

Etnik Medya Kavramı Çerçevesinde Avusturya’da Türkçe Yayımlanan Gazeteler Üzerine Bir İnceleme

A Research Upon Turkish Newspapers In Austria in the Frame
of Ethnic Media

Celal HAYIR, Dr., E-posta: hayircelal@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Etnik Medya, Türkçe
Yayımlanan Gazeteler,
Türkiye Kökenli
Göçmenler, Avusturya,
Türkçe Gazetelerin
İşlevi.

Öz

Etnik medya kavramı, çokkültürlü bir toplumda yaşayan azınlıkların, yabancı bir ülkede yaşayan göçmenlerin yayımladığı medya (gazeteler, dergiler, TV ve radyo programları) için kullanılmaktadır. Çokkültürlü bir toplumsal yapıya sahip Avusturya’da yaşayan etnik azınlıklar kendi anadillerinde medya yayıncılığı yapma olanağına sahiptir. Toplumsal entegrasyonun ve toplumsal birliğin sağlanması noktasında etnik medyanın katkısı tartışılmaz bir gerçektir. Göçmenlerin buldukları ülkelerde ürettikleri etnik medyaların toplumun entegrasyonu ve barış içinde bir arada yaşamasına önemli katkı sağladığı gözlemlenmiştir. Bugün Türkiye kökenli göçmenler yoğun olarak yaşadıkları Avusturya’da kendi anadillerinde önemli düzeyde gazete yayımlamaktadır. Dergicilikle başlayan bu süreç 1999 yılı itibariyle Türkçe gazete yayımlama sürecine dönüşmüştür. 2000’li yıllardan itibaren de, aylık basılan bu gazetelerin hızla artmakta olduğu tespit edilmiştir. Türkçe basılan gazetelerin Türkiye kökenli göçmenlerin yaşamında oldukça önemli rol oynadığı saptanmıştır. Bu çalışma etnik medya kavramı çerçevesinde Avusturya’da Türkçe yayımlanan gazetelerin (Öneri, Yeni Vatan, Medyatik, Aktüel, Post, Pusula, Yeni Hareket, Avusturya Günlüğü, Ajans, Yeni Nesil, Zaman Avusturya) detaylı bir sorgusunun yapılmasını amaçlamaktadır. Ayrıca, çalışmada konuyla ilgili literatür taraması, gazetelerin analizi ve mülakat yönteminden faydalanılmıştır.

Keywords:

Ethnic Media,
Newspapers In Turkish
Language, Immigrants
From Turkey, Austria,
Turkish Newspapers’
Functions

Abstract

Ethnic media is used for the media (newspaper, magazines, television and radio programmes) which is published by the minorities who live in a multicultural society, and the immigrants who live in a foreign country. The ethnic minorities, in Austria where has a multicultural social structure, have the opportunities to be able to publish on their mother languages. Ethnic media is really important to provide the social integration and the secure uniformity. Ethnic media, which have been produced by the immigrants who live in a foreign country, contribute the social integration and people live together. Turkish immigrants living in Austria publish significantly the newspapers on their mother languages. This process was started with the magazine publishing, and then it turned into newspaper publishing by 1999. These newspapers’ numbers, which were published monthly, increased since 2000s. It is possible to say that the Turkish newspapers play a very important role in the immigrants’ lives origins of Turkey. This research includes of querying the published newspapers (Öneri, Yeni Vatan, Medyatik, Aktüel, Post, Pusula, Yeni Hareket, Avusturya Günlüğü, Ajans, Yeni Nesil, Zaman Avusturya) in Turkish in Austria in detail in the frame of ethnic media. Literature review, newspaper content analysis and interview are the methods which were used in this research.

Giriş

Geride bıraktığımız yüzyılda dünya, ekonomik, siyasi, coğrafi, kültürel ve teknolojik yönden hızlı bir globalleşme süreci yaşarken; böylesi bir dönemin dayattığı koşulların etkisi ile de insanlar büyük kitleler halinde sürekli yer değiştirmekteydi. Bu durumun yarattığı en belirgin sonuçlardan birisi, günümüze kadar devam eden göçlerle meydana gelen çokkültürlü toplumların oluşumudur. Yaşadığımız çağda kitle iletişim araçları, diğer bir deyişle medya teknolojisi günlük yaşamımızda oldukça önemli bir yere sahiptir. Medya kurumları modern toplumlarda farklı etnik yapıdaki toplumların birlikteliğini doğrudan etkilemektedir. İnsanların düşünce ve bilgi oluşumu konusunda medyaya son derece ihtiyaç duyulmaktadır. Yaşadığımız bu küresel çağın en etkili dördüncü gücü olarak adlandırılan medya, milyarlarca insanı etkilemektedir. Türkiye'nin tarihsel süreçleri incelendiğinde, hem içeride hem de dışarıya kitlesel anlamda ciddi insan hareketliliğinin gerçekleşmiş olduğu görülecektir. Avusturya, II. Dünya Savaşı'ndan beri yoğun bir şekilde göç alan ülkelerin başında gelmektedir. Bugün itibariyle Avusturya'da azımsanmayacak düzeyde Türkiyeli göçmen kitleler, etnik azınlıklar yaşamaktadır ve geline aşamada birçok alanda kurumsallaşan göçmenler, kitle iletişim alanında da kendilerini ifade edebilecekleri etnik medyalarını oluşturmuş durumdadırlar.

Etnik medya kavramını açıklamadan önce *etnik kimlik* kavramına kısaca değinmekte fayda var. “Toplumsal bir varlık olarak insana özgü olan belirti, nitelik ve özelliklerle, birinin belirli bir kimse olmasını sağlayan şartların bütününe kimlik denilmektedir” (TDK 2011'den aktaran Toruk ve ark. 2012: 178). Stuart Hall (1998), kimliklerin asla tamamlanamaz, asla bitirilemez, daima inşa halinde olduklarına işaret etmektedir (Özbek ve Işık, 2014: 11).

Etnik kimliğin ne olduğu konusunda sosyal bilimciler tarafından birtakım değişik görüşler ileri sürülmüştür. Primordiyalist (ilkçi) yaklaşımı savunanlar etnik kimliğin tarihi ve toplumsal koşullardan bağımsız bir varlığı ve çekiciliği olduğunu ileri sürmüşlerdir. Ekonomik ve kurumsal düzenlemelerin yok edemeyeceği bir güçle bireylerin siyasi temayülleri üzerinde belirleyici rol oynadığını varsayılmaktadır. Etnikliğin kandan geldiğini ve insan dışı bir süreç olduğunu savunmaktadırlar. Onlar, etnik toplulukları tarihi süreçler için her daim var olmuş somut bağımsız oluşumlar olarak görmektedirler, bu nedenle, etnik toplulukların varlıkları ekonomik, sosyal, kültürel, tarihsel, coğrafi vb. gibi faktörlere indirgenemeyeceğini ve bu faktörlerce açıklanamayacağını iddia etmekte (Aktürk, 2006: 24).

