjeux d'intégration socioculturelle des immigrés turcs qui habitent en Allemagne et comment ces conceptions reflètent sur la production radiophonique.*

## Abstract

*The problem of cultural and social integration from abroad which is regarded as a crucial stake within the framework of discussion of current reformation of the European Union, is also important for Turkey which has more than three million citizen in the borders of the European Union. Because of the complexity of social and cultural integration and its variable nature, it is necessary for us to discuss these stakes in a multidimensional manner. However, the disappearance of cultural borders in the globalized media can be regarded as an opportunity of convergence and interaction between different cultures. Under these conditions, these debates are focusing the researchers attention on the role of the media in sociocultural integration. Within this framework, the purpose of our research is to note how the programmers of turkish radios(Metropol FM and Radiomultikulti Turkish redaction) describe the stakes of sociocultural integration of the Turkish immigrants who live in Germany and how these conceptions reflect on the radiophonic production.*

## Giriş

Avrupa Birliği'nin yeniden yapılanması tartışmaları kapsamında günümüzde en önemli meselelerden birisi olarak değerlendirilen göçmenlerin ya da yabancıların kültürel ve sosyal entegrasyonu sorunu ve buna bağlı olarak ortaya atılan çokkültürlülük tartışmaları, AB sınırları içine üç milyondan fazla göçmen vermiş olan Türkiye için de büyük bir önem arz etmektedir. Sözü edilen konuların çok kapsamlı yapısı ve birçok değişken içermesi, bu sorunla ilgili tartışmaların çok boyutlu bir biçimde ele alınması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan küreselleşen medya ortamında kültürel sınırlılıkların ortadan kalkması Avrupa sınırları içinde potansiyel olarak kültürlerin kaynaşmasını, etkileşim içerisine girmelerini kolaylaştıracak bir durum olarak görülmektedir. Bu noktada tartışmalar kaçınılmaz olarak özellikle sosyal ve kültürel entegrasyon ve/veya uyum meselelerinde ve çokkültürlü bir Avrupa'nın oluşumunda medyanın rolü üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Bu rolü tartışmak noktasında birinci planda ele alınması gereken unsurlardan biri de hiç şüphesiz özellikle elektronik medyaların göç, çokkültürlülük, uyum ve entegrasyon gibi olguların sağlıklı bir biçimde kavranışına katkı vermek adına nasıl bir yayın ve programcılık stratejileri üretecekleridir. Camillieri'nin göçmen toplulukların kimlik stratejilerini geliştirme konusundaki tespitlerinden yola çıkarak; bu toplulukları oluşturan izleyici ve dinleyicilerin günümüzde televizyon ve radyo sayesinde, içinde yaşadıkları toplumsal ve kültürel sistemler bütünüyle kendi getirdikleri değerler sistemi arasında pazarlık yaparak, belli ölçülerde entegrasyon ya da uyumlanma süreci içine girmekte olduklarını söyleyebiliriz (Camillieri, 1989: 21-73). Bu durumu çalışmamız bağlamında ele aldığımızda, günümüzde etkililiğini bir ölçüde televizyona bırakmış olsa da bir kültürel biçim olarak radyo, bu stratejilerin belirlenmesi noktasında önemli görevler üstlenebilecek bir konumda görülmektedir. Çalışmamız; bu çerçeve içerisinde, Almanya'da yaşayan Türk<sup>2</sup> toplumu hitap eden bir radyo olan Metropol FM'in ve Radiomultikulti Türkçe Redaksiyonu<sup>3</sup>'nun Türk Toplumunun Alman Toplumuyla ve Avrupa değerleriyle entegrasyonu, siyasal ve toplumsal süreçlere katılımı ve/veya kimlik sorunları gibi meseleler ekseninde, yayıncılık anlayışlarını nasıl organize ettiklerini; radyo yayıncılarının ve programcılarının bu konuları ve sorunları nasıl tanımladıklarını ve anlamlandırdığını ve bu yorumlamalar boyunca geliştirdikleri programcılık anlayışlarını araştırmayı amaçlamaktadır. Bu anlamda asıl olarak Metropol FM'in ve Radiomultikulti Türkçe Servisi'nin yurt dışında yayın yapan radyolar olarak, gene yurt dışında yaşayan Türklerle kurduğu ilişkinin niteliğini ve boyutları çerçevesinde, bir medya kuruluşu olarak seslendikleri

<sup>2</sup> Çalışmamızın bütününde "Türk" terimini, bir ifade karmaşasına yol açmama ve terimsel tutarlılık yaratma adına Türkiye'den göç etmiş bütün etnik toplulukları kapsayacak bir biçimde kullanacağız.

<sup>3</sup> RBB bünyesinde yayın yapan Radiomultikulti içinde kurumsal olarak "Turkische Redaktion" biçiminde tanımlanan bölümden söz ederken, servisin radyo içinde Türkçe yayınları yürütmekte olduğunun daha kolay anlaşılması için çalışma boyunca "Türkçe Servisi" ifadesinin kullanılması tercih edilmiştir.

kesimi ilgilendiren somut olgular, olaylar ve konularla ilgili nasıl bir pozisyon alabildiklerini ve yayıncılık anlayışlarını bu sorunlar kapsamında nasıl oluşturduklarını sorgulamaya çalışmaktayız. Böylelikle buradan hareketle genel olarak bu medyaların üretim karakterinin ve belli başlı yayıncılık stratejilerinin, araştırmamızın temel analiz eksenini oluşturan Almanya'daki Türk göçmen deneyimi ve genelde "entegrasyon" ya da "uyum" olarak adlandırılan, her iki toplumun sağlıklı ilişkilerinin kavranması üzerine 'üretim çalışmaları' kanadından belli çıkarsamalarda bulunabilmek hedeflenmektedir.

## **Medya Organizasyonlarında Üretim: Temel Paradigmalar**

### **Kültürün Üretimi Perspektifi**

1970'li yıllar ve sonrası medya sektöründeki iş pazarında önemli değişimlerin yaşanmaya başladığı bir süreç olarak değerlendirilebilir. Bu anlamda, son 20-30 yıl içerisinde meslek yapılanmasının parçalandığı, mesleklerin icra edilme biçimlerinin farklılaştığı ve hiyerarşik yapının yeniden elden geçirildiği gözlemlenmektedir. Bir başka deyişle, üretim süreçleri ve mesleki alışkanlıklar önemli değişimlere maruz kalmıştır. Söz konusu bu değişimlerin Avrupa'dan önce Amerika'da yaşanmaya başlaması, bu yeni mesleki oluşum tarzları üzerine ilk çalışmaların da Atlantik ötesinde yapılmasına neden olmuştur. Bu çalışmaların çıkış noktasını ise, medya ürünlerinde kültürel unsurların kullanılma biçimlerinin ve bunların algılanma tarzlarının üretim süreçleri tarafından belirlendiği düşüncesi oluşturmaktadır (Riefel, 2001: 110).

Bu çerçeve içinde, ticari kültür üretimi üzerine yapılan birçok çalışma Peterson'un 'kültürün üretimi' perspektifinden ilham almaktadır (Peterson, 1976). Sanders'in yaptığı formülasyona göre, kültürün üretimi perspektifi analitik olarak iki ayırt edici yöne odaklanmaktadır: bunlardan birincisi, üretim sürecini oluşturan 'işbirliğine dayalı toplumsal etkileşim', yani kolektif eylemdir. Diğeri ise bu sürecin sınırlarını çizen yapısal unsurlardır; yani roller, teknolojik değişim, organizasyonel düzenlemeler, dağıtım kanalları vb. (Sanders, 1982: 67) Bu iki yönden birincisini ilgilendiren kolektif eylem yaklaşımıyla ilgili olarak, Beckers'in kolektif eylemin köklerini paylaşılan alışkanlıklara (mesleki alışkanlıklar) ve adetlere (üzerinde uzlaşmış tanımlamalara) dayandıran çalışmasıyla, Ryan ve Peterson'un 'karar halkaları' modeli oldukça etkileyici bir analiz sunmaktadır. Bu modele göre kültürel objeler, üretim sürecinde çeşitli evreler izleyerek hareket ederler ve kolektif bir süreç içinde ortaya çıkarlar (Becker, 1982; Ryan ve Peterson, 1982: 11-32). Ryan ve Peterson, Country müzik parçalarının bu karar halkası mekanizması içinde somut aktiviteler boyunca gelişip dönüştüğünü gözlemlenmişlerdir. Bu somut aktiviteler, yazma, yayınlama, kaydetme, pazarlama, imal etme, piyasaya çıkarma ve tüketim gibi süreçleri içermektedir. Saydığımız bu somut aktiviteler boyunca, her aşamada birkaç farklı seçenek karşı karşıya gelmektedir ve şarkılar üzerinde belli başlı değişiklikler yapılmaktadır.

Üretim perspektifi çalışmaları; yukarıda çizmiş olduğumuz temel çerçeveler esas olmak kaydıyla belli ölçüde farklılaşmış meselelere odaklanmak suretiyle çeşitlilik arz etmektedir. Peterson 1994 tarihli, alan üzerine yaptığı geniş çalışmada, bu meseleleri altı farklı çalışma alanı etrafında sınıflandırmıştır (Peterson, 1994: 162-189). Bunlardan ilki pazar yapılarının karşılaştırılması üzerine yapılan çalışmalardır. İkinci önemli çalışma alanını, pazar yapısında yaşanan değişimlerin kültür üretimi üzerindeki etkileri oluşturmaktadır. Kültür üretiminde 'eşik bekcılığı' ve 'karar halkaları' süreçleri, mesleki gelişim ve oluşum süreçlerinin üretilen ürünler üzerindeki etkileri ve yapımcılar arasındaki rekabetin düzeyi, kültürün üretimi perspektifinin ilgilendiği diğer alanlardır.

Peterson'un ortaya attığı ve daha sonra başka araştırmacılar tarafından çeşitlenen konular ekseninde gelişen ve sıklıkla kullanılan 'kültürün üretimi perspektifi', kültür ürünlerinin üretilmesinde toplumsal etkileşimin ve sınırlayıcı yapısal unsurların belirleyici rolü üzerinde durmaktadır. Bu bakış açısı aynı zamanda, kültür üretimine katkıda bulunan farklı kişilerin, (programcılar, yayıncılar, DJ'ler gibi) bu süreç içinde yalnızca basit bir filtreleme işlevi gördüğünü ya da belli bir 'ürün imajı'nın oluşmasına destek olan unsurlar olduğunu öne sürmektedir. Bu yönüyle kültür üretimi perspektifi çalışmayı, içinde kültürel objelerin biçimlendiği toplumsal bağlamla sınırlayarak, kültürü, toplumbilimsel metotları kullanan ampirik araştırmalar için ağırbaşlı ve uysal bir konu haline getirmekle eleştirilmektedir. Nitekim, kültürün üretimi perspektifini, kültür üretimine daha yorumlamacı bir açıdan yaklaşan çalışmalar izlemiştir. Hiç kuşkusuz, bu çalışmaların başlangıç noktası, kültürün üretimi perspektifinin eleştirisidir. Bununla birlikte, özellikle gazetecilik dışı alanlarla ilgili medya ve kültür üretimi eksenli çalışmalarda sanat ve kültür sosyolojisi ve kültürün üretimi yaklaşımlarının disiplinlerarası bir nitelik arz eden terminolojisini kullanan çalışmalara yöneltilen eleştirilerden birisi de, bunların ilgi alanlarının kendine özgü medyalarla sınırlandırılmış olmaları ve daha genel nitelikteki 'kitle iletişimi' sürecini gözden kaçırdıkları yönündedir. Daha basit bir anlatımla, örneğin kitap endüstrisi üzerine yapılan çalışmalar, televizyon endüstrisinin veya başka medya endüstrilerinin bu endüstriyle ilişkilerini gözden kaçırabilmektedir. Bir başka deyişle, organizasyonel ve organizasyonlar arası süreçlerin incelenmesi söz konusu olduğunda, çalışmaların genellikle, toplumdaki önemli sayılan belli başlı medya endüstrilerine, örneğin, TV endüstrisi, sinema endüstrisi vb. gibi alanlara odaklandığı görülmektedir. Bu ise kitle iletişimi alanının toplumsal ilişkiler boyunca oluşan medya süreçleriyle ilgili gizli anlamlarını ortaya çıkarma noktasında medya endüstrileri üzerine yapılan çalışmaları dar bir çerçeve içine hapsedmektedir (Turow, 1991: 161).

## Üretimin Özneleri

Çalışma sosyolojisinin belli başlı yönelimleri göz önüne alındığında, çalışma yaşamıyla ilgili olarak sürekli olarak yinelenen bir ikilikten, özellikle de Marksist

sosyolojinin üretim süreçleri ile ilgili analizlerinde anlamını bulan temel bir karşıtlıktan söz etmek olasıdır. Bu ikiliğin bir tarafında 'emekçi'nin veya yevmiyeli çalışanın kimlik ve çıkarları, diğer tarafında ise 'sermaye' veya 'işveren' bulunmaktadır. Buradan hareketle, işyerindeki toplumsal ve kültürel ilişkilerin seyri sıklıkla, bu söz konusu 'nesnel' ve 'temel' karşıtlık bağlamında açıklanmaktadır (P.du Guy, 1997: 291). Bu temel karşıtlık içinde işçiler veya yevmiyeli çalışanlar yalnızca emeklerini satan ekonomik unsurlar olarak yer almaktadırlar. Nitekim söz konusu kapitalist ilişki içinde biçimlenen çıkarlar da her iki taraf için yalnızca ekonomik temelli çıkarlar olarak belirlemektedir. Örneğin çalışanlar için somut 'nesnel' çıkar ücretlerin artırılması iken, sermayenin çıkarı üretimi arttırarak karını çoğaltmaktır. Bununla birlikte, çalışma yaşamının toplumsal ve kültürel işleyişi ve üretim süreçleri üzerine sıklıkla temel bir çerçeve olarak sunulan bu formülasyon, toplumsal aktörlerin emek gücünün satıcısı ve alıcısı olarak nesnel kategorilere indirgenmesi gibi bir sonuç doğurduğu gerekçesiyle sıklıkla eleştirilmektedir. Paul Du Guy'a göre bu ikilik, bu analitik karşıtlık tablosu fazlasıyla 'mantıklı'dır. Öyle ki yalnızca bu nedenle yeterince 'sosyolojik' değildir. Nitekim bu bakış açısının kapitalist üretim ilişkileriyle ilgili analizi, ekonomik kategoriler arasındaki ilişkiyle sınırlıdır. Burada emekçi, bir insan olarak, kanlı canlı bir varlık olarak hesaba katılmaz. Yalnızca emek gücünü satan ekonomik bir kategorinin parçasıdır (du Guy, 1997: 292). Bu temel eleştiride anlamını bulan bakış açısı, ekonomik temelli güç ve çıkar ilişkilerinin toplumsal aktörlerin eylemlerinin şekillenmesindeki rolüne odaklanan makrososyolojik analizin boş bıraktığı alanlara; kimlik, kültürel ard alan, orijin, öznellik, anlamlandırma mekanizmaları, insani unsur gibi kavram ve konulara ilgi duymaktadır.