Diğer bir görüşe göre ise “etnik kimlik, temelde, başta dil ve dini inanç olmak üzere töre, gelenek ve benzeri öğelerin belirlediği kültürel bir olgudur. Genel olarak, benimsedikleri soy (köken), dil, din ve sahip oldukları kültür itibariyle diğer gruplardan farklı olan gruplar etnik olarak nitelenir” (Önder 2010, Toruk ve ark. 2012: 180). Etnik kimlik, kültürel kimlikten bağımsız düşünülemez. Her iki kavram iç içe geçmiş, birbirleriyle bağlantılı bir düzlemde incelenmektedir. Kimliğin kaynakları olarak sıralanan tüm unsurlar kültürün oluşmasına da kaynaklık ederler. Hem kültür (hem dil) hem de kimlik ilişkileri gerek kişiyi gerekse de kişinin mensup olduğu grubu diğer grup ve topluluklardan ayırır (Sürmeli, 2015: 69).

Etnik kimlik, başka bir deyişle etnisite kavramı genellikle azınlık sorunlarını ve ırk ilişkilerini tanımlamakta kullanılır ve bilimsel literatürde ise kendilerini kültürel açıdan farklı tanımlayan ve ötekiler tarafından da bu şekilde tanınan topluluklar arasındaki ilişkilere gönderme yapar (Özbek ve Işık, 2014: 6).

Bu çalışmada, etnik medya kavramı çerçevesinde Avusturya'da, Türkiye kökenli göçmenler tarafından yayımlanan Türkçe gazetelerin detaylı bir sorgusunun yapılması amaçlanmıştır.

Toplumsal yapı ve medya birbirleriyle ilişkili kavramlardır. Bu açıdan bakıldığında etnik medyalar ait olunan etnik topluluğun kültürel kodlarını yansıtırken, aynı zamanda üretildikleri toplumla da karşılıklı bir etkileşim içerisindedirler. Avusturya'da Türkçe basılan gazeteler (etnik medyalar) incelendiğinde bu etkiyi görmek mümkündür. Bu bağlamda, bu çalışmada Türkçe basılan gazetelerin tek tek analizi yapılarak bu gazetelerin rolü, fonksiyonları ve Avusturya'daki Türkiye toplumu için neler ifade ettiği üzerinde durulmakla beraber, çalışma, Türkçe yayımlanmaya devam edilen yaklaşık 10 tane gazetenin incelenmesiyle sınırlandırılmıştır. Bu gazeteler Öneri, Yeni Vatan, Medyatik, Aktüel, Post, Pusula, Yeni Hareket, Avusturya Günlüğü, Ajans, Yeni Nesil, Zaman Avusturya adlı gazetelerdir. Çalışmanın sadece bu gazetelerle sınırlandırılmasının nedeni; Türkçe basılmaları, bu gazetelerin halen yayımlanıyor olması, sadece belli bir etnik gruba yönelik olmamaları ve Avusturya genelini kapsıyor olmalarıdır.

Ayrıca çalışmada elde edilen verilerin (yazınsal kaynakların, gazetelerin) içeriksel yönden detaylı bir analizi yapılmıştır. "İçerik çözümlemesi, yazılı ya da görüntülü materyalin sistematik analizidir" (Aziz, 2013: 131). Türkçe basılan gazetelerin Türkiye kökenli göçmenler üzerindeki etkilerinin saptanması amacıyla anket yönteminden faydalanılmıştır. Anket tekniği, "kitle iletişim araçlarının etkilerini saptamakta günümüz gelişmiş toplumlarında sürekli kullanılmaktadır" (Aziz, 2013: 83).

Etnik Medya Kavramı

Genel bir ifadeyle medya, birincil sözlü kültürde insanların yüz yüze iletişimlerinde kullandıkları dil, aktörlerin dil aracılığıyla kendi simgelerine anlam vermesi ve etkileşim kurması gibi olmasa da simgesel kodlar üreten, dağıtan, dolaşıma sokan teknik, *yarı dolayimli etkileşim* sağlayan bir araçtır (Özbek, 2014: 10).

Etnik medya kavramı konusunda çeşitli görüşler ileri sürülmektedir. Etnik medya, belli bir etnik grup, topluluk ve kişiler için anavatanlarında veya göçmenlerin buldukları ülkelerde kendileri tarafından yayınlanan gazete, dergi, radyo ve televizyon programları veya medya kuruluşlarıdır. Etnik medyalar büyük çoğunlukla göçmen kökenli kişiler ve azınlık grupları tarafından üretilmektedirler (Weber-Menges, 2006: 241). Etnik medya kavramı göçmen topluluklar, yerli etnik azınlıklar, misafir olunan toplumdaki göçmenler, azınlık topluluklar ya da kısa süreli ziyaretçiler için ev sahibi toplumda faaliyet gösteren medya kuruluşları biçiminde olabileceği gibi, yabancıların kendi ülke medyalarını doğrudan kullanmaları anlamında da değerlendirilmektedir.

Etnik medya kavramı Amerika’da, yabancı bir ülkede yaşayan göçmenlerin yayımladığı medyalar (gazeteler, dergiler, TV ve radyo programları) için kullanılmaktadır. Etnik medya kavramı İngilizcede *minority media*, *immigrant media*, *diasporic media* ya da *community media* şeklinde de adlandırılmaktadır (Matsaganis ve ark., 2011: 8). Etnik medya, çokkültürlü bir toplumda yaşayan azınlıkların etnik köken kimliğiyle temsil edilir. Kürt, Türk, Bulgar, Sırp medyası vs. gibi...

Müller, etnik medyaları şu şekilde formüle etmektedir: Etnik medyalar; etnik azınlıklar tarafından yayımlanır ve kontrol edilirler. Etnik medyalar; ağırlıklı olarak etnik azınlık grupların üyeleri (*minority journalists*) tarafından üretilirler. Etnik medyalar; içerikleri genellikle azınlık guruplarına yöneliktir (2005: 324).

Etnik medyalar göçmen olarak gidilen ve azınlık konumunda yaşanan toplumdaki üretildiği gibi anayurt medyasının bazı büyük gazetelerinin özellikle gurbetçilere yönelik yayınlar yaptıkları da görülmektedir. Hürriyet, Sabah, Zaman Avrupa gibi. Matsaganis ve ark. (2011: 5) etnik medya kavramını “göçmenler tarafından göçmenler için çıkartılan ve dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan yerli halklar gibi... yerli nüfusların olduğu kadar göçmenler, etnik, radikal ve dilsel azınlıklar tarafından ve onlar için de...” şeklinde tanımlamaktadır.

Matsaganis ve ark. (2011: 5) etnik medyaya dair şunları söylemektedir; etnik medyanın izler kitleleri, büyük metropollere yakın yaşayan müşterek etnikler olabilir, ancak bu izler kitle aynı zamanda dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşayan aynı etnik geçmişe sahip insanların bir karması da olabilir. Etnik medyanın içeriği, belirgin bir etnik topluluğun yaşamına odaklanabilir; memleketlerinden veya içinde yaşadıkları yeni ülkeden ya da her ikisini de kapsayan haberler. Birçok etnik gazete, dergi, radyo istasyonu ve televizyon kanalının yanı sıra etnik medya yapımcıları aynı zamanda kablo yayıncılığı, uydu sistemleri teknolojileri ve internet gibi araçları da ürettikleri programların dağıtımını gerçekleştirmek için kullanmaktadırlar.

Riggins (1992: 14-15)) etnik medyanın şu özelliklerine dikkat çekmektedir: Etnik medyaların büyük bölümü ticari değildir. Etnik medyalar alternatif medyaya benzemektedir, resmi olmayan kurumlar gibi yapılandırılmışlar. Etnik medya çalışanları genellikle gönüllülük temelinde ve ücretsiz çalışırlar. Etnik medyalarda rol ve sorumluluk konusunda oldukça esnekler, kişilerin belli alanlarda uzmanlaşması ve sorumluluğu yoktur, çalışanlar genellikle birçok rolü ve sorumluluğu bir arada yürütür. Etnik medyalarda çalışan gazetecilerin büyük çoğunun gazetecilik eğitimi yoktur. Etnik medyalar küçük bir toplumsal kitleye sınırlı hizmet vermektedir. Etnik medyaların yaşam süresi genellikle kısadır.

Tarihsel olarak etnik medyanın geçmişi 17. yüzyıl Avrupa’sına dayanmaktadır. Avusturalya ve Kuzey Amerika’da ise etnik medyalara yönelik ilk bulgulara 19.yüzyılda rastlanmaktadır. Etnik medyaların dünyanın birçok yerinde, farklı zaman dilimlerinde farklı bir tempoyla gelişme göstermiştir. Bunda da o ülkedeki ekonomik, politik ve sosyal koşulların etkisi vardır.

Matsaganis ve ark. (2011: 27) aktardığına göre; tarihteki ilk etnik medyalar, bu dönem yayınlanan etnik gazetelerdir. Avusturya-Macaristan İmparatorluğu, Çarlık Rusya ve Osmanlı İmparatorluğu'nda yapılan sıkı kontrollerden dolayı Almanya'da birçok etnik gruba ait kitap, gazete, dergi vs. yayınlanmaya başlandı. Bunlardan en ünlüsü "Gazette de Layde" adıyla 1677'de Almanya'da yayınlanan Fransız gazetesidir. Bu gazete aynı zamanda uluslararası gazeteciliğe örnek verilebilecek ilk gazete özelliği taşır ve Avrupa'da da yayınlanan ilk etnik gazetedir.

19. ve 20 yüzyıllarda Avrupa'da yayımlanan etnik gazetelerin çoğu enformasyon fonksiyonunun yanında bağımsızlık hareketleri için de önemli birer araçtı. Özellikle de Balkan ülkeleri için. Dolayısıyla 20. yüzyılda yasakların biraz hafiflemesiyle birlikte radyo ve dergilerin yayınlanması, etnik medyanın gelişimine olanaklar sundu (Tsvetanovass , 2011: 39).

Etnik Medyanın Rolü ve Fonksiyonları

Bu konuda çalışmalar yürüten iletişim bilimciler genellikle etnik medyanın rolünü birleştirici veya ayrıştırıcı bir yelpazede sınıflandırmaktadır. Weber-Menges, göçmenlerin kendi etnik medyalarını tüketmesinin duygusal ve zihinsel açıdan rahatlamalarına olanak sağladığını ve kendi kültürel kimliklerini koruma konusunda önemli bir rol üstlendiklerini vurgulamakta (Weber-Menges, 2006: 141). Falers (2006: 61) ise, etnik medyaların fonksiyonu konusunda şu önemli noktaların altını çizmektedir: Etnik medyalar, demokratik bir tartışma ortamının oluşumuna katkı sunarlar ve bu ortamın oluşumunda destekleyici bir rol üstlenirler; anaakım medyanın iletilerine karşı medyada alternatif bir söylemin gelişimine olanak yaratırlar; farklı topluluklar ve gruplar arasındaki kültürel ilişkide aracılık rolü üstlenirler ve kültürlerarası farkındalık oluşturlar. Ayrıca, etnik medya toplumun dilini muhafaza etmesi ve geliştirmesine, kültürel çeşitliliğe, uyuma ve ticari yaşama da büyük katkı sağlamaktadır.

Etnik medyalar, entegre olmamış azınlıklar için değil, çoğunluğun medyası olarak görülmektedir. Etnik medyalar azınlıkların geldiği kültürle ve dille ilişkiye girmeleri konusunda bağlayıcı bir rol oynamaktadır. Ayrıca onlara göçmen olarak buldukları toplumda, özel konularda, problemleri hakkında bilgi edinmelerine olanak sağlamaktadır (Geißler ve Pöttker, 2006: 24).

Toplumun gelişmesi ve birliğin sağlanmasında katkısı tartışılmaz bir gerçek olan etnik medyalar ayrıca şu hizmetlerde de bulunabilirler: Örneğin çokkültürlü bir toplumda mobilize edilmiş güç ya da toplumsal değişimin bir göstergesi olarak hizmet edebilirler, medya pazarının yeniden tanımlanmasını sağlayabilir veya kaynak olarak kullanılabilirler.

Etnik medya, anavatanından gelen haberler ve olaylara karşı bir bağ kurulması konusunda önemli bir işlevi yerine getirmektedir ve aynı zamanda yerel topluluklar içerisine yeni katılan kişilerin ortak özelliklerini ortaya çıkararak onların oryantasyonuna katkı sağlar, ev sahibi ülke tarafından belirlenen kanunlar, normlar ve bunların korunmaları ile ilgili değerleri de açıklar. Etnik medya tüm bunlarla birlikte azınlık kimliklerin yaratım sürecinde sembolik bir işlev de görmektedir.

Kitle iletişim araçları günümüzde önemli sosyal-politik ve ekonomik fonksiyonlara sahiptirler. Bununla bağlantılı olarak özellikle bilgi ve kontrol konusunda da önemli bir rol oynarlar. Kitle iletişim araçları bilginin yayılması ve düşüncelerin ifade edilmesine aracılık eder, toplumun arzu, istek, ihtiyaç ve zorunlulukları konusunda haberdar ederler. Kitle iletişim araçlarında çalışan gazeteciler ise önemli ölçüde kamuoyu, düşünce, kanı ve yargıların oluşumunda doğrudan etki gücüne sahiptirler.

Etnik medyalar, göçmenlerin kültürel kimliği için önemli bir faktör rolü sergilemektedir, diyen Geißler, kültürlerarası entegrasyonun sağlanması konusunda üç temel faktörden bahseder. Birincisi, etnik medyanın anavatan ile gurbet arasındaki bir köprü işlevi gördüğünü; ikincisi, etnik medyaları normal bir toplumda etnik bir farklılık olarak görülmesini; üçüncü olarak da, kültürlerarası entegrasyonun sağlanması konusunda medyasal entegrasyonun aktif olarak sağlanması gerektiğini öne sürmektedir (Geißler'den aktaran ÖIF, 2014: 1).