Medya ve kültür ürünlerinin üretimi üzerine yapılan çalışmalar arasında, kültürün teknik ve rutin süreçlerle pratikler boyunca üretilen bir 'ürün' olmanın ötesinde bir anlam taşıdığını öne süren yaklaşımlar içindeki bir başka kanat da, kültür üretiminin yorumlamaya dayanan yönünü ön plana çıkarma çabası içindedir. Bu yaklaşımı savunanlar, kültür üretiminin, sahiplik kalıpları veya meta üretiminin organizasyonu gibi çerçeveler içerisinde ele alınmasının, kültürün kendine has özelliklerinin basite indirgenmesi gibi bir sonuç doğuracağı düşüncesinden hareket etmektedirler. Bu bağlamda, medya ve kültür ürünlerinin nasıl üretildiğini anlayabilmek için, hem bu ürünlere, hem de bu ürünlerin yapılandırıldığı pratiklere atfedilen anlamlara odaklanmak gerektiğini ileri sürmektedirler (Negus, 1997: 101). Kültür üretimi çalışmalarına daha yorumlamacı bir perspektiften bakan bu kanadın çıkış noktası temel olarak, kültür ürünlerinin üretilmesinde toplumsal etkileşimin ve sınırlayıcı yapısal unsurların oynadığı role odaklanarak medya ve kültür ürünlerinin meslek rutini ve organizasyonel ilke ve prosedürler boyunca ortaya çıktığını öne süren 'kültürün üretimi' perspektifinin eleştirisidir. Jensen, bu alanda önemli bir referans olarak kabul edilen makalesinde (Jensen, 1984: 341) kültür üretimi çalışmalarının kör noktasını şu şekilde açıklamaktadır: "Bir kültür ürünü, tıpkı bir sabun gibi,

organizasyonel, teknik ve ekonomik faktörler tarafından işleminden geçirilmez, yorumlamalar içinde ve boyunca yapılandırılır. Onun kökenlerini araştırmak için, üretildiği dünyada gerçekte neler olup bittiğini anlamak gerekir ve hem üretimi gerçekleştirenleri hem de ürünün kendileri için üretildiği izleyicileri bir arada düşünmek ve ele almak esastır." Bu bağlamda, kültür üretimi çalışmalarına yorumlamacı bir perspektiften bakan yaklaşımların üzerinde durduğu temel nokta, kültür ürünlerini üretenlerin, kültürel objeler üzerine çalışırken gerçekliğin farklı versiyonlarını (Rutten, 1991: 305) kendilerince nasıl yapılandırıdıklarıdır. Öte yandan üretim perspektifiyle yorumlamacı pratiklerin analizini bütünleştirme gayreti içindeki çalışmaların zaman içinde arttığı gözlemlenmektedir. Bu çalışmalar arasında Cottle (1995) ve Jacobs'un (1996) haber üretimi üzerine yaptıkları çalışmalarla, Keith Negus'un (1996,97,98) yıllarında popüler müzik üretimi üzerine çalışmalarındaki yaklaşımları dikkat çekicidir (Ahlkvist, 2001: 341). Negus çalışmalarında, özellikle üretim perspektifinin yorumlamacı yönünün eksik kaldığı düşüncesine odaklanmaktadır. Negus, medya çalışanlarının kültürel objelerle ilgili anlamlandırma süreçlerini yok sayarak, filtreleme ve denetleme işlevlerini analiz etmeye çalışmanın bir eksiklik olduğunu düşünmektedir. Bir başka deyişle farklı kişilerin kültür üretimine katkıları yalnızca 'filtreleme' işlevini veya önceden tespit edilmiş ya da tasarlanmış bir 'ürün imajı'nın oluşmasına destek olmayı içermez. Bunun yerine söz konusu ürünlerin oluşumuna aktif biçimde müdahale etmeyi ve arabulucuk işlevini, yeri geldiğinde bu ürünlerin belli başlı unsurlarını değiştirmeyi de içine alır (Negus, 1997: 101). Negus'a göre, kültür ürünlerinin, kültürel karar halkası içinde ve organizasyonel prensipler doğrultusunda ortaya çıktığı analizi, yaratıcı işbirliğinin koşullarının oluşmasına zemin hazırlayan esas bağlamı ya da kültürel dünyayı gözden kaçırmaktadır. Amerika ve İngiltere'deki popüler müzik üretimi üzerine yaptığı çalışmalarında Negus, kültür üretiminin tam ve eksiksiz bir açıklamasını yapabilmek için, üretim sürecinin organizasyonu ile ilgilenmenin yanı sıra, belli kültürel objelerin üretimiyle ilgili geleneksel tarzların ve organizasyonel düzenlemelerin gerisinde yatan çok yönlü (ve sıklıkla birbiriyle uyumsuz) söylemlerin de hesaba katılması gerektiğini vurgulamaktadır (Ahlkvist, 2001:341).

Kültür üretiminden medya üretimine, medya çalışanlarının mesleki pratiklerini anlamaya yönelik teorik tartışmalar, sosyoloji disiplini içinde sürekli varolan ve daha önceki bölümde aktarmaya çalıştığımız temel gerilime, yani toplumsal davranışı açıklama noktasında gönüllülükçü ve yapısal vurgulamalardan kaynaklanan yaklaşım farklılıklarına dayanmaktadır. Bir başka deyişle, kültür üretimine, toplumsal ve organizasyonel yapılar ve ekonomik ilişkilere vurgu yapmak suretiyle daha makro bir perspektiften bakan yaklaşımlardan, gündelik insani faaliyete ve kültürel anlamların yaratılmasına odaklanan daha mikro bakış açılarına doğru yön değiştiren iki boyutlu bir kuramsal tartışmanın varlığından söz etmek olasıdır. Sözü edilen ilk yaklaşım, üretim üzerindeki denetim sorununu ve yaratıcı faaliyetlerin çerçevesini çizen sınırlamaları ele almaktadır. İkincisi ise, belli başlı sınırlamalara rağmen kültür üretiminde insani özerkliğin ve yaratıcı

faaliyette yeteneğin önemine vurgu yapmaktadır. Ampirik araştırma geleneğinin ve teorik anlamlandırma mekanizmalarının arasındaki bu gerilime, her iki bakış açısının eşit derecede önemli olduğunu vurgulayarak daha geniş bir perspektifle yaklaşan birleştirici bir bakış açısından da söz etmek gerekir. Bu anlamda, kültürel ürünlerin dolaşıma girme biçimleriyle, üretim ve tüketim ilişkilerinin kesiştiği alanda ortaya çıkan verili anlamların birbirleri ile nasıl bir ilişki içinde olduklarına odaklanmak daha geniş bir analiz çerçevesi sunmaktadır (Negus, 1997: 70). David Brain'ın da işaret ettiği gibi, üretim yaklaşımıyla yorumlamacı yaklaşım arasındaki bölünme, merkezi bir kuramsal sorunda çatlamaya yol açmaktadır (Brain, 1989: 32). Bu sorunsal, anlam üretimiyle, onun içinde yer aldığı toplumsal bağlam arasındaki ilişkinin ne olduğuyla ilgilidir. Ticari müzik radyolarındaki üretim süreçleriyle ilgili olarak, üzerinde en çok durulan, bu yarılmanın bir yönünü oluşturan toplumsal bağlam olmuştur. Buna karşın, programcıların kendi kültürel çevrelerini nasıl anlamlandırdıkları üzerinde fazlaca yoğunlaşmadığı görülmektedir. Çalışmamız bu boşluğu göz önünde bulundurarak, Almanya'da yaşayan Türk toplumuna seslenen radyolar olan Metropol FM ve Radiomultikulti'nin Türkçe servisinin Türk Toplumunun Alman Toplumuyla ve Avrupa değerleriyle entegrasyonu, siyasal ve toplumsal süreçlere katılımı ve kimlik sorunları gibi konular ekseninde yayıncılık anlayışlarını nasıl organize ettiklerini; radyo yayıncılarının ve programcıların bu konuları ve sorunları nasıl tanımladıkları üzerinden araştırmayı amaçlamaktadır. Bir başka deyişle, radyo programcılarının Almanya'da yaşayan Türk toplumunu tanımlama tarzlarından; seslendikleri göçmen topluluğun temel meseleleri üzerine düşüncelerinden ve yaklaşımlarından hareketle oluşturdukları programcılık stratejilerinin neler olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Öte yandan söz konusu radyolarda çalışan programcıların yapmış oldukları tanımlamalar ve yorumlar üzerinde ve programcılık stratejilerinin oluşumunda organizasyonel ilke ve prosedürler ve organizasyonel ve yönetsel (managerial) tanımlamaların ne ölçüde etkili olduğunu tartışmak da çalışmanın tamamlayıcı yönünü oluşturmaktadır. Bu temelden hareketle, araştırmamızı organizasyon eksenli yorumlamacı bir medya sosyolojisi çalışması biçiminde kurgulamış oluyoruz.

### **Göçmenlik Deneyimine Getirilen Kuramsal Yaklaşımlar**

Türk göçmen deneyiminin en güçlü yaşandığı ülke olan Almanya bu süreci yaklaşık 40 yıldır yaşıyor olmasına rağmen, gerçek anlamda son on-on beş senedir bu deneyim üzerinde düşünmeye, siyasal, kültürel, toplumsal ve ekonomik göçmen politikaları geliştirmeye başlamıştır. Bunda hiç kuşkusuz yeni iletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkan küreselleşme, klasik ulus devletinin gücünü yitirmesi, çokkültürlülük ve uluslararasılık gibi olguların kendisini göstermesinin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu değişim yalnızca Almanya sınırlarında değil, göç deneyimini yaşayan özellikle Avrupa ülkelerinin tamamında da gözlemlenmektedir. Ancak politik bağlamda olduğu kadar akademik alanda da bu konudaki tartışmalar sorunun çok boyutlu doğası gereği, çoğunluğun üzerinde



uzlaştığı bir sonuca varamamakta, tartışmalar devam etmektedir.

Göçmenlik deneyimin anlaşılması noktasında gerçekleştirilen kuramsal tartışmaları tarihsel bir perspektifte ele aldığımızda; özellikle ulus devlet geleneğinin güçlü olduğu ülkelerde, bu tartışmaların ilk etapta refah devleti yurttaşlığı kapsamında siyasal entegrasyonu temel alan ve asimilasyonu talep eden bir biçimde kendini gösterdiğini görmekteyiz. Rex ve Singh'in ifade ettiği gibi 1945 sonrası dönemde Avrupa, etnik topluluk ve azınlıkların göçüne üç temel yanıt geliştirmiştir (Rex ve Singh, 2003: 6). Bunlardan ilki olan asimilasyonizm en etkin biçimde kendisini Fransa'da göstermiştir. İkincisi ise Almanca konuşan ülkelerde su yüzüne çıkan *Gastarbeider* sistemidir. Bu sistemde ise; asimilasyonist yaklaşımla paralellikler gösteren bir biçimde göçmen işçiler, siyasal yurttaşlıktan mahrum bırakılmışlardır. Sonuncusu ise İsveç, Hollanda ve İngiltere'de uygulanan bir çeşit erken dönem çokkültürlülük yaklaşımıdır. İsveç deneyiminde geliştirilen etnik azınlık öngörüsü, refah devletinin gelişimine katkı verilmesiyle paralel olarak düşünülürken Hollanda'da ise kültürel çeşitlik meselesi ilk etapta kültürel boyutların; eğitim sisteminin, ticari örgütlerin ve medyanın, kültürel öğelere ayrıştırılması politikası olarak ele alınmıştır. Ancak bu durum, Rath(1991)'in de belirttiği gibi etnik topluluklara eşit muamele anlamına gelmemekte, tam tersine farklı kültürleri kendi alanları içine iterek, gerçek anlamda bir çokkültürlü toplumun oluşumuna zarar vermektedir.

Göçmenlik deneyimine verilen tepkiler açısından İngiltere'nin yaklaşımının günümüzdeki çokkültürlülük anlayışının temellerini oluşturduğu öne sürülebilir. İngiltere'de ilk etapta özellikle eğitim alanında görülen asimilasyon politikasının ardından hükümet "entegrasyon" kavramını kabul etmiş ve uygulamaya geçirmiştir. Dönemin İçişleri Bakanı Roy Jenkins entegrasyonu "donuklaştırıcı bir aynılık süreci olarak değil, karşılıklı hoşgörü atmosferi içindeki fırsat eşitliğiyle tamamlanmış bir kültürel çeşitliğin yaratılması" olarak tanımlamıştır (Rex ve Tomlison, 1979). Rex ve Singh'in ifade ettiği gibi bu tanımda ilgi çekici olan Hollanda örneğindeki gibi etnik topluluklar için eşitsizlik yaratacak bir çokkültürlülük anlayışından uzaklaşıp, entegrasyon tanımının, çerçevesi Marshall (1951) tarafından çizilen sosyal yurttaşlık kavramıyla ilişkilendirilmesidir (Rex ve Singh, 2003: 6).

Son yirmi beş yıllık dönemde ise, göç deneyiminin anlamlandırılması noktasında kültürel kimlik, kültürel çeşitliğin korunması ya da kültürel alışım gibi kavramlar etrafında biçimlenen yeni ve çok kapsamlı bir çokkültürlülük kuramı tartışılmaya başlanmıştır. Özellikle iyi işleyen liberal bir toplumun yaratımında farklı kültürlerin biraradalığına vurgu yapan bu yaklaşımlar büyük oranda çokkültürlülüğü göç sonrasında yeniden tanımlanan toplumlar için önemli bir olgu olarak görmektedirler. Radkte'nin (Radkte, 2003: 55) aktarımıyla buradaki kuramsal tartışmalarda çokkültürlülük ya eşitlik ve adaleti geliştirecek bir etnik mobilizasyon kavramı olarak ele alınmakta (Rex ve Drury, 1994) ya da etnik

çatışmaları denetim altında tutacak ve entegrasyonu<sup>4</sup> geliştirecek yerel veya ulusal siyaset etme aracı olarak değerlendirmektedir (Barry 2001). Çokkültürlülük Charles Taylor tarafından tanımanın/kabul edişin siyaseti olarak tanımlanmaktadır (Taylor 1994). Bu karşılıklı tanıma kavramı dinsel, dilsel, ulusal ya da cinsel topluluklarının varlığına bir cevap niteliğinde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, etnik topluluk ya da çıkar toplulukları ya da koşulların biraraya getirdiği topluluklar için kamu güçleriyle her bir kimlik unsuru arasında pazarlık yapacak bir çeşit organizasyonun varlığı söz konusu olmaktadır. Kastoryano'nun da ifade ettiği gibi farklı bir kültürel bağlamda ifade edilen "tanıma" kaygısı, toplumsal entegrasyonu, kendisinden bir topluluk inşası ve asimilasyon reddi aygıtı oluşturarak kültürel asimilasyondan ayırmaktadır (Kastoryano, 1998: 2). Ancak göç bu bağlamda, içinde çelişkiler barındıran bir süreci ifade etmektedir. Bu süreçte her şeyden önce birey iki farklı toplumsal yapı ve siyasi kültüre referans vererek yaşamını belirlemek durumundadır: ayrıldığı ülkenin değerleri ve yerleşilen ülkenin değerleri. Bununla birlikte sonuç itibarıyla entegrasyonu belirleyen proje aynıdır; moderniteyi ve onun değerlerini kabul etmeyi hedef olarak belirlemek. Yine Kastoryano'nun belirttiği gibi bu türden bir modernist proje asıl olarak bireyden toplumsal entegrasyonu sağlamak ve dolayısıyla ulus devletin kültürel ve siyasi asimilasyon taleplerini yerine getirebilmek için kendi toplumuna ait dinsel, dilsel ve bölgesel bağlantılarında kurtulmasını talep etmektedir (Kastoryano, 1998: 2).