2013 yılında *M-MEDIA* tarafından Avusturya'da etnik medya üzerine yapılan araştırmaya göre etnik medyaların Avusturya'da sürekli bir artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. 2010 yılında sayıları toplamda 74 olan etnik medyalar, 2011'de 88'e ve 2012'de ise toplam 115'e yükselmiştir. Bunlardan 73 tanesi ağırlıklı olarak "entegrasyon" ve "göç" temalıdır. Çokkültürlü bir toplumsal yapıya sahip Avusturya devleti, farklı etnik kökenden azınlık grupların Avusturya'da kendi anadillerinde veya çift dilli olarak (Almanca ve anadil) kendi medyalarını yayımlama imkânı sunmaktadır. Bu azınlık gruplardan Türkiyeli göçmenler ilk sırayı almaktadır (ÖIF, 2014: 3).

Avusturya'da Etnik Medya

Etnik medyaların Avusturya'da gelişimi üzerine herhangi detaylı bir çalışma yapılmamıştır. Fakat kimi araştırmacılarca Bulgar, Türk, Sırp, Polen, Yunan vs. etnik medyaları üzerine yapılmış yüksek lisans tezlerine rastlanmaktadır.

Avusturya'da yaşayan etnik bir topluluğa yönelik ilk yayın 1946 yılında ORF (resmi devlet kanalı) tarafından Slovence yayınlanan 50 dakikalık televizyon programıdır. Böylece, Avusturya medyasında bu program dolayısıyla ilk defa yerli bir etnik azınlığın temsili sağlanmış oluyordu. 1970'li yılların sonuna kadar sadece Slovence ile sınırlı kalan bu süreç 1978 yılından itibaren çeşitlilik kazanmaya başladı. Burgerland eyaletinde *Dober dan, Hirvati* (Günaydın Hırvatlar) Hırvatça; 1989 yılında ise Kärnten eyaletinde *Dober dan, Koroska* (Günaydın Kärnten) adıyla tekrar Slovence ve *Adja isten magyarok* (Merhaba Macaristan) adıyla da Macarca televizyon programları gerçekleştirildi. Avusturya'nın bu dönemdeki medya politikası halk grupları kanunu (*Volksgruppengesetz 1976*) ile sadece anadilleri Almanca olmayan kendi yerli azınlık grupların (*autochthonen Minderheiten*) medyasal haklarını güvence altına alıyordu. Bu politika onlarca yıl bu doğrultuda sürdürüldü. *Kärnten, Burgerland ve Steiermark* eyaletlerinde yaşayan yerli azınlıklar gerek resmi devlet televizyonunda gerekse birçok diğer alanlarda kendi anadillerinde temsil edilme imkânına sahiptiler. 1990'lı yıllara gelindiğinde ise bu politikada esneklik sağlanarak diğer göçmen azınlıklar da yavaş yavaş devletin resmi

televizyon kanalı *ORF*'de az da olsa temsil edilme imkânı buldular. *ORF* bünyesinde her Pazar *Heimat, fremde Heimat* adıyla yayınlanan program ise hem yerli azınlıklar hem de yerli olmayan, sonradan ülkeye gelen göçmen azınlıklar için hazırlanmaktaydı (Böse ve Kogoj, 2002: 5-6). *Heimat, fremde Heimat* programının yayınlanmasındaki amaç şu cümlede özetlenmiştir: Çokkültürlü bir toplumsal yapıya sahip Avusturya'da birlikte yaşamı güçlendirmek, kültürel çeşitliliği korumak ve entegrasyonu desteklemek (Purkarthofer ve ark., 2005: 34).

ORF televizyonunun yukarıdaki yayınları dışında, 2005 yılından itibaren *offene Kanäle* (açık Kanallar) konsepti adı altında çok dilli (*mehrsprachlich*) bir proje olarak farklı etnik grupların, toplulukların, azınlıkların televizyonu *Community TV OKTO* yayın hayatına başladı. Viyana'da yayınlanan *OKTO TV*, ulusal televizyonda kendilerine temsil imkânı verilmeyen gerek etnik gerekse toplumdaki diğer bütün farklı grupların kendini ifade etme alanı olarak tasarlandı ve bu doğrultuda hazırlanıp yayımlandı.

ORF programlarının yanında bugün Avusturya'da *freie Radios* (özgür Radyolar) konsepti altında birçok dilde radyo programları yapılmaktadır. *Radio Orange-Wien, Radio Fro-Linz, freequENNS 100,8-Liezen, PRO TON-Hohenems, AGORA 105,5-Klagenfurt, Radiofabrik 94,0-Salzburg, Radio Helsinki-Graz, Freirad-Insbruck, Freies Radio Salzkammergut-Bad Ischl, Radio Aufdraht-Gobelsburg* gibi radyolarda onlarca dilde göçmenler tarafından programlar yapılmaktadır (Hirner, 2002: 1).

Bölgesel ve yerel düzeyde elektronik düzlemde yayın hayatını sürdüren özgür radyo ve televizyonların (*frei radio, community tv*) amacı; kendi imkânlarıyla ürettikleri programlarda serbestçe, sansürsüz her türlü düşüncüyü özgürce dile getirmek ve kamuoyuyla paylaşmak olarak formüle edilmektedir.

Genel olarak Avusturya'da yaşayan göçmen azınlıkların en çoğundan en azına doğru yayınladıkları etnik medyalar şu şekilde sıralanmaktadır:

Türkiyeli azınlıkların 23 (Türkçe ve Almanca), Yahudilerin 8 (Almanca), Polonyalı azınlıkların 7 (Lehçe ve Almanca), Bosna-Hırvat ve Sırpaların 7 (Boşnakça, Hırvatça, Sırpça ve Almanca), Afrikalıların 5 (Almanca, İngilizce ve Fransızca), Romanların 5 (Romanca, Hırvatça ve Almanca), Arapların 4 (Arapça ve Almanca), Bulgarların 3 (Bulgarca ve Almanca), Rusların 3 (Rusça ve Almanca), Latin Amerikalıların 3 (İspanyolca ve Almanca), Çinlilerin 2 (Çince ve Almanca), Pakistanlıların 2 (İngilizce ve Urduca), İranlıların 1 (Farsça ve Almanca) bulunmaktadır (ÖIF, 2014: 4).

Avusturya'da Türkiye Kökenli Etnik Azınlıkların Türkçe Yayınladıkları Gazeteler

Türkçe gazetelerin Avrupa'da yayınlanması, Türkiye'den Almanya'ya yoğun bir göç sürecinin yaşandığı oldukça erken bir dönemde gerçekleşmiştir. Avrupa'da ilk Türkçe günlük gazete Almanya'da 1960'li yılların sonu ve 1970'lerin başında yayınlanmaya başlanmıştır. Misafir işçi (*Gastarbeiter*) statüsüyle Almanya'da bulunan göçmenler henüz Almanca gazete okuyacak seviyede dil öğrenebilmiş değillerdi. Dolayısıyla Almanya'da

olup bitenler hakkında bilgi sahibi değillerdi. Bu nedenle Hürriyet gazetesinin bu işin öncülüğünü yaparak “Hürriyet Avrupa” adıyla Avrupa’da gazete yayınlaması gurbetçilerin buldukları ülkede yaşanan toplumsal ve politik değişimler ve olaylar hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamıştır (Özgül, 2006: 39-41). Bu dönem Avrupa’da dağıtımına sokulan gazeteler sırasıyla; ilk günlük gazete 1971’de Hürriyet, ardından 1972’de Milliyet, 1973’te Milli Gazete, 1988’de Türkiye Gazetesi, 1990’da Cumhuriyet Hafta ve Zaman, 1992’de Dünya Hafta, 1995’te Evrensel, 2000’de Vakit ve 2002’de de Tercüman” adlı gazetelerdir. Özgür Politika, Hürriyet, Milliyet, Türkiye ve Zaman gazeteleri uzun zamandan beri direkt Avrupa’da çıkarılmaktaydı (Şimşek, 2014: 438).