Bu türden bir çokkültürlülük yaklaşımının, göçmen toplulukların entegrasyonu sorununu daha çok siyasi bir proje olarak gördüğü açıktır. Buna karşılık, son dönemde çokkültürlülük sorununu daha çok yeni bir kültür politikasının geliştirilmesi olarak ele alma eğilimi ortaya çıkmaktadır. Bu noktada özellikle ulusötesilik kavramı ve buna bağlı ortaya çıkan kültürü farklı algılayış biçimleri birarada sorgulanmaktadır. Raymond Williams kültürle ilgili yapılan tanımları üç farklı kategori içinde değerlendirmektedir (Williams, 1977; 1983). Kaya'nın aktarıyla bunlardan ilki, kültürü "insanın doğa ile mücadele koşulları içerisinde gerçekleştirdiği entelektüel ve estetik gelişmelerin tamamı olarak değerlendiren antropolojik yaklaşım", diğeri; "kültürü herhangi bir halka, gruba ya da döneme özgü hayat şekli olarak değerlendiren sosyolojik yaklaşım" sonuncusu ise; "kültürü sanatsal ve entelektüel çalışmalar bütünü olarak tanımlayan edebiyatla ilgili yaklaşım"dır (aktaran Kaya, 2000: 25-26). Bu tanımlarda kendini gösteren ortak özellik, genelde bu tanımların yüksek kültürü imlemesidir. Ancak günümüzde tartışılan yeni kültür kavrayışı, içinde toplumsal yaşantıda varolan hertürlü üretimi ve aktiviteyi barındırmakta ve azınlığın olduğu kadar çoğunluğun kültürü olan popüler kültürü de içermektedir. Günümüz çokkültürlü topluluklarının kavranışında bu tür bir kültür yaklaşımı küreselleşme ile beraber yeni bir boyut kazanmış gözükmektedir. Artık modernite'nin gündeme getirmiş olduğu, kültürü yerel ve

<sup>4</sup> Yine Radkte'nin(2003) aktarıyla "entegrasyon" terimi iki alana işaret etmektedir: dahil etme, birleştirme ve entegrasyon kavramları arasındaki ayrımların tartışıldığı toplumbilimsel kuram alanı ve anomi ve toplumsal çatışmanın aksiyonun odağını oluşturduğu toplumsal politikalar alanı (Nassehi 2000).

ulusal sınırlar içine hapseden "bütünselci (Holistic)" kültür nosyonu, yerini kültürün yerel ve coğrafi sınırlar içerisine hapsedilemeyeceğini ve bu sınırların ötesinde bir alışım süreci olarak görülmesi gerektiğini ifade eden "senkretik (sycretic)" kültür anlayışına bırakmıştır. Her iki kültür yaklaşımında temel olarak ele alınan konular göçmen bireylerin kültürel kimlikleri nasıl oluşturdukları ve bu kimliklerin çoğunluk toplumuyla bireylerin ilişkisine ne tür bir etkide bulunduğu. Bütünselci kültür yaklaşımı bu bağlamda kültürel kimliği etnisiteye indirgemekte ve "kimlik krizi", "iki kültür arasında kalmışlık", "kayıp kimlikler" gibi tanımlamalar çerçevesinde konuyu tartışmaktadır. Kaya'nın belirttiği gibi senkretik kültür nosyonu ise, kültürel kimliğin dinamik bir süreç içinde sürekli değişim sonucunda oluştuğunu kabul etmektedir (Kaya, 2000: 27). Ayrıca Kaya, bu iki kültürel kimlik yaklaşımı dahilinde birikolaj kültürüne ait olan toplulukların iki temel faaliyete yönelebileceklerini iddia etmektedir: Geleneğe yönelme (Gravitating towards tradition) olarak tanımlanabilecek birinci faaliyet önceki saf otantik değerleri yenileme, güçlendirme çabası olarak görülebilir (Kaya, 2002: 40). Burada otantik değerler kültürel kimliği tanımlayan katı sınırlar olarak kendisini göstermektedir. Çeviriye yönelme (Gravitating towards translation) olarak adlandırabilecek ikinci faaliyet sürecinde ise kimlik, tarih, siyaset ve temsil öznesi olarak farklılıklar dahilinde tanımlanmaktadır. Otantik/etnik değerler sınırlılık değil dönüşüme ya da değişime katkıda bulunacak öğeler olarak değerlendirilmektedirler.

Kevins Robins ise uluslarötesilik kavramınının, göçmen toplulukların ve özellikle de bu toplulukları oluşturan her bir bireyin deneyimlerinin ön plana çıkarıldığı yeni bir çokkültürlülük yaklaşımını ele almak gerektiğini belirtmektedir (Robins, 2001: 21-39). Burada yazar, modernite ve onun bir ürünü olan ulus devlet ideolojisinin bir yansıması olarak ortaya çıkan ve göç deneyimini "tahayyül edilen toplulukların" bir bütün olarak kültürel ve siyasal asimilasyon ya da entegrasyonu olarak gören anlayışın artık tamamen terk edilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Benedict Anderson (1996) tarafından ortaya atılan ve bireylerin yatay ve derin bir bağlılıkla biraraya gelerek oluşturduğu ulusal ya da yurttaşlığa dayalı bir topluluğu ifade eden tahayyül edilen topluluk (communauté imaginée) kavramı günümüzde artık geçerliliğini yitirmiş gözükmektedir. Ancak yazara göre, kimlik temelli çokkültürlülük yaklaşımları da göçmenlik deneyimini açıklamakta tek başına yeterli olamamaktadır. Zira, bu yaklaşım bağlamında "kimlik" "kurmaca bir birlik" in, "tahayyül edilen topluluk" un hizmetinde olmaktadır: bir kimlik kazanarak kişi belirli bir kategoriye ait bir hale gelmektedir. Bu durum, kimlik kavramının daha ziyade kültürlerin tanımlanmasıyla ilişkili olarak kullanılmasından ileri gelmektedir (Robins, 2001: 31-32). Robins burada "kimlik", "halk", "hayal edilen topluluk" gibi "kurmaca bir birlik" i imleyen kavramların yerine, "deneyim" kavramını ön plana çıkarmaktadır. Uluslarötesi medyalar ve Avrupa'daki Türk göçmenler adlı makalesinde Robins, ilk etapta Türklerin kimliklerine bakmak yerine, onların farklı göç deneyim ve uluslarötesi hareket hikayelerini tartışmamız, bu deneyimleri çözümleme kapasitelerine odaklanmadan önce de kültürü bir aidiyet alanı olarak değil, düşünüş biçimi olarak ele almamız gerektiğinin altını çizmektedir (Robins,

2001: 32-33). Robins'e göre artık buradaki temel sorun göçmenlerin "bir kimlik sahibi olması" değil, "bu kimlik denen kazanımla ne yaptıkları", bununla ilgili ne düşündükleri, ne hissettikleri, onunla nasıl yaşadıkları ya da neden onu reddettikleri olmalıdır. Bu yaklaşımın odak noktasında ise, Robins'in psikanalizden ödünç aldığı "zihinsel alan" kavramı bulunmaktadır. Robert Young (1994)'un tanımladığı "zihinsel alan", kimlik alanının aksine hem içsel hem de dışsal hayatın içine dahil olduğu bir deney ve düşünüş alanıdır. Kökleşmeye değil harekete, devinime öncelik verir ki, bu hareketlilik duygusal, entelektüel, zengin tahayyüllü ve yaşanan deneyimlerle bağıntılı bir harekettir (Robins 2001: 32-33). Göçmenlik deneyimi açısından ele alındığında zihinsel alan kavramı, göçmen bireylerin iki toplum arasında ve uluslarötesi bir biçimde yaşadıkları tüm deneyim ve düşünceleri kapsamaktadır. Robins'e göre bu, gündelik yaşam içinde şekillenen uluslarötesi bir çokkültürlük anlamına gelmektedir. Robins'in gündelik uluslarötesilik olarak adlandırdığı bu yaklaşımda, göçmen toplumun temel sorunları, onların iki farklı toplum/toplulukla ilgili kültürel deneyimleri üzerinden ele alınmakta ama sonuçları gündelik yaşamda gözlemlenen, deneyimlenen süreçler olarak ortaya çıkmaktadır (Robins 2001: 37). Dolayısıyla çokkültürlülük konusuyla ilgili tartışmalar kültür ve kimlik kavramlarının egemenliğinden çıkmakta, gündelik yaşam deneyimleri, burada yaşanan basit çatışmalar ekseninde de ele alınabilir bir hale gelmektedir.

Bizim çalışmamız kapsamında ise, çalışma evrenimizi oluşturan radyoların, hedef kitlelerinin göçmen Türk toplumu olmasından da hareketle, yayıncılık stratejilerinde bu yaklaşımların ne ölçüde yer bulunduğunu değerlendirmeye gayret edeceğiz. Buradaki temel çıkış noktamızı farklı amaçları ve hedef kitleleri olan ama Almanya'da Türkçe yayın yapan Metropol FM ve Radyo Multikulti Türkçe Redaksiyonu'nun programcılarının orada yaşayan göçmen Türk toplumuna nasıl yaklaştığı, temel gündem ve sorunları nasıl ele aldıkları ve bunları programcılık stratejilerine nasıl yansıttıkları oluşturmaktadır.

## **Yöntem ve Teknikler**

Bu çalışma, araştırmamızın temel olarak organizasyon eksenli yorumlamacı bir medya sosyolojisi çalışması olması nedeniyle asıl olarak kalitatif (niteliksel) bir alan çalışması biçiminde organize edilmiştir. Çalışmamızın evrenini Almanya Berlin'de Türkçe yayın yapan radyolar oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma evrenimize konu olan radyolar, Almanya'nın tek 24 saat Türkçe yayın yapan radyosu olan Metropol FM ve Radiomultikulti çatısı altında ve Alman kamu yayın kurumu RBB'ye bağlı olarak günde bir saat yayın gerçekleştiren Türkçe Servisi şeklinde belirlenmiştir. Örneklemimiz ise bu radyolarda çalışan programcı, moderatör, editör ve yöneticilerden oluşmaktadır<sup>5</sup>. Bilgi toplama aşamasında bir görüşme rehberinden (guide d'entretien) hareketle yarı yapılandırılmış

---

<sup>5</sup> Örneklemi oluşturan kişilerin mesleki ve kişisel kimlikleri ile ilgili bilgiler ve analiz bölümünde kullanılan kodlar için bkz. ek 1.

derinlemesine görüşme tekniği<sup>6</sup> kullanılarak örneklemimizi oluşturan kişiler sorgulanmıştır. Buna ek olarak radyo yayınlarının içerikleri ve program stratejilerinin nasıl oluştuğunu daha kapsamlı biçimde gözlemleyebilmek amacıyla katılımcı gözlem tekniği de kullanılmıştır.

## Alman-Türkler: Heterojen Bir Toplum

Araştırmamızın ilk adımında, görüştüğümüz radyo programcılarının zihinlerindeki Türk toplumu imajının ana hatlarını belirlemek üzere genel tanımlamalardan yola çıkılmıştır. Buradaki amaç, görüşmenin sonraki aşamalarında radyo çalışanlarının, Almanya'da yaşayan Türk toplumunun sorunları, gündemleri ve sorunları ekseninde yapmış oldukları yorumlara temel oluşturan tanımlamalara ulaşmaktır. Bu bağlamda, görüşmüş olduğumuz radyo programcılarının büyük çoğunluğu, zihinlerindeki Türk toplumu imajını tanımlama noktasında benzer çerçeveler çizmektedir. Buna göre, Almanya'da yaşayan Türk toplumunun programcılar tarafından heterojen bir toplum; bir başka deyişle farklı nitelik ve özellikteki unsurları içinde barındıran bir yapı biçiminde tanımlandığı gözlemlenmektedir. Bu toplum aynı zamanda içinden çıktığı toplumdaki, yani Türkiye toplumundan farklı bir gelişme göstermiş, "temelde Türk insanının değerleri ve bakış açısını taşımakla beraber, Almanya'da, farklı bir kültür içinde yaşamış olmanın getirdiği etkilenmelerle yeni bir biçim almış bir toplum" (Mltk2) biçiminde de tarif edilmektedir. Bu söz konusu heterojen toplumun unsurlarını sınıflandırma noktasında ise öncelikli olarak kuşak farklılıkları ön plana çıkmaktadır. Bu sınıflandırmada kuşaklar, 1., 2. ve 3-4. kuşaklar biçiminde tanımlanmaktadır. Görüştüğümüz radyo programcılarının 1. kuşakla ilgili tanımlarında, bu kuşağın içe dönük yapısına yönelik vurgulamalar ön plana çıkmaktadır. Buna göre, Alman toplumuyla ilişkilerde ve Almanya'daki yaşam tarzına uyumlanma konusunda en sorunlu kuşak olarak, 1960'larda bu ülkeye çalışmak üzere gelen ve 1. kuşak olarak tanımlanan işçi ailelerinden söz edilmektedir. Bu durum, radyo programcılarının çeşitli biçimlerde tanımlanmaktadır. Örneğin Mtrp6'ya göre 1. kuşak geldiği günkü yaşantısını sürdüren, gelişme gösterememiş bir kuşaktır. Bir başka tanımlamada bu kuşağın atıl yapısına vurgu yapılmakta ve bu kuşaktan, toplumsal planda kendini ifade edememiş, gücünü kullanamamış bir kuşak olarak söz edilmektedir (Mltk3). Bu tanımlamayı destekleyen bir başka yaklaşıma göre ise, 1. kuşak herşeye boyun eğmiş bir kuşaktır (Mtrp5). Bu içe dönük ve büyük ölçüde kendi kabuğuna çekilmiş kuşağın en önemli özelliklerinden birisi de, Türkiye ile bağlarını, hem duygusal hem de maddi düzeyde hiçbir dönemde koparmamış olmasıdır. Mtrp4'e göre bu kuşak Türkiye hasretiyle yaşayan insanlardan oluşmaktadır. Aile kavramının hala çok önemli bir kültürel unsur olarak yaşatıldığı (Mtrp8) bu kesim kendine net hedefler koymuş ve tüm yaşam stratejisini bunun üzerine kurmuştur. Bu hedeflerse hiçbir şekilde

<sup>6</sup> Ucu açık sorular ve/veya tartışma konularından oluşan bir görüşme rehberinden yola çıkarak gerçekleştirilen derinlemesine görüşme tekniği hedef kitleyi oluşturan ya da sayısal değil de nitel olarak temsil etme özelliğindeki kişilerle özgürce yapılan söyleşi/sohbet nitelikli görüşmeleri ifade etmektedir (Tanrıöver, Eyüboğlu 2000: 21).

göç ettiği yeni ülkeyle ve bu ülkedeki yaşantısıyla ilgili değildir; bütünüyle 'geri dönüş mitosu' ekseninde biçimlenmektedir:

"Birinci kuşağın belirli hedefleri vardı, hayat stratejisi vardı. Almanya'ya gideceğim, para kazanacağım, geri dönüp memleketimde refah içinde yaşayacağım... Geri dönüp Türkiye'de iş kuracağım... Lokanta açacağım, bakkal, market, bir iş düşünülür. Yani döneceğim fikri hakim. Bu belli bir dönem sonra, 15-20 yıl sonra ütopyaya dönüşüyor. Şimdi 1. kuşak bu, bu kuşakta hala var bu" (Mtrp7).

Görüştüğümüz radyo programcılarının 2. kuşak göçmen Türk toplumuyla ilgili görüşlerinde ön plana çıkan genel tanımlama 'arada kalmışlık' biçiminde özetlenebilir. Buna göre 2. kuşak Türk göçmenler iki kültürün de özelliklerini almış ve bunu yaşamında kullanmış bir kuşak olarak tanımlanmaktadır (Mtrp6). Bu yönüyle kuşağın en önemli özelliği olarak iki kültür arasındaki sıkışmışlığı ön plana çıkarmaktadır (Mtrp7). İki kültür arasında kendine bir yer edinmeden salınıp duran bu kuşak için en büyük handikapsa Almanya'da kök salabilmek için gerekli donanımı ve olanakları edinememenin yanı sıra, kendi kültürüyle de sağlıklı bağlar kuramamış olmasıdır:

"İkinci kuşak arada kaynadı gitti gibi geliyor bana. Çünkü ikinci kuşak gel-git kuşağıydı. Birinci kuşağın Türkiye'ye mi dönsem, burada mı kalsam, seneye Türkiye'ye dönerim, iki yıl sonra Türkiye'ye dönerim, bir arsa alayım ondan sonra döneyim, bir dükkan satın alayım Türkiye'de hesapları içerisinde çocuklar, ikinci kuşak çocuklar harcandı gitti. Nasıl harcandılar? İki kültür arasında hiçbir yere tutunamadılar" (Mltk5).

Almanya'da kalıcı olduklarının bilincinde ve Türk kültürü ile bağlarını büyük ölçüde koparmış olan 3-4. kuşak genç Türkiye kökenliler için yer yer 'asıl göç kuşağı' tanımı da tercih edilmektedir (Mltk5). Bu yönüyle 3-4. kuşağın entegrasyona daha açık bir kuşak olduğu düşünülmektedir. Nitekim bu kuşaklarda gurbet gibi, memleket özlemi gibi, 1. ve 2. kuşaklara özgü değer ve kavramlar önemini yitirmiş görünmektedir (Mtrp4). Bununla birlikte, 3.-4. kuşaklar için, kendi kültürüyle bağlarını büyük ölçüde koparmış olmalarından kaynaklanan olumsuz çağrışımlı tanımlamalar da yapılmaktadır. Bu bağlamda genç kuşak genellikle Alman kültürünü daha fazla özümsemiş, Almanlaşmış bir kuşak biçiminde tanımlanmaktadır (Mltk3, Mtrp1, Mtrp6). Almanlaşma olgusu ise, yer yer asimilasyon kavramıyla birlikte anılmaktadır:

"Nereden bakarsanız bakın bir asimilasyon söz konusu. 16 ya da 20 yaşında olanlar bugün içerikli bir tartışmayı Almanca yapıyorlar. Almanca düşünüyorlar yani. Ama bu doğal, çocuklar burada Türkçe'yi duyuyorlar, Almanca öğreniyorlar..." (Mtrp7).