Türkiyeli göçmenlerin Avusturya’da kendi anadillerinde medya yayıncılığının ilk olarak 1970’lerin başında dergicilikle başladığını belirten Şimşek (2014: 438-439), *Türkiye’den Avusturya’ya Göçün 50 Yılı* adlı kitabında, 1990’ların sonu ve 2000’li yılların başına kadar Türkçe yayınların pek uzun ömürlü olmadıkları dile getirir. Avusturya’da bugün “çıkmakta olan 10’un üzerinde dergi ve gazete var. Bunların ilk ikisi 1999 içinde yayın hayatına başladı. Geri kalanların hepsinin gündeme geliş süreci, 2000-08 arasındaydı. 2000’lerin ilk on yılı içinde, adeta bir furya yaşandı”. Dergicilik üzerinden başlayan yayıncılık süreci Öneri (1999), Yeni Vatan (1999), Medyatik (2000), Aktüel (2002), Post (2002), Pusula (2003), Yeni Hareket (2003), Avusturya Günlüğü (2005), Ajans (2006), Yeni Nesil (2008), Zaman Avusturya (2008) adlı Türkçe, Türkçe-Almanca yayın yapan gazetelerin kurulmasıyla göçmenlerin kendi dillerinde gazete yayıncılığı sürecine geçilmiş oldu.

Şimdi bu gazeteleri sırasıyla inceleyelim:

Öneri Gazetesi

Kuruculuğunu Hüseyin Şimşek’in yaptığı Öneri gazetesinin ilk sayısı Ocak 1999’da basıldı. Avusturya’da Türkçe yayımlanan en eski gazetedir. Öneri logosunun üstünde, küçük karakterde “öneri” kelimesinin Almanca *Vorschlag* yazmaktadır. Öneri gazetesi Kasım 2000’e kadar, dergi formatında *aylık kültür bülteni şeklinde* yaklaşık 19 sayı yayımlandı. 2004’ten itibaren gazete formatında yayımlanan Öneri, bu ilk dönem ayda 5 bin, ardından 10 bin civarında basıldı. Öneri gazetesi 2010 yılında el değiştirdi, Bahtiyar Kahraman ve Özcan Mentеше sorumluluğunda yayımlanmaya devam etmektedir (Şimşek, 2014: 440). Almanca ve Türkçe dilinde, aylık, renkli basılan Öneri gazetesi; Anasayfa, Yaşam, Siyaset, Kültür-Sanat, Bilim, Ekonomi, Spor, Magazin, Sağlık gibi üst başlıklarda kategorilendirilmiştir. Gazetede ağırlıklı olarak Avusturya ve Türkiye siyasal-toplumsal gündemine dair haberlere yer verilmektedir.

Yeni Vatan Gazetesi

Mayıs 2016 itibarıyla 178. sayısı basılmış ve Avusturya’da yayımlanan en eski gazetelerden biri olan Yeni Vatan, 1999 yılında Birol Kılıç tarafından kurulmuş aylık bir gazetedir. Yeni Vatan logosunun altında Almanca *neue Heimat Zeitung* (Yeni Vatan Gazetesi) yazıyor. Politik görüşü liberal, bağımsız siyasi gazete olarak tanımlanan Yeni Vatan gazetesi aylık yaklaşık 50 bin civarında, 21 sayfa, renkli formatta, Türkçe olarak basılmakta ve Avusturya genelinde bedava dağıtılmaktadır. Gazetede Türkiye ve Avrupa

ile ilgili haberlere yer verilmekle beraber ağırlıklı olarak Avusturya, Avusturya'da yaşayan Türkiye kökenli göçmenleri ilgilendiren her konuda değişik haberlere yer verilmektedir. Viyana ve aşağı Avusturya eyaletleri, gazetenin önemseydiği, üzerine ağırlıklı haber yaptığı iki bölgedir. Yeni Vatan gazetesinde az düzeyde Almanca haberlere de yer verilmektedir. Online sayfasında gazetenin amacı: Çokkültürlü demokratik bir toplumsal yapıya sahip olan Avusturya'da, sistem içerisinde, düşüncelerini serbest ifade edebilmek olduğu; Avusturyalılarla hemen hemen aynı duygular içerisinde oldukları; Türkiye'den ziyade, Avusturya'nın artık "yeni vatan"ları olduğunu kabul ettikleri ve bu doğrultuda toplumsal bütünleşmeyi sağlamak amacıyla oldukları vurgulanmaktadır.

Medyatik

Medyatik gazetesi Avusturya'da kurulmuş en eski Türkçe gazetelerdendir. Kuruluş yılı 2000'dir. "İlk yıl bu aylık gazetenin sahibi İhlas Holding'di. 2001'de holdingin eski elemanı Hüseyin Taş" (Şimşek, 2014: 440) tarafından devralındı. Gazete, kimi zaman Medyatik Dergisi kimi zaman da Medyatik Gazetesi şeklinde yayınlanmıştır. İlk kurulan gazetelerden biri olarak Türkiyeli göçmenler tarafından tanınan bir gazetedir (Yıldız, 2009: 57). Medyatik, Gündem, Siyaset, Ekonomi, Dünya, Magazin, Spor, Almanca, Sağlık, Teknoloji, Kültür Sanat, Eğitim ve Bölgesel üst başlıklarda kategorilere ayrılmıştır. Türkçenin yanı sıra Almanca dilinde de haberlere yer vermektedir. Haberler genellikle Avusturya kamuoyunda yaşanan güncel gelişmelerle ilgilidir. Renkli formatta basılan gazete, aylık yaklaşık 15 bin civarında basılmakta ve Türkiyeli göçmenlerin yoğun olarak uğradıkları yerlerde bedava dağıtılmaktadır.

Post (Post Aktüel)

Merkezi Almanya'da bulunan ve İsviçre'de de yayınlanan gazete Avusturya'da, 2002 yılından itibaren yayınlanmaya başlandı. Avusturya için Türkçe basılan gazete, Almanya'da Post Aktüel adıyla Almanca olarak da yayınlanmaktadır. Avusturya'ya yönelik basılan Post gazetesinin logosunun üstünde Almanca ve Türkçe "bizim gazete" (*unsere Zeitung*), altında ise *Integrasyon durch Kommunikation* (iletişim yoluyla, aracılığıyla entegrasyon) yazılarak gazetenin entegrasyona verdiği öneme dikkat çekilmektedir. 16 sayfa basılan Avusturya Post; Haber, Ekonomi, Sağlık, Yemek Pasta, Bulmaca başlıklarında kategorilendirilmiştir. Gazetede ağırlıklı olarak Avusturya'daki siyasal-politik ve güncel gelişmelerle ilgili haberlere yer verilmekle beraber; Avusturya entegrasyon Bakanı'nın görüşleri de köşe yazısı olarak düzenli, Türkçeye çevrilmiş şekilde yayınlanmaktadır. Post gazetesi Avusturya'daki göçmenler için ortalama 30 bin ile 60 bin arasında renkli formatta basılmakta ve bedava dağıtılmaktadır.