## Entegrasyon-Uyum: Sorunların Kaynağı

Görüştüğümüz radyo programcılarına göre, genellikle kuşaklar ekseninde tanımlanan Türk toplumu heterojen bir yapı arz etmektedir. Bu temel tanımlamayı boyutlandırma ve görüştüğümüz programcılarının zihinlerindeki Türk toplumu imajının daha net bir resmini elde edebilme noktasında ise programcıların Almanya'daki Türk toplumunun yaşadığı sorunları ve bu toplumun temel meselelerini nasıl tanımladıkları sorusu önem kazanmaktadır. Görüştüğümüz radyo programcılarının Almanya'da yaşayan Türk toplumunun temel sorunları ile ilgili yaklaşım ve yorumlarını 7 farklı konu etrafında sınıflandırmak mümkündür. Bu tanımlamalarda, eğitim, dil ve uyum sorunu ön plana çıkarken, bunları iletişim sorunu, kimlik sorunu, suça eğilim sorunu ve işsizlik sorunu gibi tanımlamalar izlemektedir.

**Uyum/Entegrasyon<sup>7</sup> Sorunu:** Uyum sorunu, radyo programcıları arasında farklı boyutlarıyla ele alınması açısından ilgi çekici bir tanımlama olarak ön plana çıkmaktadır. Uyum sorunu kimi programcılar tarafından 'adaptasyon sorunu' ya da 'entegrasyon sorunu' biçiminde de tabir edilmektedir. Yabancı bir kültürü benimseyememenin sancıları (Mltk5) biçiminde yorumlanan bu soruna, Türk toplumunun Alman toplumuna ve Almanya'daki yaşam tarzına yabancı kaldığı yaklaşımı (Mltk4) temel oluşturmaktadır. Uyum sorunu ile ilgili yorumlarda ortaya çıkan bir başka önemli nokta da, sorunun gündelik yaşam düzenindeki yansımalarına yapılan vurgu olmaktadır. Bu yabancı ortam içinde çevreye uyumlanmanın güçlüklerine, özellikle Türkiye'den evlenmeler yoluyla, ya da başka nedenlerle Almanya'ya sonradan yerleşen ve buradaki kendine özgü nitelikler kazanmış Türk toplumu içine giren insanların yaşadığı sıkıntılar da eşlik etmektedir (Mtrp6).

**Eğitim Sorunu:** Radyo programcıları Almanya'da yaşayan Türk toplumunun temel sorunları arasında eğitim sorununa da özel bir vurgu yapmaktadırlar. Türk toplumunda eğitim düzeyinin düşük olması başlı başına bir sorun olmasının yanı sıra, diğer sorunlara da kaynaklık eden temel bir handicap olarak değerlendirilmektedir (Mltk2). Türk toplumunun daha çok ticari alanda faaliyet göstermesi ve toplumda saygınlığı olan mesleklerde Türklerin yeteri kadar etkin olmaması eğitim sorununun bir yansıması olarak değerlendirirken, bu durumun Alman toplumunun Türk toplumuna bakışında olumsuz sonuçlar doğurduğu saptaması de yapılmaktadır (Mtrp8). Eğitim sorununun bir başka yansıması da,

<sup>7</sup> Bu noktada entegrasyon ve uyum kavramları arasındaki temel ayırmadan kısaca söz etmek yararlı olacaktır. Entegrasyon çok boyutlu bir konudur ve kabaca akademik siyasal çalışma alanlarındaki ayrıştırılma biçimiyle ekonomik, sosyal, politik ve kültürel olmak üzere dört ana yönü bulunmaktadır. Buna karşılık uyum kavramı ise daha çok gündelik yaşam siyasetiyle ilişkili bir süreci işaret etmekte ve göçmen bireylerin gündelik yaşam pratiklerine uyum çabalarını konu almaktadır. Hem bu ayrımların varlığı, hem de çalışmamızın temelinde yorumlayıcı bir medya sosyolojisi çalışması olması nedeniyle biz de çalışmamızda bu kavramlara programcıların kullandıkları biçimde yer vermeyi tercih ederek, iki kavramı birbirinin yerine geçecek şekilde kullanmaktan özellikle kaçındık.



Türk gençlerinin sokak kültürü ve suçla ilişkilerinde ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre, eğitimden soyutlanan genç kesim, toplum yaşamına sağlıklı bir biçimde katılamamakta ve dışlanmışlığa karşı bir savunma mekanizması olarak çeteleşme yolunu seçmektedir (Mtrp5). Eğitim sorunuyla ilişkilendirilen bir başka konu da uyum konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim düzeyi ve uyum sağlama başarısı arasında bir doğru orantı ilişkisi kuran bu yoruma göre, "eğitim almış, çalışan, para kazanan kesim Alman toplumuna çok daha iyi uyum sağlamış durumdadır." (Mltk7).

**Dil Sorunu:** Görüştüğümüz radyo programcılarının yorumlarında Türk toplumunun, Almanya'da yaşadığı bir diğer temel sorunun ise, dil bilmeme, Almanca'yı yeterli ölçüde konuşamama biçiminde açıklandığı görülmektedir. Bununla birlikte sorunun daha çok yaşlı insanlarda, 1. kuşak biçiminde sınıflandırılan, Almanya'ya 60'lı yıllarda göç etmiş kesimde yaşandığının da altı çizilmektedir (Mtrp8). Türk toplumu dili yeterince iyi kullanamadığı için hem karşısındakini anlamakta güçlük çekmekte hem de kendisini ifade edememektedir (Mltk2). Bu durum aynı zamanda dil bilmeyen kişiyi sürekli başkalarına bağımlı bir biçimde yaşamaya mahkum etmektedir. En basit gündelik gereksinimler için, örneğin doktora gitmek için, gezmek için, dil bilen birisinin yardımına gereksinim duymak, kişinin kendine ait bir dünya kurmasını güçleştirmekte, kendine güven duygusunu zayıflatmaktadır (Mtrp6). Bunun yanı sıra, tıpkı eğitim sorununda olduğu gibi, dil de yer yer entegrasyon için önemli unsurlar arasında gösterilmektedir, ama bu durum daha çok Almanlar'ın Türklere istediği tarzda bir entegrasyonun zorlayıcı karakteriyle de bağdaştırılarak yorumlanmaktadır (Mtrp2, Mltk7).

**İletişim Sorunu:** Radyo programcılarının üzerinde durduğu bir başka konu olan iletişim sorunu ise, doğal olarak yalnızca Türk toplumunu değil, aynı zamanda Alman toplumunu da ilgilendiren bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorundan söz edilirken en temelde, iki toplum arasındaki iletişim kopukluğuna vurgu yapılmaktadır. Daha çok klişe ve önyargılarla birbirlerini tanımlayan (Mltk7) bu iki toplumun barışık bir yaşam süremedikleri görülmektedir. Türk toplumunun Alman toplumu ile barışık olmaması yorumunu Alman toplumunun, Türkiye'den gelen insanlarla bir türlü uzlaşma ya da barışma ortamı bulamaması saptaması tamamlamaktadır (Mltk1). Bir başka deyişle, iki toplum karşılıklı olarak 'kafalarındaki kapıları' kapalı tutmaktadırlar (Mtrp3).

Görüştüğümüz radyo programcılarının saptadıkları bu temel sorunlara ek olarak, 'işsizlik sorunu', 'suça eğilim' ve 'kimlik sorunu' gibi aslında yukarıda saydığımız sorunlarla yakından ilişkili olan ikincil sorunlardan da söz edildiğini vurgulamak gerekir. Örneğin kimlik sorunu, Mltk2 tarafından Almanya'daki değer yargılarıyla ve mentalite ile uyuşamamaktan kaynaklanan, kabul görmeme sorunuyla ilişkilendirilmektedir. Bu durum bir kimlik bunalımına yol açmakta ve Türk insanı toplum içinde kendine bir yer edinememektedir. Karşılıklı olarak birbirini



beslediği düşünölen bu sorunlar arasında işsizlik sorunun yeri de yadsınamayacak bir önemde ele alınmaktadır. Almanya'nın genel sorunu olarak vurgulanan işsizlik, Türkler arasında %40-50'lere varan oranla en ciddi boyutuna ulaşmaktadır (Mltk4, Mltk3). Bu anlamda Türkler arasında suç oranlarının artması da, eğitim sorunu ele alınırken vurgulandığı gibi, ciddi bir sorun olarak yorumlanmaktadır (Mltk5, Mtrp6).

Almanya'da yaşayan Türk toplumunun temel meseleleriyle ilgili olarak, radyo programcılarının yorumlarından hareketle yapmış olduğumuz sınıflandırmada sorunlar, farklı tanımlamalar ekseninde ve değişik boyutlarıyla ele alınmakla birlikte, genel olarak Türk toplumunun göç ettiği bu ülkede kendine güçlü ve sağlam bir yer edinememiş olması ve Almanya'ya uyum sağlamada yaşadığı güçlükler ekseninde tanımlanmaktadır. Buna göre, genellikle içe dönük ve kapalı bir toplum biçiminde tanımlanan bu toplumun çoğunluk toplumunu anlamada ve ona kendini anlatmada yaşadığı güçlükler ve iki toplum arasındaki iletişim kopukluğu dışlanmışlık duygusunu güçlendirmiş ve uyum sorununu karmaşık ve aşılması güç bir sorun olarak kronikleştirmiştir. Dolayısıyla, bu temel sorunun, ele aldığımız radyoların yayınlarına nasıl yansıdığını daha iyi çözümlenebilmek için iki toplumun birbirleriyle ilişkilerinde yaşadıkları sorunların nedenleri üzerine yapılan yorumlar da önem kazanmaktadır. Bu anlamda, Türk toplumunun çoğunluk toplumu ile arasındaki uyum sorununun aşılmasını engelleyen faktörler üzerine radyo programcılarının düşünceleri ve saptamaları, gerçekleştirdikleri programlarda bu meseleleri ele alırken uyguladıkları stratejilerin nasıl ortaya çıktığını, nasıl biçimlendiğini ve geliştiğini göstermesi açısından yol gösterici olmaktadır.

### Entegrasyonun Önündeki Engeller

Türk toplumunun Almanya'da yaşadığı farklı nitelikteki sorunlara kaynaklık eden, bir başka deyişle tüm bu konuları içine alan bir çerçeve sorun olarak biçimlenen, Almanya'ya uyumda yaşanan güçlüklerin ve Alman toplumuyla ilişkilerde yaşanan aksaklıkların nedenleri üzerine radyo programcılarının yaptıkları yorumlar, sorunun karmaşıklığını ve çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır. Türk toplumunun Almanya'da, kimlik ve aidiyet sorunlarını aşmış, kendini ifade edebilen, güçlü ve etkin bir toplum olarak gelişmesinin önündeki engeller üzerine programcılarının yaptıkları yorumlarda, 'göçü kabullenmeme', 'Alman politikasının hataları', 'karşılıklı gettolaşma/paralel yaşamlar', 'yabancı düşmanlığı ve önyargılar' ve 'uydu yayınlarının etkinliği' gibi nedenler ön plana çıkmaktadır.

**Karşılıklı Gettolaşma/Paralel Yaşamlar:** Radyo programcılarının, karşılıklı gettolaşma tanımını, temel olarak her iki toplumun da içe dönük yapısına ve diğeriyle iletişim içine girme konusundaki isteksizliğine vurguda bulunmak üzere kullandıkları görölmektedir. Buna göre, gündelik yaşam içinde Türkler ve Almanlar arasında sağlıklı bir ilişkinin kurulamadığı düşüncesi ön plana

çıkılmaktadır (Mtrp6). Öyle ki, Almanya'da yaşayan Türk toplumu tıpkı Amerikada'ki 'China Town' ya da 'Little Italy' gibi kendi kabuğuna çekilmiş ve içe dönük bir biçimde örgütlenmiş bir yaşam sürmektedir (Mtrp5, Mltk1). Türk toplumunun bu kendi kendine yetecek tarzda biçimlenmiş yaşam pratiği ve Almanlarla hiçbir şekilde iletişim kurmak istememesi, Almanları tanımlarını engellerken, aynı zamanda Almanların da Türkleri tanımasını güçleştirmektedir (Mltk7). Ama bu güçlük, kimi yorumlara göre, Almanların tavırlarıyla da pekişmektedir. Buna göre Almanlar da tıpkı Türkler gibi, diğer tarafa karşı ilgisiz davranmakta ve Türkleri tanıma konusunda yeterli çabayı sarf etmemektedirler (Mtrp4). Öte yandan, gündelik yaşam alanlarındaki iletişim kopukluğunun önemli bir göstergesi olarak komşuluk ilişkilerinin zayıflığına da vurgu yapılmaktadır (Mltk5, Mltk2). Burada güçlü komşuluk ilişkileri kurabilme özelliğinin daha çok Türkler'e özgü olduğu düşüncesi de ön plana çıkabilmektedir. Buna göre Alman toplumu yalnızca Türkler'le ilişkilerinde değil kendi aralarında da sıcak ilişkiler kuramamaktadırlar. Dolayısıyla Türk insanı Alman toplumu ile sıcak ilişkiler kurma konusunda istekli olsa dahi, Almanların bireyci yaşam tarzı bunu engellemektedir:

"Siz ne kadar gülümsesene de, ilişki kurmak istesene de insanlarla, sizinle kontakt kurmak istemediklerinde çok fazla ileri gidemiyorsunuz. Çünkü duvarı örüyorlar. Ben mesela üç yıldır aynı evde oturuyorum, kapı komşumun ismini bilmiyorum. Kimse kimsenin alanına bulaşmıyor yani... Mesela evimde bir şey eksik olsa yemek pişirirken, biliyorum ki kapısını çalıp istemem, isteyemem..." (Mltk3).

Görüştiğimiz radyo programcılarının yorumlarında paralel yaşam fenomenini besleyen bir başka önemli etkenin de toplumun kurucu unsurlarından olan ailelerin şekillenmesiyle ilişkilendirildiği görülmektedir. Buna göre aile kurarken her iki toplumun da kendi kültüründen gelen insanları tercih etmesi ilişkilerin gelişmesini engelleyen bir başka engel olarak gösterilmektedir (Mltk4). Ailelerin de etkisiyle, özellikle okul çağında bir şekilde iletişim içine girebilmiş olan genç insanlar, yetişkin konuma geldiklerinde, özellikle de evlilik söz konusu olduğunda Almanlarla ilişkilerini koparmak durumunda kalmaktadırlar (Mltk2). İki toplumun birbirleriyle ilişkilerinde yaşanan sorunları özetleme noktasında, 'karşılıklı sempati eksikliği' tanımlaması ön plana çıkmaktadır. Buna göre her iki toplum da kendi dünyalarında yaşamaktadır. Öte yandan, bu durumun bir çatışma ilişkisi biçiminde yorumlanmadığını da tespit etmek gerekir. Burada daha çok birbirine karşı sempatiyle yaklaşmayan ama birbirinin varlığına katlanmak durumunda kalan iki toplumdaki söz edilmektedir (Mltk3). Bu da karşılıklı gettolaşmadır; kesişmeyen paralel yaşamlardır (Mltk3).

**Yabancı Düşmanlığı ve Önyargılar:** Görüştiğimiz radyo programcılarının göre Almanya'da yaşayan Türk toplumunun yaşadığı uyum sorunlarıyla ilişkilendirile-

bilecek bir başka önemli konu da yabancı düşmanlığı ve karşılıklı önyargılardır. Burada ön plana çıkan yorumların başında ise, Almanya'nın özel olarak, farklı bir toplumdan gelen insanlar için yaşanması en güç ülkelerden birisi olduğu yaklaşımı gelmektedir (Mltk4). Temel vurgu, Alman toplumu'nun 'öteki'ne bakışındaki sorunlu noktalara yapılmaktadır. Bu bakış açısında kendine benzetme isteği ön plana çıkmaktadır. Bu da yabancıların varlığının genel olarak yanlış olduğu düşüncesinden beslenmektedir (Mltk1). Bunun da ötesinde, özellikle Almanya'da doğmuş büyümüş insanların dahi yabancı kabul edilmesi, Alman toplumunun bu konuya yaklaşımındaki olumsuzlukların bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Mltk3). Öte yandan, Alman toplumunun yabancılarla yönelik bakış açılarının önyargılarla beslenmekte olduğunun da altı çizilmektedir. Buna göre, Alman toplumunun, genel anlamda da Avrupa'nın Türklere bakış açısı önyargılarla yüklüdür (Mltk1, Mltk2). Belli klişeler üzerine oturan bu önyargılar, münferit birtakım olayların tüm topluma mal edilmesi biçiminde gelişip yayılma göstermektedir (Mtrp4). Türk toplumunu tanımlama noktasında, klişeler yoluyla oluşan genellemelerse dışlanma duygusunu güçlendirmekte ve Türk toplumunu daha içe kapanık bir yaşam tarzına itmektir:

"Hep diyorsunuz ki, sen Türksün, sen müslümansın, sen şöylesin, sen böylesin, kokarsın, yıkanmasını da bilmezsin. İşte şimdi bir de aptallık tartışması çıktı; sen zaten aptalsın. Bunu sürekli duyuyor bir insan. Artık bir süre sonra, tabii ki çekiyor kendini geriye" (Mltk3).

Öte yandan önyargıların tek yanlı olmadığı, Türk toplumunun da Alman toplumuna ve yaşam tarzına yönelik önyargılara sahip olduğu gerçeği de unutulmamaktadır:

"Her fabrikada birden fazla Türk vardır. Bir arada otururlar, bir arada yemek yerler. Önyargılarla dolu olduğumuz için... İşte o adam domuz yiyor, onunla aynı masada oturup yemem. Bu var hala; işte domuz yiyor, işte ne bileyim o biracı..." (Mtrp3).

Görüştüğümüz radyo programcıları arasında, Alman toplumunun Türklere karşı geliştirdiği önyargıları besleyen bir diğer etken olarak 11 Eylül sürecine ve yarattığı sonuçlara da vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu anlamda 11 Eylül saldırılarının yarattığı ortamın özellikle müslümanlara bakış açısını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmektedir. Türklere açısından bakıldığında ise, eskiden olduğu gibi yalnızca Türk kimliğinin değil, artık müslüman kimliğinin de sorgulanmaya başlaması gibi olumsuz bir sonucun ortaya çıktığı düşünülmektedir (Mltk3). Bir başka saptama da 11 Eylül sürecinin farklı kültürler arasındaki diyalogun kopmasına neden olduğu yönündedir. Bu ise, çoğunluk toplumunun yabancılarla karşı geliştirdiği suçlama ve köşeye sıkıştırma reflekslerini çok daha doğal bir hale getirmektedir (Mltk1).

**Göçü Kabullenmeme/Geri Dönüş Efsanesi:** Görüştüğümüz radyo programcılarına göre, Türk toplumunun yaşadığı uyum sorununun en önemli nedenlerinden birisi de, Türklerin Almanya'ya göç etmiş olduklarını ve bu ülkeye göçmen olarak geldikleri gerçeğini kabul etmekten kaçınmaları biçiminde tanımlanmaktadır. Türkler göçmen kavramına, olumsuz çağrışımlarından ötürü mesafeli yaklaşmaktadırlar (Mtrp7). Bu nedenle Almanya'daki göç gerçeğinin ancak 8-10 senelik bir süreç olduğunun altı çizilmektedir. Buna göre, göç 40 yıl öncesine uzanmamaktadır, çünkü 40 yıl önce Almanya'ya gelenlerin hiçbirisi bu ülkeye göç etmeyi, bu ülkede yerleşmeyi aklından geçirmemiştir (Mltk5). 40 yıl önce Almanya'ya gelmiş olan Türkler bu ülkede kalıcı olduklarının oldukça geç farkına varmışlardır (Mltk4). Görüştüğümüz radyo programcılarına göre bu durumu ortaya çıkaran nedenlerin başında, Türklerin hep geri dönme yönünde motive olmaları yatmaktadır. Özellikle 1. ve 2. kuşaklar bedenleriyle Almanya'da bulunurken, bütün benlikleriyle Türkiye'de olmak gibi bir çelişkiyi yaşamaktadırlar (Mltk4). Memleketiniz neresi diye sorulduğunda, 'Türkiye' yanıtını vermeyi tercih eden Türk toplumu, Almanya'lı olma düşüncesine bir türlü alışamamış görünmektedir (Mtrp7). Bu durum, yani sürekli olarak dönüş hayaliyle yaşamak, Türk toplumunun Almanya'daki yaşantısına maddi manevi hiçbir yatırım yapmaması gibi bir sonuç doğurmaktadır (Mltk1, Mltk5). Türk toplumu batı kültürünün parçalarıyla hayat içinde tanıştığında, Almanya'da kalıcı olmadıklarına yönelik motivasyonları nedeniyle, o kültürü tanımak veya anlamaya çalışmak gibi bir davranış geliştirmekten uzak görünmektedir (Mltk2).

**Alman Politikasının Hataları:** Uyum sorununun aşılmasını engelleyen bir diğer neden olarak da, Alman devletinin süreç içinde bu konu ile ilgili gerçekçi ve iyi işleyen bir politika üretememiş olması gösterilmektedir. Burada ön plana çıkan yaklaşım, tıpkı Türkler'in olduğu gibi, Almanya'nın da ülkelerine gelen bu insanların kalıcı olacaklarını öngörememiş olmasıdır. Bu durum sağlıklı bir göçmen politikasının yaşama geçirilmesine engel teşkil etmiştir (Mltk5, Mltk3). Bu konuyla ilgili tamamlayıcı yorumlarda, Almanya'nın Türk toplumunu bu ülkeye yerleşmek üzere gelen bir göçmen topluluk olarak değil, yalnızca çalışmak için burada olan bir emek gücü olarak gördüğü düşüncesi ağırlık kazanmaktadır:

"Türk toplumundan birşeyler beklemek için önce çoğunluk toplumunun birşeyler yapması lazım, politikanın birşeyler yapması lazım. Türk toplumu, 1. kuşak için söylenebilir, niye Almanca öğrenmediler? Yani çok fazla suçlamıyorum açıkçası... Hayatında belki büyük şehir bile görmemiş insanlar var bunların arasında... Adam gelir gelmez, bakın Ruhr bölgesine gidin, maden ocaklarında çalışmaya başlamış bu insanlar, fabrikalara tıkmışlar bu insanları hemen... (Bir haber için görüşmeler yaptığı kadınlar arasında) bir tanesi bana dedi ki, ben direkt olarak Hamburg'a geldim, ilk yapmak istediğim şey Almanca kursuna gitmek oldu. Bana usta dedi ki, sen buraya çalışmaya geldin, hadi bakalım işinin başına, Almanca öğrenip de ne yapacaksın sen?" (Mltk3).

Bu konuyla ilgili tartışmada öne çıkan bir başka yorum da Almanya'nın göçmenlere yönelik bakışının, uyum sorununun tek taraflı bir sorun olarak görülmesi itibariyle sağlıksız bir düzleme oturduğu yönündedir. Buna göre uyum, yalnızca Türkler'den beklenmekte Almanya bu konuda kendi üzerine düşen görevler konusunda yeterince düşünmemektedir (Mtrp8). Bu da Almanya'nın konuya bakışını ve göçmen politikası stratejilerini 'yabancılar politikası' düzeyine indirgemekte, böylelikle daha baştan çoğunluk toplumu ve onun dışında kalanlar gibi sağlıksız bir ayrımın oluşmasına neden olmaktadır (Mtrp3).

**Türkiye Medyasının Etkileri (Uydu Yayınları):** Türk toplumunun Almanya'ya uyumu sorununa temel teşkil ettiği düşünülen konulardan bir diğeri de Türk medyasının etkileri, özellikle de 90'lardan sonra gelişen uydu yayınları olarak gösterilmektedir. Bu anlamda çanak antenler aracılığıyla Türk TV kanallarına bağımlılığın gittikçe yaygınlaşması bir dönüm noktası biçiminde tanımlanmaktadır (Mtrp3). Türk TV kanallarına bu denli bağımlı olmasa Türkiye ile bağlarını sıkı bir biçimde korumak, Türkiye'ye dönük yaşamak gibi yan anlamlar üretmekte ve bu durum entegrasyonun önündeki engellerden biri biçiminde tanımlanmaktadır (Mtrp2). Bu yayınlar aynı zamanda ülkesinden uzakta yaşayan göçmen toplumunu, milliyetçi duyguları ön plana çıkarmak, sürekli etnik kökene vurgu yapmak ve ulusal kavramları işlemek gibi stratejilerinden ötürü (Mtrp7, Mltk6), yaşadıkları ülkedeki somut çıkarlarından çok, yaşamadıkları ülkelerinin kendilerini doğrudan ilgilendirmeyen gündemlerine ilgi duymaya itmektedir. Görüştüğümüz radyo programcılarının göre bu durum, uyum sorununa temel oluşturan olgulardan birisi olarak Almanlar tarafından da önemsenmekte ve Türkler'i entegre olma konusunda gönülsüz olmakla suçlamanın bir aracı olarak kullanılmaktadır (Mltk3). Nitekim Türkler'in Alman medyası ile ilişkilerini büyük ölçüde koparmış olması, yaşadıkları ülkeyle ve toplumsal çevreyle bağlarını koparmaları ve burada olup bitenlerden bihaber olmaları anlamına da gelmektedir (Mtrp5). Radyo programcılarının uydu yayınları ile ilgili yorumlarında öne çıkan bir başka kaygı da, bu yayınların eğlence içeriğine dayanan düzeysiz yapısının, Türk toplumunu gelişiminin önünde bir engel olduğu yönündedir.

Görüldüğü gibi, görüştüğümüz radyo programcıları, Almanya'da yaşayan Türk toplumunun temel meseleleri ve sorunlarıyla ilgili yorumlarında genellikle uyum/entegrasyon sorununa vurgu yapmak suretiyle benzer gündemler etrafında birleşmektedirler. Bununla birlikte, yer yer farklı noktalara değinerek, yer yer de konuyu farklı boyutlarıyla tanımlayarak belli ölçülerde birbirlerinden ayrıştıklarını da saptamak gerekir. Bu durumun, yani, radyo programcılarının söz konusu sorunlar üzerine yaptıkları yorumlarda ortaya çıkan görece çeşitliliğin, program stratejilerine de yansımaları beklenmektedir. Bununla birlikte, yaptığımız çalışma göstermiştir ki, programcıların programlarında kullandıkları temel stratejiler her iki radyoda da belli çerçeveler içinde ve görece benzer tarzlarda oluşmaktadır. Bu bağlamda, Metropol FM'de çalışan programcıları programlarını

yapılandırırken daha ziyade eğlence içeriği temelinde güncel konulara eğilmekte ve gündelik yaşam pratiklerinden yola çıkarak hareket etmektedirler. Radiomultikulti Türkçe Servisi çalışanları ise söz ve haber ağırlıklı program yapılarını genellikle kültürel yaşam ve kimlik sorunları gibi olgular üzerine oturtmaktadırlar. Bu genel analizi temellendirmek için, görüşmeler ve gözlemler yoluyla saptamış olduğumuz programcılık stratejilerinin bu iki radyoda nasıl ayrıştığını ayrıntılarıyla ele almak yerinde olacaktır.

## Programcılık Stratejileri

### *Radyomultikulti:*

Yaptığımız görüşmelerden, gözlemlerden ve dinlediğimiz yayınlardan hareketle elde ettiğimiz verilerden yola çıkarak diyebiliriz ki, her iki radyoda da programcılarının kullandıkları stratejiler ve program yapılandırma tarzları kendi içlerinde belli benzerlikler göstermektedir. Radiomultikulti Türkçe Redaksiyonu'ndaki programcılarının programlarını yapılandırırken ön plana çıkardıkları unsurlar ve kullandıkları temel stratejiler genel olarak kültürel çoğulculuğa katkı vermek ve kentli yaşam tarzının gereklerini ön plana çıkarmak biçiminde özetlenebilir. Burada ön plana çıkan eğilim, Türk kültürünün yarattığı değerleri bu çoğulcu kültür ortamında temsil etmek, geliştirmek ve bu kültürel alış-veriş ortamına Türk kimliğini bir değer olarak sunabilmek biçiminde tanımlanabilir. Bu anlamda Radiomultikulti kurulmadan önce yapılan Türkçe yayınlarda olduğu gibi basit gündelik konular yerine, program içeriklerinin derinleştiği, politikadan sanata çok çeşitli konuların ele alındığı bir anlayışın yayınlarda ağırlık kazandığı görülmektedir. Programcılar bu anlamda, kendi kültürünü muhafaza ederek, kendi yarattığı değerlere sahip çıkarak, içinde yaşadığı ülkeye ve topluma uyum sağlamış, kentlileşmiş bir dinleyici kitlesini hedef olarak hazırlamaya çalışmaktadırlar programlarını. Bu çerçevede içinde öne çıkan ana stratejilerden biri, kent kültürünü özümsetmek ve yaşatmak, kentli yaşam tarzının gereklerini öne çıkarmak biçiminde açıklanabilir:

"... Ama bugün bu konuların boyutları da değişti, eskisi gibi değil. Eskiden çok basit konulardı. Şimdi Kenan Kolat'la Cem Özdemir siyasi bir tartışma yürütüyorlar bunu veriyorsun. Biz kendimize hedef dinleyici kitlesi olarak, buraya kendi kültürünü muhafaza ederek, yani kendi benliğini muhafaza ederek uyum sağlamış kent insanını seçtik. Metropol insanına, metropolde yaşayan kent insanına yakın yapan bir radyo anlayışıyla konularımızı seçmeye çalışıyoruz. Müziğimiz de ona göre. Bir metropol müziği yaptığımız müzik... Yani metropol müziği nedir? Rock, efendim özgün müzik, işte Feridun Düzağaç, Teoman, Nazan Öncel... Alternatif, bu gibi. Yani öyle sözleri yoz pop müzik değil. Metropol kültürü, metropol müziği diyebileceğimiz türden, ağırlıklı olarak müzik yapıyoruz" (Mltk5).

Kent kültürünün unsurlarını ön plana çıkarmaya dönük bir diğer stratejik yaklaşım da, programların içinde yer alan yarışma bölümlerinde ortaya çıkmaktadır. Bu yarışma bölümlerinde sorulan sorularla ve bu sorulara doğru yanıt veren dinleyicilere dağıtılan kitap, sinema ve konser biletleriyle, dinleyiciyi kültür hayatının bileşenleriyle buluşturmak amaçlanmaktadır. Bu promosyonlarda ortaya çıkan bir başka stratejik unsurun da, dağıtılan kitapların yalnızca Türkçe kitaplarla sınırlandırılmaması, Almanca kitapların da dinleyici ile buluşturulması olduğu görülmektedir. Burada kültürel alış-veriş düşüncesi ön plana çıkmaktadır. Bu tercih, dinleyicileri yalnızca kendi kültürüyle değil, Alman kültürünün yarattığı değerlerle de haşır neşir olmaya özendirilmesi açısından önem kazanmaktadır.

Kültürel alış-verişe katkıda bulunma düşüncesini destekleyen bir başka program yapılandırma biçimi de Mltk7'nin yaptığı edebiyat programlarında kendini göstermektedir. Programcı programını hazırlarken kendini Türkçe edebiyatla sınırlandırmayarak, sanatı evrensel kültürün ortak unsurlarından birisi olarak ele almayı tercih etmektedir. Alman edebiyatıyla ilgili haber ve bilgilerin de yer aldığı program bu yönüyle, dinleyicilerin Alman toplumu ile sağlıklı bir kültürel alış-veriş ortamında buluşabilmesi için, bu toplumun yarattığı kültürel değerleri tanınması ve anlaması gerekliliğine de atıfta bulunmaktadır. Bu strateji, ayda bir yayınlanan Almanca bir programla desteklenmektedir. Burada da Alman dinleyiciye Türk toplumunun yarattığı değerleri tanıtmaya amacı güdülmektedir.