Ajans Gazetesi

Logonun altındaki alt başlıkta *aylık bağımsız siyasi gazete* olarak tanımlanan Ajansgazetesinin kuruluş yılı 2006'dır. Ansayfa, Gündem, Avusturya, Avrupa, Ekonomi, Dünya, Spor, Yaşam, Sağlık ve Magazin başlıklarında kategorilendirilmiştir. Ajans gazetesinde ağırlıklı olarak Avusturya ve Türkiye'de yaşanan güncel gelişmeler aktarılmakla beraber diğer Avrupa ülkeleri ve dünyada yaşanan gelişmeler hakkında da okuyucu kitlesi bilgilendirilmektedir. Renkli formatta ayda bir Türkçe basılmakta olan

Ajans gazetesine Türkiyeli göçmenlerin yoğun kullandıkları mekânlarda, iş yerlerinde bedava ulaşmak mümkündür. Gazete, sponsor ve reklam gelirleri üzerinden kendini finanse etmektedir.

Aktüel Gazetesi

Aktüel gazetesinin kuruluş yılı 2002'dir. Gazete logonun altında *aylık bağımsız Türkçe haber gazetesi* şeklinde tanımlanmıştır. Aktüel gazetesi sırasıyla, Anasayfa, Güncel, Yazarlar, Siyaset, Dünya, Ekonomi ve Arşiv başlıklarında kategorilendirilmiştir. Ağırlıklı olarak gazetede Avusturya siyasal gündemi, ülkede yaşanan gelişmeler, göçmenleri ilgilendiren yasalar işlenmektedir. Ayrıca epeyce kalabalık köşe yazarı kadrosuyla da aktüel konular hakkında okuyucularına köşe yazısı okuma fırsatı sunmaktadır. Aktüel gazetesinin 10.05.2016 itibariyle 175. sayısı basılmıştır. Renkli formatta Türkçe dilinde aylık olarak yayımlanan gazete, Avusturya genelinde dağıtılmaktadır. Türkiyeli göçmenlerin yoğun kullandıkları mekânlarda, iş yerlerinde gazeteye bedava ulaşmak mümkündür. Aktüel gazetesi az miktarda para karşılığında da satılmaktadır.

Avusturya Günlüğü

Avusturya Günlüğü 2005 yılında Viyana'da kurulmuş aylık bir gazetedir. Gazete sırasıyla Yazarlar, Siyaset, Spor, Eğitim, Sanat, Sağlık, Röportajlar ve Özel Haberler başlıkları adı altında kategorilendirilmiştir. Avusturya Günlüğü gazetesinde ağırlıklı olarak Avusturya gündemi işlenmekte, Avusturya'da yaşanan gelişmeler hakkında okuyucular bilgilendirilmektedir. Türkçe basılan gazete, Viyana ve çevresinde Türkiyeli göçmenlerin iş yerlerinde bedava dağıtılmaktadır. Avusturya Günlüğü gazetesi için de benzer diğer gazetelerde olduğu gibi reklamlar finansman açısından önemlidir.

Yeni Hareket Gazetesi

Yeni Hareket gazetesi de logonun altında "aylık, bağımsız Türkçe gazete" şeklinde tanımlanmıştır. 2003 yılında kurulan Yeni Hareket gazetesi son 14 yıldan beridir düzenli olarak yayımlanmaktadır. Gazetenin Mayıs 2016 itibariyle 143. sayısı basılmıştır. Yeni Hareket gazetesi Avusturya'nın en eski Türkçe gazetelerinden birisidir. 24 sayfa ve renkli olarak aylık 15 bin civarında basılmaktadır. Anasayfa, Haber, Ekonomi, Aile, Kitap Sayfası, Sinema, Hayat, Teknoloji, Mizah, Çengel Bulmaca, Sağlık, Çocuk, Haber başlıklarında kategorilendirilmiştir. Gazete, Avusturya genelinde kafelerde, gençlik kulüplerinde, derneklerde, kısaca Türkiye kökenli göçmenlerin yoğun kullanım mekânlarında bedava dağıtılmaktadır. Yeni Hareket gazetesinin künyesinde gazetenin amacına yönelik şu bilgiler yer almaktadır: "Okuyucu kitlemiz, bütün Türkler, Türkiye kökenli Avusturyalılarıdır. Amacımız, yeni vatanlarını (Avusturya'yı) yakından tanımalarını sağlamak ve toplumsal entegrasyona katkıda bulunmaktır." Türkiye kökenli göçmenlerin her yaş grubuna yönelik bir içerikle çıktığını iddia eden Yeni Hareket gazetesinde ağırlıklı olarak Avusturya gündemini yansıtan haberlerin yanı sıra Türkiye kökenli göçmenleri doğrudan konu alan haberlere de yer verilmektedir. Reklamlar gazetede önemli yer kaplamaktadır.

Yeni Nesil Gazetesi

Yeni Nesil gazetesi 2008 yılında Tayfun Sert ve Ergün Sert tarafından Viyana'da kuruldu (Yıldız, 2009: 72). Gazete logosunun altında Türkçe *bağımsız haber gazetesi*, Almanca ise *Zeitung der neuen Generation (yeni jenerasyonun gazetesi)* yazıyor. Yeni Nesil

gazetesi Viyana'da basılıp Avusturya genelinde dağıtılmaktadır. Gazetede ağırlıklı olarak Avusturya'dan haberlere yer verilmekte ve Avusturya'yı içeren konular işlenmektedir. Anasayfa, Politika, Ekonomi, Spor, Sağlık başlıklarında kategorize edilmiş olan gazetenin amacı online sayfasında şu cümleyle aktarılmaktadır; "Amacımız Avusturya'da yaşayan Türk toplumuna faydalı ve Avusturya'daki uyuma köprü olabilmektir." Renkli formatta yaklaşık 20 bin civarında basılmakta olan Yeni Nesil gazetesi, Viyana'da bedava dağıtılmakta ve Avusturya'nın diğer eyaletlerinde yaşayan okuyucularının da adreslerine postalanmaktadır (Yıldız, 2009: 73). Reklamlar bu gazetede önemli yer kaplamaktadır.