Haber bültenleri ve haber programlarının içeriklerindeki Almanya gündeminin ağırlığı ise bir başka dikkat çekici uygulamadır. Haberlerin oluşumunda ve haberlere temel oluşturan olayların yorumlanmasında Almanya'da yaşayan Türk toplumunun ve Almanya'nın bakış açısının ön plana çıktığı açıkça gözlemlenmektedir:

"Kalkıp da Türkiye'deki yayın organı, AB ile ilgili bir şey olduğunda, Türkiye ile ilgili bir karar olduğunda, oradan onu veriyor sadece. Ama bizim için olayın başka boyutları da var. Almanya'daki politikacılar buna ne dedi, burada yaşayan Türkler bundan nasıl etkilendi, buradaki seçim kampanyaları yapılırken Türkler'in üstünden bu iş ne kadar yapılıyor, faturası ne kadar Türkler'e çıkıyor? Bütün bunları da, yani Türkler'in, Almanya'da yaşayan Türkler'in ve Almanya'nın bakış açısıyla vermeye çalışıyoruz. Burada yaşayan Türk toplumunu direkt olarak ilgilendiren konular yayın politikamızın bir parçası, artı onları buraya entegre etmek gibi çok önemli bir hedefimiz de var tabii" (Mltk3).

Bu yaklaşımda Türkler'e, Türkiye'de değil, Almanya'da yaşadıklarını, burada gelişen olayların kendilerini direkt olarak ilgilendirdiğini ve yaşamları üzerinde önemli etkileri olduğunu hatırlatmak amaçlanmaktadır. Bu anlamda dinleyiciden yaşadığı çevreye ilgi duyması, birlikte yaşadığı toplumu anlamaya çalışması ve

içinde yaşadığı ülkenin gündemlerine hakim olması beklenmektedir. Mltk3'ün vurguladığı 'entegrasyon hedefleri' ile uyduğuna ileri sürebileceğimiz bir tercih olarak biçimlenen bu stratejide anlamını bulan düşünce ise yaşadığı ülkenin gündemlerine hakim olan ve bu meseleler üzerine kafa yoran bireylerin, aidiyet ve kimlik sorunlarını aşmada daha avantajlı oldukları inancına yaslanmaktadır.

Özellikle gündelik yaşam üzerine programlarda karşımıza çıkan ve iki toplum arasındaki ilişkilerin doğasını konu etmek üzere kurgulandığı anlaşılan bir diğer stratejide, sözkonusu ilişkinin tanıma/anlama eksenine oturtulmaya çalışıldığı gözlemlenmektedir. Örnek olarak verebileceğimiz ve küçük skeçlerden oluşan bir drama programı olan 'Kuşkonmaz Ailesi' bu amaçla Türk ve Alman karakterlerin bir arada bulunduğu bir yapı biçiminde tasarlanmıştır. Programın bir diğer amacı da Almanya'da yaşayan Türk aile tipine eleştirel-mizahi bir bakış açısı getirmektir. İnsanları kendileri hakkında düşünmeye itme ve özeleştirici kültürünün gelişmesine katkı verme anlayışı bu temel amaca kaynaklık etmektedir:

"Amaç insanlara kendini gösterebilmek ya da duyurabilmek. Kendilerini dinlerken, kendi hallerine gülerken ya da güldürürken belki de düşündürebilmek. Yani çok öyle tepeden inme, aloo, kendinize gelin, şunu şöyle yapın, bunu böyle yapın diyemezsiniz insanlara. Güldürürken alttan alttan belki birşeyler verebilirsek, iki tane insanın da belki düşünmesini sağlarsak, bu olumlu bir şeydir" (Mltk2).

Yukarıda da sözünü ettiğimiz gibi programdaki strateji yalnızca Türk insanına dönük bir eleştiri biçiminde tasarlanmamıştır. Aynı zamanda bu aileden yola çıkılarak Türk toplumu ile Alman toplumu arasındaki ilişkiler üzerine iki yönlü bir bakış açısı geliştirilmek istenmektedir. Örneğin, skeç içinde Alman komşu karakterinin yer alması, içe kapanma fenomenini tartışmaya açarak; Türk insanını, Alman insanı ile ilişkisi içinde değerlendirme, bu ilişkinin niteliğini sorgulama ve eleştirme ve bu ilişkiyi, birlikte yaşamak zorunda olan bir toplum için kaçınılmaz bir ilişki olarak ele alma şansını da vermektedir programcıya. Bu anlamda bir yandan iki toplum arasındaki farklılıkların, hayata ve olaylara bakış açılarındaki ayrışmaların altı çizilirken, bir yandan da bu farklılıklara rağmen bir arada yaşamının olanaksız olmadığı, farklılıkları törpüleyerek birinin diğerine benzemesini beklemek yerine, insanların birbirlerini anlamalarının ve bir kültürel alış-veriş ortamı içinde birlikte yaşayabilmeyen daha sağlıklı bir toplumsal ilişki olduğu vurgulanmaktadır.

Programlarda ortaya çıkan bir başka stratejik yaklaşım da, modern Türk kimliğine yapılan vurgudur. Bu kimlik, içe dönük ve kendi kendine yeten bir toplumsal çevre içinde sıkışıp kalmamış, modern kültürün çizdiği çerçevelerle uyum içinde yaşayabilen birey kimliği olarak tasarlanmaktadır. Bu tasarım içinde sorunlar, etnik düzlemden çıkarılarak, evrensel modern kültüre özgü unsurlar etrafında ele



alınmaktadır. Örneğin Mltk7'nin hazırladığı kadın programında, göçmen Türk kadını kimliğinden, evrensel kadın kimliğine geçişe vurgu yapıldığı gözlemlenmektedir. Kadın sorunları da bu çerçeve içinde ele alınıp gündeme getirilmektedir:

"Turkuaz isimli bir kadın programı hazırlıyorum... Programın konseptini hazırlarken şuradan yola çıktık; burada yaşayan Türkler artık, burada yaşayacaklarına karar vermiş durumdadır ve Türkiye'ye dönmeyi düşünmüyorlar. Kent yaşamına uyum sağlamışlar, kenti yaşıyorlar ve kentte ne olup bittiğiyle ilgileniyorlar. Burada yaşayanlar artık göçmen değil. Çünkü bugüne kadar medyada yapılan yayınlarda hep göçmen kadın kimliği adı altında, işte göçmen kadınların iş bulması, dil öğrenmesi bilmem ne... Yani göçmen kadına atfedilen sorunlar ele alınıyordu. Ama bu program bunun tam tersine, eğer kadın sorunlarıysa, yani bunun çok evrensel bir boyutu var. Eğer bir kadın çocuğum mu yoksa işim mi diye düşünüyorsa bunun göçmenlikle veya Türklük'le bir alakası filan yok. Bu, kadınlara ait çok evrensel bir sorun. Veya büyük kentlerde yaşayan kadınlara özgü özellikle, veya birçok kadının günlük hayatında olan bir şey" (Mltk7).

Mltk6'nın hazırladığı spor programında kültür ögesinin bir kez daha önemli bir kavram olarak ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Buna göre spor, haber çerçevesinin dışına taşan bir kültürel unsur olarak tanımlanmakta ve kültürel zenginliğin bir parçası olarak ele alınmaktadır:

"Burada bir başpehlivan abimiz vardı, eskiden Kırkpınar'da başpehlivan olmuş, şimdi Türkiye'de yaşıyor. Bir Kırkpınar haftası öncesi ben bu adamla oturdum, görüştüm. Çok güzel bir röportaj yaptım. O gerektiğinde başpehlivan oldu, gerektiğinde cazgır oldu, gerektiğinde kispeti anlatan bir usta oldu. Geldim buraya dedim ki, benim elimde böyle bir materyal var. Bana, bunu spor programına nasıl veririz diye sordular? Dedim bu kültür. Bu bir Türk kültürü, bin yıla yakındır bu yaşıyor. Sportif bir yanı var ama bu bir kültür. Bana, öyle bir program yap ki dediler, bunun kültür olduğunu anlayalım. Oturduk yaptık" (Mltk6).

Sporun bir kültür ögesi olarak ele alınmasının yanında, birleştirici bir yönü olduğu da program yaklaşımının yörgülerinden birisi olarak görünmektedir. Örneğin Alman futbol takımlarında oynayan Türk sporcular programa konuk olarak alınmakta ve sportif konular tartışılmaktadır. Burada da konular, özellikle Alman kamuoyunun gündemi göz önünde bulundurularak seçilmektedir.

Türkçe'nin doğru kullanılması çabası ise, Multikulti çalışanlarının üzerinde

çoğunlukla uzlaştığı bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da öncelikli olarak bir kültürel görev biçiminde tanımlanmaktadır. Türk insanının kendi dilini doğru ve güzel kullanmasına katkıda bulunmak, radyonun kültürel işlevlerinden birisi olarak tescil edilmiş durumdadır. Bu aynı zamanda entegrasyonu asimilasyon tehlikesinden soyutlamanın araçlarından birisi olarak ön plana çıkmaktadır. Nitekim buradaki entegrasyon yaklaşımında, kültürel kimliğin korunması ve yaşatılması ortak bir strateji olarak kurumsallaşmış görünmektedir (Mltk6, Mltk3, Mltk2, Mltk7).

### ***Metropol FM***

Programcılık stratejilerinin temelinde genellikle 'eğlendirme' amacının yer aldığı Metropol FM yayınlarında ise, bu yaklaşıma paralel olarak çeşitli boyutlarıyla gündelik yaşamı ilgilendiren konuların ön plana çıktığı bir program yelpazesinin varlığı gözlemlenmektedir. Genellikle kadın dinleyicilere dönük bir program hazırlayan Mtrp6, programının gündelik yaşamı içinde dinleyici ile keyifli bir arkadaşlık ilişkisi kurma potansiyeline vurgu yapmaktadır. Bu anlamda müzik ağırlıklı yayını destekleyen sözel unsurlar eğlenceli ve günlük hayat içinden çıkan basit konular etrafında biçimlenmektedir. Bunu tamamlayan enformasyon içeriği de gene gündelik sorunlara pratik çözümler üretebilecek ve günlük hayatı kolaylaştırmaya dönük bilgilerle desteklenmektedir:

"Programım içinde püf noktaları veriyorum zaman zaman. Hani günlük hayatımızı kolaylaştıracak türden püf noktalar vardır... Ama bunu yalnızca bayanlara yönelik değil de, genele açmaya gayret ediyorum ... Bunun yanında 'Uzmanlar Sizinle' diye bir bölüm vardı. Burada kendim bir konu belirliyorum, o konunun uzmanını veya bilirkişisini çağırıyorum. İşte atıyorum, bir avukat çağırıyorum, o avukatın o günkü konusu boşanma hukuku. Türkiye'de evlenip de burada yaşayan insan boşanmak istediğinde ne yapması gerekiyor, nereye başvurması gerekiyor. Bununla ilgili sorular yöneltiyorum konuşuma , dinleyiciden de canlı soru alıyorum aynı şekilde" (Mtrp6).

Pozitif duygular üreterek dinleyicinin gündelik yaşamına refakat (eşlik) etme stratejisini destekleyen bir başka yönelim de, moderasyon sırasında politik konulardan, ideolojik çağrışımlar yaratabilecek konuşmalardan ve moral bozucu olaylardan kaçınmak biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu durum doğal olarak eğlence içeriğini destekleyecek konulara yönelme gibi bir sonuç doğurmaktadır:

"Politikaya fazla girmemeye çalışıyorum, belirli kesimleri rahatsız edecek konulara girmemeye çalışıyorum. O hafta 11 Eylül olayı olmuş olsa bile o haberi vermemeye çalışıyorum. İnsanlar çünkü hafta sonu çalışıyorlar, strese giriyorlar. Hafta sonu, hiç değilse bir pazar günü, bir Cumartesi günü bu stresi üzerlerinden atmaya

çalışıyorlar. Ben de insanlara biraz daha yardımcı olmaya çalışıyorum" (Mtrp8).

Almanya'da radyo için 'prime-time' olarak kabul edilen sabah saatlerinde yayınlanan bir diğer eğlence içerikli programda, programın moderatörü DJ H-Khan havadan sudan diye tanımlayabileceğimiz bir sohbet ortamı içinde seslenmektedir dinleyicisine. Burada da amaç ilgi çekici, basit gündelik konuları samimi bir hava içinde dinleyiciye yansıtabilmektedir:

"Ben biraz daha böyle gırgır, şamata, politikayla pek öyle alakam olmadığı için... Benim yaptığım programda az biraz dedikodu ve çok ilginç haberler veriyorum. Herkesi ilgilendirebilecek, politik olmamak şartıyla. Ne bileyim işte bugün yaptığım gibi: Almanya dışında aldığınız otomobiller, Almanya'da %30 daha ucuz gibi. Herkesi ilgilendiren bir konu bu. İnsanlar hemen aa! filan diyorlar" (Mtrp5).

Metropol FM'de yayınlanan programlar arasında, haber ve bilgi içeriğinin biraz daha ön planda olması dolayısıyla eğlence formatından belli ölçülerde soyutlanmış olan bir diğer programda, aktarılan bilgilerin, dinleyicinin yaşamını direkt olarak ilgilendiren konular arasından seçilmesine özellikle dikkat edildiği görülmektedir. Programda dikkat edilen önemli unsurlardan birinin de, program dilinin oluşturulmasıyla ilgili olduğu anlaşılmaktadır. 'Herkesi ilgilendiren konuların doğru formatta aktarılması' biçiminde tanımlanan bu yaklaşıma göre, aktarılan konu ciddi de olsa, esprili, herkesin ilgisini çekebilecek bir dil kullanmak tercih edilmektedir. Bu aynı zamanda programın kolayca anlaşılmasına olanak vermesi açısından da önemlidir:

"Ben ne yapıyorum? İlk etapta Almanya'da ne oluyor. Ve şöyle bir modelim var; birincisi, annem bir çok kompleks konuları anlamıyor. Onun için, ona anlaşılır bir dilde anlatmam lazım. Ama konuyu uzman birisi dinleyince yanlış olmuş dememesi lazım. İkincisi... argo bir kavram kullanamam. Bizden birisi ve saygı duyuyorsun. Dinleyici bu. Mesela 'Şşt çocuklar n'aber ya!' diyemezsin. Bunu böyle yaptığın ve bu işin uzmanı da dinlediği zaman, 'bu adam basit bir dille anlattı ama doğru anlattı' demesi lazım. Bu mümkün. Bunu Amerika'da görmüştüm. "News Entertainment" diyorlar. Ha, bir de esprili yaparım bunu: 'Vaay, seçimler var, 18 Eylül'de seçimlere hazır olun! Niye böyle erken seçim? Erken olduğu için erken seçim diyorlar. Niye, çünkü biz artık yapamıyoruz dedi, başbakan Schröder. Tamam mı? Bir de güvenoylamasına gitti. Küçük bir de tezgah kurdular, -bak bana güvendiğinizi söylemeyin ha, güvenoyu almamam lazım-' Çünkü bu adam iktidardı, millete bunu anlatmam lazım. Böyle esprili bir dille, ama konu gerçek" (Mtrp7).

Haber ve bilgi içeriği ön plana çıksa da, bu program da, diğerlerinde olduğu gibi, dinleyicinin gündelik yaşamında ona eşlik eden güleryüzlü bir arkadaş biçiminde tasarlanmaktadır. Dinleyiciye, gündelik yaşamda kullanabileceği, yaşamını kolaylaştıracak bilgiler aktarılırken, sürekli olarak pozitif ve samimi bir atmosfer yaratılmak istenmektedir. Bu anlayış haber ve bilgi içeren diğer programlarda da benzer tarzlarda kendini göstermektedir. Buna göre gündelik yaşamı ilgilendiren her konu, program için malzeme teşkil etme potansiyeli taşımaktadır. Buradaki en önemli ayrıntı ise bu konuların eğitici bir biçimde değil, ilgi ve ihtiyaçları karşılayacak tarzda, pragmatik bir yöntemle ele alınıyor olmasıdır. Bir başka deyişle, örneğin Türkçe'yi doğru kullanmak, kültürel gelişime katkıda bulunmak gibi 'misyoner'ce bir tavırdan söz edilmesi mümkün görünmemektedir (Mtrp2). Bu yaklaşımı destekleyen bir başka strateji de, dinleyici için bir tür ayna görevi görmek biçiminde tanımlanmaktadır (Mtrp3). Buna göre dinleyicilerin gündelik yaşamlarında içe içe oldukları konulara eğilmek, ilgi ve ihtiyaçlarını gözetmek, dinleyicinin yayınlarda kendini görmesine yardımcı olmaktadır:

"Mesela Berlin'de çok fazla Bingöllü var, onlar radyoyu dinledikleri zaman kendilerini görmeleri lazım, kendilerini duymaları gerekiyor. Çünkü bir şekilde kimliğini ona göstermem gerekiyor, ayna olmak zorundayım buradaki topluma. Ben şimdi ona askeri şuradan bahsetsem, toplanmış, çok fazla önemli değil belki... yani neyle ilgilenebilir, neyi dinleyebilir diye düşünmem lazım" (Mtrp3).

Radyonun müzik yayınlarındaki temel strateji ise, programlarda öne çıkan eğlence içeriğini destekler niteliktedir. Metropol FM'de müzik prodüktörü olarak çalışan Mtrp 4, müzik parçalarının seçimini yaparken tercihini ağırlıklı olarak, popüler kültürden beslenen ortalama müzik dinleyicisinin ilgisini çekebilecek pop müzik parçalarından yana kullandığını belirtmektedir. Seçimleri etkileyen bir başka unsurun da satış ve 'Top' listeleri olduğu anlaşılmaktadır. Buradaki temel strateji müzik yayınına mümkün olan en geniş beğeni düzlemine göre oluşturmaktır. Bu nedenle ayırt edici nitelikteki müzik parçalarından kaçınıldığı görülmektedir. Örneğin alevi müziği, islami içerikli müzik parçaları, protest ve müstehcen şarkılar bu seçimin dışında tutulmaktadır (Mtrp4).

Görüştiğimiz programcılarının yorumlarından yola çıkarak iki radyonun programcılık stratejilerini incelediğimizde temelde her birinin kendi programcılık yaklaşımını geliştirmiş olduğunu görmekteyiz. Radyomultikulti Türkçe Servisi, temelinde çokkültürlülüğün olduğu, Alman toplumu ile Türk toplumunun karşılıklı kültürel alış-veriş içinde birbirini tanımasını amaçlayan bir kültürel entegrasyonu öne çıkarırken, Metropol FM ise göç deneyimini yaşayan Türk toplumunun bu süreçteki deneyimleri ve kendi kültürü çerçevesinde oluşturduğu yaşam biçimiyle Almanya'daki gündelik yaşama uyumunu kolaylaştırmayı hedefleyen bir programcılık yaklaşımını benimsemektedir.

Radyomultikulti'nin sözkonusu programcılık stratejisini çokkültürlülük yaklaşımları açısından değerlendirdiğimizde Kaya'nın altını çizdiği "çeviriye yönelme" olgusunun bu yaklaşımı açıklamada faydalı olacağını ifade edebiliriz (Kaya, 2002: 40). Multikulti Türkçe Redaksiyonu, program stratejilerinde özellikle çokkültürlü toplumun altını çizmekte, yayınlarıyla çokkültürlü toplumun oluşumuna katkı vermeyi amaçlamaktadırlar. Bu bağlamda, tüm programlarda Türk kültürünü ve kimliğini Almanya'daki çokkültürlü toplumun bir parçası olarak öne çıkarmak, ve bunları kültürel alışveriş ortamında bir değer olarak konumlandırabilmek hedeflenmektedir. Çeviriye yönelme kavramı tam da bu noktada Multikultinin program stratejilerini karşılar gözükmektedir. Bu kavrama göre, somut yansımasını kültürel kimlikte ve onun ürettiği unsurlarda bulan otantik ve etnik değerler, sınırlılık değil dönüşüme ya da değişime katkıda bulunacak öğeler olarak değerlendirilmektedirler (Kaya, 2002: 40). Multikulti, gerçekleştirdiği programlarda kültürel kimliğin korunması, geliştirilmesi noktasında farklı otantik kültür öğelerini aktarmaya özen göstermektedir. Ayrıca iki toplum arasında kültürel alışverişin gerçekleşmesine, Almanya'da yaşayan Türk ve Alman toplumun birbirini anlamasına programları aracılığıyla katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Böylece bir anlamda her iki toplumu -özellikle de Türkleri- "kültürel bir çeviri"ye yöneltmekte, birbirlerinin değerlerini anlatarak ve her iki toplum için birbirlerini tanıma-anlama noktasındaki sınırları kaldırarak Türk toplumunun entegrasyonuna katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Metropol FM de son kertede geleneğe değil çeviriye yönelmekte ancak, beslendiği ana unsur kültür değil gündelik yaşam pratikleri olmaktadır. Dolayısıyla Metropol FM'in programcılık stratejilerini Robins'in ortaya attığı "gündelik uluslararasılık" kavramıyla açıklamak daha doğru olacaktır (Robins, 2001: 37). Temel misyon olarak eğlendirmeyi seçmiş olsa da, Metropol FM yayınlarıyla dinleyicilerinin gündelik yaşamlarına eşlik etmeyi de amaçlamaktadır. Bu eşlik etme süreci, dinleyiciye sevdiği müzik, sanatçılarla ilgili enformasyonlar ya da eğlendirici moderasyonlar aracılığıyla olumlu motivasyonlar aktarmak yoluyla gerçekleşmekte, ama aynı zamanda bu süreçte gündelik yaşam içindeki basit konular ya da gündemler hakkında enformasyon da sağlanmaktadır. Metropol FM bunu yaparken, seslendiği dinleyici kitlesini Anderson (1996)'ın tanımladığı şekilde bir "tahayyül edilen topluluk" olarak görmemekte, aksine dinleyiciyle kurduğu samimi ve basit ilişkininin neticesinde, onların bireysel deneyimlerini, istek ve beklentilerini paylaşarak kendi çizdiği sınırlar içerisinde kalmak koşuluyla bunları programlarında değerlendirmeye çalışmaktadır. Metropol FM, dinleyicilerini oluşturan topluluğu, Türkiye'de görüldüğü gibi homojen, çok belirgin ortak özellikleri olan hayali bir toplum olarak değil, birçok farklı katmanları olan, farklı göç ve göç sonucunda hem Türkiye'de hem de Almanya'daki gündelik yaşam deneyimlerini yaşayan bireylerin oluşturduğu bir topluluk olarak görme eğilimindedir. Bu durumda Metropol FM, Multikulti'nin aksine radyoya Türk toplumunun Almanya'daki "kültürel entegrasyon"una katkıda bulunma gibi bir misyon yüklememekte, radyoyu bir refakat etme aracı

olarak görerek ve yayınları aracılığıyla pozitif duygular üreterek dinleyicinin gündelik yaşamına eşlik etmeyi, böylece Almanya'daki gündelik yaşama dinleyicilerinin "uyum göstermesini" kolaylaştırmayı amaçlamaktadır.

Görüldüğü gibi, görüştüğümüz programcılarının, programlarını yapılandırırken yaptıkları tercihler, konuları ele alış tarzları ve uyguladıkları temel programcılık stratejileri her iki radyoda da, kendine özgü denecek bir tarzda ve belli bir çerçeve içinde biçimlenmektedir. Buna paralel olarak, programcılarının Almanya'da yaşayan Türk toplumu ve bu toplumun sorunları üzerine yaptıkları tanımlamalar boyunca biçimlenen özgün yaklaşımların yukarıda çizilen çerçeveler içinde yer yer törpülediği de görülmektedir. Bu durum bize programcılarının programlarını yapılandırırken yalnızca, ele aldıkları konularla ilgili kendi fikirleri, yorumları ve tanımlamaları doğrultusunda hareket etmediklerini, bu stratejilerin oluşumunda organizasyonel tanımlamaların, medya organizasyonunun kendine özgü hedef ve çıkarlarının da önemli ölçüde belirleyici olduğunu göstermektedir. Hatta kimi zaman, aynı organizasyon içinde çalışan kimselerin yayınlarda ele alınan belli başlı sorunlar üzerine düşüncelerinin ve bu konuyla ilgili programcılık yaklaşımlarının git gide birbirine benzemekte olduğu da gözlemlenmektedir. Programcılarının kendilerine özgü toplumsal ve kültürel çevreleri içinde olaylara yaklaşımlarında ve ele aldığımız konularla ilgili yorumlarında görülen ayrışmalar yayın organizasyonu içinde birbirlerine yaklaşma eğilimi göstermektedir. Bu durum medya organizasyonları üzerine yapılan çalışmalarda sıklıkla vurgulanan temel organizasyonel tanımlamaları akla getirmektedir. Buna göre, medya işletmeleri, yalnızca yaratıcı faaliyetin ve profesyonel çalışmanın örgütlendiği yerler değildir. Organizasyonlar belli başlı hedef ve amaçları bünyelerinde toplarlar (Riefel, 2001: 99). Ticari hedeflerin ve izleyici maksimizasyonunun ön plana çıktığı işletmelerin yanında, kimi medya organizasyonlarının gelir elde etme amacının dışında kalan birtakım amaçlara sahip olduğunu da not etmek gerekir. Örneğin bazı medya kuruluşları, kitlesel bir pazar içinde yüksek reytingler elde etmek ya da büyük ticari başarılar kazanmak gibi amaçların dışına çıkarak kendilerine önceden belirlenmiş görevler ya da misyonlar yüklemektedirler. Bu anlamda, özellikle siyasi partilerin yayın organları ve kamu hizmeti yayıncılık kurumları gibi ticari olmayan iletişim araçlarında, gelir elde etmenin ötesine geçen toplumsal ve kültürel amaçların varlığından söz edilebilir (J. Tunstall'dan aktaran, Denis McQuail, 1997: 114-115).

Çözümlemeye çalıştığımız programcılık stratejilerinin her iki radyoda da farklı eksenlerde oluşması, ama kendi içinde benzerlikler göstermesi bir yandan farklı organizasyonel hedeflerin varlığına işaret ederken, bir taraftan da her kurumun çalışanlarının faaliyetleri üzerinde kendi hedef ve çıkarları doğrultusunda belli bir etki sahibi olduğunu göstermektedir. Metropol FM ticari bir müzik radyosu biçiminde örgütlenmiştir. Yayın lisansı, müzik yayınlarının, yayının % 75'ini oluşturması esasına göre biçimlenmiştir. Yayın stratejisinin temelini oluşturan 'etnomarketing' yaklaşımı ise, reklamverenlere, etnik temelde segmentleşmiş

bir pazar sunma amacını taşımaktadır. Bu anlamda, Almanya'da yaşayan Türk toplumu hem radyonun 'müşterisi' hem de reklamverenlere pazarlanan bir kitle olmaktadır. Dolayısıyla dinleyici kitlesine etkin ve hızlı bir biçimde ulaşmak, onunla mümkün olduğu kadar sıkı ve samimi bir ilişki kurmak, mümkün olduğunca çok ve her kesimden dinleyiciye ulaşmak, dinleyiciyi kaybetmemek ve radyoyu her bir dinleyicinin gündelik yaşamında kendisine eşlik eden samimi bir arkadaş olarak benimsemesini sağlamak, radyonun program organizasyonu ve içerik düzenlemesine etki eden unsurlardır. Tüm bu amaçlar ekseninde biçimlenen "entegrasyon/uyum" çizgisi ise, yabancı bir ülkedeki zor bir yaşantıyı daha katlanılır kılma ve bu ülkede yaşamaktan mutlu olma anlayışıyla tanımlanmaktadır:

"Bizim asıl misyonumuz yaşama sevinci yaratabilmek. Yani Almanya'da yaşamaktan zevk alabilmek. Çünkü, bakın karşınızdaki insan görüyorsunuz somurtuyor, bu adam Türk'se, bütün Türkler somurtuyor oluyor. Şen şakraksa, seviniyorsa, mutluyorsa bu otomatikman pozitif bir enerji veriyor. Türk toplumu'nun depresyona girmemesi için biz burada onları motive etmeye çalışıyoruz. Bizim en büyük misyonumuz bu.... Sizin amacınız ona (dinleyiciye) gündelik yaşamda refakat ederek motivasyon vermek ve yaşamı daha iyi yaşaması için ufuklar açmaktır. Daha iyi neler yaşayabilirsiniz diye. Ve radyo eğitim mecrası değildir. Ama insanları pozitif yönde yönlendirebilirsin" (Mtrp1).

6 Mayıs 1974 yılında medya alanında faaliyet gösteren bir Alman Kamu kuruluşu olan SFB bünyesinde başlatılan Türkçe yayınlar bugün Radiomultikulti çatısı altında ve RBB'ye bağlı olarak 'Türkçe Redaksiyon' birimi tarafında yürütülmektedir. Günde bir saatle sınırlı olan Türkçe yayınlar, 18 farklı dilde yayın yapan Radiomultikulti içinde yayın saati olarak en yüksek dilime sahiptir. 18 dilde yayın yapan Radiomultikulti başlı başına bir kültürel projedir ve çokkültürlülüğe vurgu yapan bir felsefe üzerine oturmaktadır. Radyo en temelde, Almanya'da yaşayan yabancı kültürlerin barış içinde bir arada yaşayabilmeleri, Alman toplumuyla bütünleşebilmeleri ve kendi kültürel kimliklerini geliştirebilmeleri için sağlıklı bir kültürel alış-veriş ortamı yaratmayı amaçlamaktadır. Radiomultikulti Türkçe Servisi de doğal olarak bu hedeflerin çizdiği genel çerçeveler içinde yayınlarını organize etmektedir. Yayınların temel amacı, Alman toplumu ile Türk toplumunu birbirine yakınlaştırmak ve bu temelde, Türk toplumuna kendi kültürel kimliğini ve değerlerini yaşatarak kendini ifade edebilme, modern kent kültürüne uyum sağlayabilme ve kendini anlatabilme zeminini sunarken, Alman toplumunu tanıma ve anlama sürecine de katkı vermektir. Bu yayınlardaki entegrasyon çizgisi ise, kültürel kimliğe vurgu yaparken, gettolaşma tehlikesini göz ardı etmemek; şovenizmden kaçınarak kültürel çoğulculuğa vurgu yapmak ekseninde oluşmaktadır. Bu çizgide aslanan karşılıklı tanıma-anlama süreçlerine katkıda bulunmaktadır:

"O çerçevenin adı da işte, çokkültürlülüğe saygı. Türkiye'ye her zaman bağlılık ama Türkiye'ci olarak değil; yani onu bir kültür zenginliği olarak görmek. Çünkü çok zaman yapılan bir hata, duygularımızı ön plana çıkarmak. Şovenizmi dışarıda bırakıyoruz... Tekrar ediyorum, tabusuz bir yayınız. Şimdiye kadar işlemediğimiz, el atmadığımız bir konu yoktur. Türkiye'deki resmi jargondan tamamıyla değişik bir jargon kullanarak, işlemediğimiz konu yoktur... Bizim çizgimiz, Türkiye'den buraya yayın yapan bir medya kuruluşunun çizgisinden çok ayrıdır. Biz her zaman kişisel bağlarımızdan bağışık, entegrasyondan yana, işte bu toplumla barışmadan yana, bu toplumun parçası olmaya yönlendirici yayınlar yapıyoruz" (Mltk1).