Zaman Avusturya

Uluslararası bir nitelikte olan Zaman Gazetesi, 1986 yılında Türkiye'de kuruldu. 1992'den itibaren de Avrupa genelinde 12 ülkede 14 dilde basılıp, 28 ülkede de dağıtımı yapılmaktadır. Zaman Avusturya adıyla, 2008'den beri Avusturya'ya özel haftalık Türkçe dilinde 32 sayfa ve Almanca dilinde de 8 sayfa olarak basılmaktadır. Yaklaşık 5 bin e-posta yoluyla ulaştırılan Zaman Avusturya gazetesi ortalama 20 bin civarında okuyucuya hitap etmektedir. Zaman Gazetesi'nin online sayfasında Avrupa ve Avusturya'da iki dilde basılan ilk Türkçe gazete olduğu yazmaktadır. Zaman Avusturya gazetesinde ağırlıklı olarak yaşanan aktüel olaylar, Avusturya'nın iç ve dış gündemi, entegrasyon ve göç politikası işlenmektedir. Zaman Avusturya; Anasayfa, Gündem, Avusturya, Avrupa, Türkiye, Ekonomi, Aile-Sağlık, Eğitim, Kültür, Kürsü ve Röportaj başlıklarında kategorilendirilmiştir. Gazetenin "Zaman Avusturya" logosunun üstünde küçük karakterde *International Newspaper* yazılarak uluslararası niteliği vurgulanmıştır. Gazetenin amacı; Avusturya'da yaşayan Türkiye kökenli göçmenler ile Avusturya halkı arasında barışçıl bir zeminde toplumsal birlikteliği desteklemek ve toplumsal entegrasyonu gerçekleştirmek şeklinde ifade edilmiştir. Renkli basılan Zaman Avusturya gazetesi abonelerine belli bir ücret karşılığında ulaştırılmaktadır.

Bu gazeteler dışında farklı inanç, etnik kimlik ve Türkiye'de rastlanan siyasi, dini ulusal aidiyetlerin çerçevesinde, değişik zamanlarda, belli periyotlarda, irili ufaklı birçok "gazete ve dergi" basılmaktadır. Bunların bir kısmı internet üzerinden yayımlanmaktadır.

Yukarıda ayrıntılı olarak aktardığımız bütün bu gazetelerin birçoğunun ortak özellikleri şunlardır:

- Neredeyse tamamının Viyana'da basılması
- Aşağı yukarı benzer format ve konseptle yayımlanmaları
- Birçoğunun bedava dağıtılması
- Türkiye kökenli göçmenlerin uğrak yerlerinde kolayca elde edilmeleri
- Sayfalarında reklamlara fazlaca yer verilmesi
- Reklam gelirleri ve sponsor teşvikleriyle varlıklarını sürdürmeleri
- Kendilerini bağımsız olarak tanımlamaları
- Çalışanlarının cüzi ücretler karşılığında veya gönüllülük temelinde hizmet vermesi

- Türkçe olarak basılmaları
- Türkiye kökenli göçmenlere hitap etmeleri
- Kendilerine belli bir misyon biçimleri (toplamsal bütünleşme ve entegrasyon gibi)

Saha Çalışması: Sorular ve Sorulara Verilen Cevapların İstatistik Tablosu

Etnik medya kavramı çerçevesinde Avusturya’da Türkçe yayımlanan gazeteler adlı bu çalışmaya katkı yapacağı varsayılarak farklı yaş grubundan toplam 48 kişiye 10 soru yöneltilmiştir. Her grup A, B, C şeklinde sınıflandırılmıştır. A grubu 16 - 25 yaş arası 16 kişiden, B grubu 26 - 49 yaş arası 16 kişiden ve C grubu da 50 - 65 yaş arası 16 kişiden oluşmaktadır. Ankete dahil edilen kişilerin “nerede doğduğu”, “eğitim” ve “iş durumları” dikkate alınmamıştır; sadece “Avusturya’da yaşıyor olmaları”, “anadillerinin Türkçe olması” ve “Türkiye kökenli olmaları veya Türkiye kökenli bir ailenin çocuğu olmaları” dikkate alınmıştır.

Tablo 1 sorusu: *Avusturya, Türkiye ve dünyadaki gelişmelerden nasıl haberdar oluyorsunuz?*

Tablo 1. Dünyadaki Gelişimlerle İlgili

A grubu		B grubu		C grubu	
KİA araçları (gazete, televizyon, internet vs.)	Diğer (eş-dost, arkadaş çevresi, dernekler vs.)	KİA araçları (gazete, televizyon, internet vs.)	Diğer (eş-dost, arkadaş çevresi, dernekler vs.)	KİA araçları (gazete, televizyon, Internet vs.)	Diğer (eş-dost, arkadaş çevresi, dernekler vs.)
16	0	16	0	12	4

Tablo 2 sorusu: *Gazete okur musunuz ve hangi sıklıkla? Bu soruya sadece okurum diyenler tabloya dahil edilmiştir.*

Tablo 2. Gazete Okuma Sıklığı

A grubu		B grubu		C grubu	
Her gün	6	Her gün	8	Her gün	4
Haftada en az iki defa	8	Haftada en az iki defa	4	Haftada en az iki defa	0
Fırsat buldukça	2	Fırsat buldukça	4	Fırsat buldukça	6

Tablo 3 sorusu: *Hangi dilde (Türkçe mi Almanca mı) gazete okursunuz? Sadece gazete okurum diyenler tabloya dahil edilmiştir.*

Tablo 3. Gazete Okumada Dil Tercihi

A grubu		B grubu		C grubu	
Türkçe	0	Türkçe	8	Türkçe	10
Almanca	4	Almanca	0	Almanca	0
Her ikisi	12	Her ikisi	8	Her ikisi	0

Tablo 4 sorusu: *Avusturya'da Türkçe basılan aşağıdaki gazetelerden hangisini tanıyorsunuz? Bu soru her gruptan 8 kişiye de sorulmuştur ve sadece tanıyorum cevabı verenler tabloya dahil edilmiştir.*

Tablo 4. Gazetelerin Tanınırlığı İle İlgili

A grubu		B grubu		C grubu	
Aktüel Gazetesi	16	Aktüel Gazetesi	16	Aktüel Gazetesi	6
Ajans Gazetesi	0	Ajans Gazetesi	2	Ajans Gazetesi	0
Avusturya Günlüğü	4	Avusturya Günlüğü	6	Avusturya Günlüğü	0
Medyatik Gazetesi	16	Medyatik Gazetesi	16	Medyatik Gazetesi	14
Öneri Gazetesi	14	Öneri Gazetesi	16	Öneri Gazetesi	8
Post Gazetesi	12	Post Gazetesi	14	Post Gazetesi	4
Pusula Gazetesi	0	Pusula Gazetesi	6	Pusula Gazetesi	0
Yeni Vatan Gazetesi	14	Yeni Vatan Gazetesi	16	Yeni Vatan Gazetesi	6
Yeni Hareket Gazetesi	16	Yeni Hareket Gazetesi	16	Yeni Hareket Gazetesi	12
Yeni Nesil Gazetesi	4	Yeni Nesil Gazetesi	4	Yeni Nesil Gazetesi	2
Zaman Avusturya	16	Zaman Avusturya	16	Zaman Avusturya	14

Tablo 5 sorusu: *Aşağıda alt alta sıralanmış gazetelere herhangi bir yerde rastladığınızda okur musunuz? Bu soru her gruptan 8 kişiye sorulmuştur ve sadece evet diyenler tabloya dahil edilmiştir.*

Tablo 5. Türkçe Basılan Gazetelerin Okunurluğu

A grubu		B grubu		C grubu	
Aktüel Gazetesi	8	Aktüel Gazetesi	10	Aktüel Gazetesi	2
Ajans Gazetesi	0	Ajans Gazetesi	0	Ajans Gazetesi	0
Avusturya Günlüğü	0	Avusturya Günlüğü	4	Avusturya Günlüğü	0