Tüm bu tanımlamalar ve açıklamalardan yola çıkarak diyebiliriz ki, incelediğimiz programlarda, programcıların takip ettikleri stratejilerin ve programlarını oluşturma biçimlerinin, radyoların program müdürü ve redaksiyon şefi gibi sorumlu kademelerde bulunan yöneticileri tarafından denetlenen çerçevelerle uyum içinde olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle yaratıcı faaliyet noktasında; konuların ele alınış tarzı, üslup, kullanılan dil ve programcılık tekniği açısından programcılar arasında belli başlı farklılıklar gözlemlense de, gündemlerin belirlenmesinde ve program oluşumuna yön veren temel entegrasyon çizgisinin oluşumunda kurumsal bakış açısı ve organizasyonel ilke ve prosedürler genel çerçeveyi çizen önemli bir unsur olarak tespit edilmektedir. Her iki radyoda da hedefler ve amaçlar çok belirgin ve net bir biçimde çizilmiş olduğundan, programcılar programlarını biçimlendirme noktasında kendi kişisel ve kültürel ard alanlarından ve deneyimlerinden yola çıkarak oluşturdukları tanımlamalardan önce organizasyonel tanımlamalara referansta bulunmaktadır. Bununla birlikte, yayın yönetimlerinin, programcılara, organizasyonun çizdiği çerçevelerin dışına çıkmamaları koşuluyla geniş bir hareket alanı bıraktıkları anlaşılmaktadır. Bu anlamda, yayın yönetimi bir tür sınır bekçiliği yapmakta ve yaratıcı faaliyeti mümkün olduğunca özgür bırakmaya gayret etmektedir. Programcıların kişisel deneyimleri, sorunlara bakış açıları ve kişisel tanımlamaları arasındaki farklılıklar da ancak bu çerçevenin izin verdiği hareket alanı içinde ortaya çıkabilmektedir.

## Sonuç

Metropol FM ve Radiomultkulti Türkçe Servisi'nin program stratejileriyle seslendikleri göçmen toplumun gündemleri arasındaki ilişkiyi ve bu strajilerinin belirlenmesinde organizasyonel süreç ve prosedürlerin rolünü inceleme amacıyla olan çalışmamız kapsamında örneklemimizi oluşturan programcı ve yöneticileriyle yaptığımız görüşmelerde, iki radyonun da temel yayıncılık misyonlarıyla paralel ve birbirlerini destekleyen özgün programcılık stratejileri geliştirdikleri gözlemlenmiştir. Bu noktada, analiz bölümünde de ayrıntılı bir biçimde ifade ettiğimiz gibi göçmen toplulukların sorun ve gündemlerine



getirilen iki farklı yaklaşıma bağlı bir biçimde yine iki farklı programcılık stratejisi kendisini göstermektedir.

Seslendiği toplumun temel gündem ve meselerini "Almanya'da yaşamaktan keyif alma" ve böylece, özellikle gündelik yaşama daha iyi ve pozitif bir biçimde katılma, uyum sağlama olarak ele alan Metropol FM'de gerçekleştiren programlarda, bu yaklaşım programcılık stratejilerine açık bir biçimde yansımaktadır. Bu strateji çerçevesinde ve söz konusu programlar aracılığıyla Türk toplumuna pozitif motivasyonlar katarak onları Almanya'da yaşamaktan mutlu kılma amaçlanmaktadır. Buna paralel olarak söz konusu stratejide, gündelik yaşamla ilgili basit ve anlaşılır enformasyonları dinleyicilerine aktararak gündelik yaşama uyum noktasında Türk toplumuna yardımcı olma kaygısı da bulunmaktadır. Bu noktada radyo dinleyicisiyle doğrudan, yakın bir ilişki kurmakta ve radyonun bir eşlik etme aracı olma özelliğinden sonuna kadar yararlanmaya çalışmaktadır. Ancak Metropol FM tarafından uygulanan bu yaklaşımın belirli ticari kaygıları içerdiği de gözardı edilmemelidir. Sözedilen bu gündelik yaşam temelli entegrasyon yaklaşımı, sonuç olarak bir ticari radyonun kendisini piyasada var etme, dinleyicileriyle doğrudan, basit ama bir o kadar da etkili bir iletişim kurarak dinlenirliğini artırma amacının doğurduğu pratik bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla ticari kaygılar ön planda olduğu sürece, şimdilik yayıncılık stratejileri açısından başarılı sonuçlar doğurmakta olan bu entegrasyon yaklaşımının, kamusal alandaki entegrasyon ve/veya uyum süreçlerine her koşulda sürekli bir katkıda bulunması zor gözükmektedir. Bu nedenle, pratikte doğru sonuçlar doğurduğu gözlemlenen gündelik yaşamın siyaseti temelli bir entegrasyon anlayışının ticari kaygılardan bağımsız bir yayıncılık tarafından hayata geçirilmesiyle, daha etkili bir yayıncılık stratejisinin üretilmesi ve entegrasyon sorununa da daha olumlu, sürdürülebilir bir katkıda bulunulması bizce daha olası gözükmektedir.

Radyo Multikulti Türkçe Servisi ise dinleyicisinin temel gündem ve meseleleri olarak metropol yaşamına uyumu ve bunun gerçekleşmesinde kültürel alış-veriş ile kültürel kimliğin belirleyiciliğini öne çıkarmaktadır. Dolayısıyla Multikulti programlarındaki temel stratejisini Alman ve Türk toplumunun karşılıklı kültürel alış-veriş içinde birbirini tanımasını sağlamak, bu bağlamda da Türk kültürel kimliğini bir değer olarak öne çıkarmak şeklinde tanımlamakta; böylece Türk ve Alman toplumunun karşılıklı olarak bir entegrasyon süreci içine girmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Multikulti, çokkültürlülüğe temelde Taylor'ın bu kavrama atfettiği biçimde karşılıklı tanımanın/kabul edişin siyaseti olarak yaklaşmakta (Taylor, 1994) ve bunu, büyük oranda kültürel kimlik, modern kent yaşamı gibi meselelere indirgemektedir. Ancak seslendiği toplumla kurduğu ilişki açısından bu stratejileri değerlendirdiğimizde; Multikultinin, radyonun eşlik etme işlevini uygulamaya koyma noktasında önemli eksikleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Multikultinin programlarında dinleyici çokkültürlü ama sonuçta "tahayyül edilen bir topluluk" olarak konumlanmaktadır. Bu şekilde izleyicilerle

samimi ve doğrudan bir ilişki kurulamaması radyonun, çerçevesi net bir biçime çizilmiş, kültürel entegrasyon politikasına katkı vermeyi hedefleyen program stratejisinin etkinliğini azaltmaktadır.

Sonuç olarak, her iki radyoda da organizasyonel süreç ve prosedürlerin programcılarının kişisel program stratejileri; yaratım süreçleri üzerinde kayda değer bir etkisi olduğu görülmektedir. Programcılar organizasyonun çizdiği çerçeve dahilinde programcılık faaliyetlerini yürütmektedirler. Her ne kadar iki radyo da programcılık stratejilerini seslendikleri toplumun gündem ve meseleleri doğrultusunda oluşturuyor gözükseler de, organizasyonel yaklaşımın stratejiler üzerindeki etkisi kendisini, program stratejileriyle radyonun temel misyonunun uyumu olarak göstermektedir. Bu bağlamda, son olarak bu çalışmada bilinçli bir biçimde ele alınmayan, ama özellikle göçmenlik deneyimi ve medya ilişkisinin doğasını çözümlene noktasında gözardı edilmemesi gerektiğine inandığımız alımlama çalışmalarının önemini altını çizmek gerekmektedir. Kanımızca, temel misyon ve programcılık stratejilerini hitap ettikleri göçmen toplumun gündem ve sorunları üzerinden yapılandırılan bu radyoların, sözkonusu sorunların çözümüne katkıda bulunma hedeflerine ne ölçüde ulaşabildiklerini ve bu anlamda dinleyicileriyle kurdukları ilişkinin niteliğini sorgulamak için asıl olarak medya organizasyonu ve prosedürleri üzerine odaklanan bu çalışmanın etnometodolojiden faydalanan alımlama çalışmalarıyla desteklenmesi yararlı olacaktır.

İsim	Kanal	Görev	Yaş	Eğitim	Almanya'da Kalma Süresi/Kuşak	Kod
Cem Dalaman	Radiomultikulti	Editör/Redaksiyon Şefi	41	Doktora (Alm)	26 yıldır Almanya'da. Ailesi resmi görevli olarak 31 yıl önce gelmiş.	Mltk1.
Nizam Namidar	Radiomultikulti	Programcı/Moderatör	43	Lisans (Alm)	25 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mltk2.
Banu Baturay	Radiomultikulti	Editör/Redaktör	36	Lisans (Tür-Alm)	14 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mltk3.
Menekşe Toprak	Radiomultikulti	Programcı/Moderatör	35	Lisans (Tür)	3,5 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mltk4.
Güner Yüreklık	Radiomultikulti	Programcı/Redaktör	63	Lisans (Alm)	41 yıldır Almanya'da yaşıyor. 1. kuşak.	Mltk5.
Münir Bağnaçık	Radiomultikulti	Programcı/Moderatör	45	Lisans (Tür)	10 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mltk6.
Jülide Mollaçoğlu	Radiomultikulti	Programcı/Moderatör	35	Yüksek Lisans (Tür)	5 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mltk7.
Tamer Ergun	Metropol FM	Program Müdürü	38	Yüksek Lisans(Alm)	Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mtrp1.
Taner Şentürk	Metropol FM	Programcı/Moderatör	38	Lisans (Tür-Alm)	15 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mtrp2.
Güray Kısmir	Metropol FM	Programcı/Moderatör	29	Lisans Öğrenci (Al)	Almanya'da doğmuş, 3. kuşak. Ailesi 1. kuşak göçmen işçi ailesi.	Mtrp3.
Nur Koç	Metropol FM	Müzik Prodüktörü	26	Lise (Alm)	Almanya'da doğmuş, 3. kuşak. Ailesi 1. kuşak göçmen işçi ailesi.	Mtrp4.
DJ H-Khan	Metropol FM	Programcı/Moderatör	39	Lise(türk)	Türkiye'de doğmuş, ilkokula Almanya'da başlamış, ortaokul-liseyi Türkiye'de bitirmiş, 21 yıldır Almanya'da yaşıyor. Ailesi 1. kuşak göçmen işçi ailesi.	Mtrp5.
Aslı Erman	Metropol FM	Programcı/Moderatör	33	Lise(türk)	10 yıldır Almanya'da. Ailesi Türkiye'de yaşıyor.	Mtrp6.
Ceyhan Kara	Metropol FM	Programcı/Moderatör	40	Lisans (Alm)	Türkiye'de doğmuş, ilkokula Almanya'da başlamış, ortaokul-liseyi Türkiye'de bitirmiş Ailesi 1. kuşak göçmen işçi ailesi.	Mtrp7.
Serdar Semizozlu	Metropol FM	Programcı/Moderatör	26	Lisans (Alm)	Doğduğundan beri Almanya'da. 3. kuşak, 1.kuşak ve 2. kuşak göçmen işçi ailesi.	Mtrp8.

## Kaynakça

AHLKVIST, J.A., "Programming Philosophies and the Rationalization of Music Radio", *Media, Culture & Society*, Vol.23, 2001.

ANDERSON B.; *L'Imaginaire national: réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 1996.

BARRY, B; *Culture and Equality: An Egalitarian Critique of Multiculturalism*, Oxford: Blackwell, 2001.

BECKER, H., *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press, 1982.

BRAIN, D., "Structure and Strategy in the Production of Culture: Implications of a Post-Structuralist Perspective for the Sociology of Culture", *Comparative Social Research*, no.11, 1989.

CAMILLERI C., "La Culture et l'identité culturelle: Champ notionnel et devenir", *Choc de Cultures : Concepts et enjeux pratiques de l'interculturel*, sous la direction de Carmel Camilleri, Margalit Cohen-Emerique, L'Harmattan, Paris, 1989, s: (21-73).

COTTLE, S., "The Production of News Formats: Determinants of Mediated Public Contestation", *Media, Culture & Society*, no. 17, 1995.

DU GAY, P., "Organizing Identity: Making Up People At Work", Paul Du Guy (ed), *Production of Culture/Cultures of Production içinde*, Thousand Oaks, CA, Sage, 1997.

JACOBS, R. N., "Producing the News, Producing the Crisis: Narrativity, Television and News Work", *Media, Culture & Society*, no. 18, 1996.

JENSEN, J., "An Interpretive Approach to Culture Production", W.D.Rowland & B. Watkins (ed.), *Interpreting Television: Current Research Perspectives*, Beverly Hills, CA, Sage, 1984.

KASTORYANO, R.; "Individu, communautés, Etats : Le cas des migrants de Turquie en Europe", *Cahiers d'Études sur la Méditerranée Orientale et le monde Turco-Iranien*, no : 26, juillet-décembre 1998.

KAYA A.; *Sicher in Kreuzberg: Berlin'deki Küçük İstanbul (Diyasporada kimliğin Oluşumu)*, Büke Yayınları, İstanbul, Nisan 2000

KAYA A.; "The Hyphenated Germans: German-Turks", *Privateview*, Spring 2002, s:36-43

MARSHALL, T. 1951. *Citizenship and Social Class*. Cambridge: Cambridge University Press.

MCQUAIL, D., *Audience Analysis*, Thousand Oaks, Sage, 1997.

- 
- NASSEHI, A.; "'Exklusion' als soziologischer oder sozialpolitischer Begriff", *Mittelweg* 36 9: 18–25, 2000.
- NEGUS, K., *Popular Music in Theory*, Hanover, NH: Wesleyan University Press, 1996.
- NEGUS, K., "The Production of Culture", Paul Du Guy (ed), *Production of Culture/Cultures of Production* içinde, Thousand Oaks, CA, Sage, 1997.
- NEGUS, K., "Cultural Production and the Corporation: Musical Genres and the Strategic Management of Creativity in the Us Recording Industry", *Media, Culture & Society*, no.20, 1998.
- PETERSON, R. A. (ed), *The Production of Culture*, Beverly Hills, CA, Sage, 1976.
- PETERSON, R.A., "Culture Studies Through the Production Perspective: Progress and Prospects", in D. Crane, *The Sociology of Culture*, Oxford & Cambridge, Blackwell, 1994.
- RADTKE F. O.; "Multiculturalism in Germany: Local Management of Immigrants' Social Inclusion", *International Journal on Multicultural Societies (IJMS)*, Vol. 5, No. 1, 2003: 55 – 76 ISSN 1564-4901, [www.unesco.org/shs/ijms/vol5/issue1/art4](http://www.unesco.org/shs/ijms/vol5/issue1/art4) © UNESCO
- RATH, J; *Minosering: De SocialConstructe van Etnische Minderheden*. Ph.D. thesis, University of Utrecht, 1991.
- REX, J. and TOMLINSON, S; *Colonial Immigrants in a British City: A Class, Analysis* London: Routledge and Kegan Paul, 1979.
- REX, J. ve DRURY, B.; *Ethnic Mobilisation in a Multi-cultural Europe*. Aldershot: Avebury, 1994.
- REX J. ve SINGH G.; "Multiculturalism and Political Integration in Modern Nation-States: Thematic Introduction", *International Journal on Multicultural Societies (IJMS)*, Vol. 5, No. 1, 2003: 3 – 19, ISSN 1564-4901, [www.unesco.org/shs/ijms](http://www.unesco.org/shs/ijms) © UNESCO
- RIEFFEL, R, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2001.
- ROBINS K.; "Au-delà de la communauté imaginée : Les Médias transnationaux et les migrants turcs en Europe", *Reseaux (Médias et Migrations)*, Vol.19-no: 107, Hermes, 2001.
- RUTTEN, P., "Local Popular Music on the National and International Markets", *Culturel Studies*, No. 10, 1991.
- RYAN, J. & Peterson, R.A., "The Product Image: The Fate of Creativity in Country Music Song Writing", *Sage Annual Review of Communication Research*, No.10, 1982.

SANDERS, C.A., "Structural and Interactional Features of Popular Culture Production: An Introduction to the Production of Culture Perspective", *Journal of Popular Culture*, no.16, 1982.

TANRIÖVER Hülya U., EYUBOĞLU Ayşe; *Popüler kültür ürünlerinde Kadın istihdamını önleyebilecek öğeler*, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Nisan 2000.

TAYLOR, C.; "Multiculturalism and the politics of recognition". In: A. Guttman, ed., *Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition* Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1994.

TUROW, J., "A Mass Communication Perspective on Entertainment Industries", Curran, J. & Gurevitch, M., *Mass Media and Society* içinde, London, Edward Arnold, 1991.

WILLIAMS R.; *Marxism and Litterature*, Oxford University Press, 1977.

YOUNG R. *Mental Space*, Londres, Process Press, 1994.