Medyatik Gazetesi	10	Medyatik Gazetesi	16	Medyatik Gazetesi	10
Öneri Gazetesi	8	Öneri Gazetesi	8	Öneri Gazetesi	4
Post Gazetesi	6	Post Gazetesi	8	Post Gazetesi	6
Pusula Gazetesi	0	Pusula Gazetesi	2	Pusula Gazetesi	0
Yeni Vatan Gazetesi	10	Yeni Vatan Gazetesi	10	Yeni Vatan Gazetesi	4
Yeni Hareket Gazetesi	8	Yeni Hareket Gazetesi	12	Yeni Hareket Gazetesi	8
Yeni Nesil Gazetesi	0	Yeni Nesil Gazetesi	4	Yeni Nesil Gazetesi	0
Zaman Avusturya	10	Zaman Avusturya	16	Zaman Avusturya	10

Tablo 6 sorusu: *Avusturya’da Türkçe yayımlanan gazeteleri gerekli buluyor musunuz, sizce basılmalı mı? Sadece evet diyenler tabloya dahil edilmiştir.*

Tablo 6. Türkçe Basılan Gazetelerin Gerekliliği

A grubu		B grubu		C grubu	
Evet	14	Evet	16	Evet	14

Tablo 7 sorusu: *Avusturya’da Türkçe yayımlanan gazeteler içerik olarak yeterli mi, sizi tatmin ediyor mu? Bu soru sadece gazete okurum diyen kişilere yöneltilmiştir.*

Tablo 7. Avusturya’da Türkçe Basılan Gazetelerin İçeriği

A grubu		B grubu		C grubu	
Evet	8	Evet	12	Evet	8
Hayır	4	Hayır	4	Hayır	2

Tablo 8 sorusu: *Avusturya’da Türkçe yayımlanan gazetelerin Türkiye kökenli göçmenlerin kültürlerini unutmama ve Türkçelerini geliştirme konusunda katkı sağladığını düşünüyor musunuz? Bu soru gazete okuyan okumayan herkese, bütün gruplarda, ankete dahil edilen her kişiye yöneltilmiştir.*

Tablo 8. Avusturya’da Basılan Türkçe Gazetelerin Kültüre ve Dile Katkısı

A grubu		B grubu		C grubu	
Evet	12	Evet	16	Evet	16
Hayır	4	Hayır	0	Hayır	0

Tablo 9 sorusu: Türkçe basılan gazetelerin Türkiye kökenli göçmenlerin (etnik azınlığın) Avusturya toplumuna entegre olma ve bir arada uyum içinde yaşama konusuna katkı yaptığına inanıyor musunuz? Soru, gazete okuyan okumayan bütün katılımcılara yöneltilmiştir.

Tablo 9. Türkçe Gazetelerin Entegrasyona İşlevi

A grubu		B grubu		C grubu	
Evet	16	Evet	16	Evet	16
Hayır	0	Hayır	0	Hayır	0

Tablo 10 sorusu: Avusturya'da Türkçe yayınlanan gazetelerin yeni yasalar, gelişmeler hakkında Türkiye kökenli göçmenleri yeterince bilgilendirdiğine inanıyor musunuz? Bu soru sadece gazete okuyan katılımcılara yöneltilmiştir.

Tablo 10. Türkçe Gazetelerin Bilgilendirme İşlevi

A grubu		B grubu		C grubu	
Evet	8	Evet	12	Evet	8
Hayır	4	Hayır	4	Hayır	2

Tabloların Analizi

Tablo 1: Katılımcıların hemen hemen tamamı KİA'ları takip ederek dünyadaki gelişmelerden haberdar olmaktadır. Sadece C grubundan dördü diğer cevabı vermiştir.

Tablo 2: A ve B yaş gurklarındaki katılımcıların tamamının her gün olmasa da gazete okuduğu saptanmıştır. C grubundaki 50-65 arası katılımcıların ise sadece yarısının gazete okuduğu saptanmıştır.

Tablo 3: Bu sorunun sorulmasındaki amaç ankete dahil edilen kişilerin daha çok hangi dile hâkim olduklarının saptanmasıdır. A grubu (genç) yaş kategorisindeki kişilerden sadece Türkçe gazete okuyana rastlanmamıştır, buna karşın B ve C gruplarında ise sadece Almanca okuyana rastlanmamıştır. A grubundan dördü sadece Almanca gazete okumakta iken, diğer onikisinin ise her iki dilde de gazete okuduğu saptanmıştır. B grubundan sekizinin Türkçe sekizinin de her iki dili tercih ettiği, C grubunda ise onikisinin sadece Türkçe, dördünün de her iki dilde gazete okuduğu saptanmıştır. Katılımcılar arasında yaş küçüldükçe Almancanın daha iyi konuşulduğu, yaş ilerledikçe Türkçenin daha iyi konuşulduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 4: Bu soruyla katılımcılar arasında Avusturya'da Türkçe yayınlanan gazetelerin *tanınır olup olmadığı* ölçülmek istenmiştir. Bir-iki gazete dışında analize dahil edilen gazetelerin büyük oranda bütün gruplar arasında *tanınır* olduğu, bazı gazetelerin de C grubundaki katılımcılar arasında daha *az tanınır* olduğu saptanmıştır.

Tablo 5: Bu soruda da katılımcıların Türkçe basılan bu gazeteleri *okuyup okumadığı* saptanmak istenmiştir. Sorulara verilen cevaplardan ve tabloya yansıyan verilere göre

Avusturya’da Türkçe basılan gazeteler katılımcıların eline geçtiği takdirde belli düzeyde okunduğu gözlemlenmiştir. Bu gazetelerden bir kısmının daha fazla, neredeyse bütün gruplar tarafından okunduğu saptanmıştır.

Tablo 6: Bu soruya ankete dahil edilen katılımcıların neredeyse tamamı Türkçe gazetelerin basılması gerektiği doğrultusunda ortak görüş bildirmiştir.

Tablo 7: Bu soruya verilen cevaplardan *gazete okurum* diyenlerin neredeyse büyük çoğunluğunun Türkçe yayımlanan gazetelerin içeriğinden memnun olduğu saptanmıştır.

Tablo 8: Bu soru Türkçe basılan gazetelerin *işlevini* ölçmeye yöneliktir. Tabloya yansıyan istatiki bilgilerden katılımcıların neredeyse tamamı, bu gazetelerin Avusturya’da yaşayan göçmenlerin kültürlerini koruma ve anadillerini geliştirme konusunda önemli katkı yaptığına inanmaktadır.

Tablo 9: Bu soru Türkçe yayımlanan gazetelerin hem *işlevini* hem de *yayıncılık ilkesini* sorgulamaya yöneliktir. Katılımcıların tamamı Türkçe gazetelerin, Türkiye kökenli göçmenlerin Avusturya toplumu ile bütünleşmesi noktasında gerekli olduğuna ve bu gazetelerin yayın politikasının bu temelde pozitif olduğuna inandığı saptanmıştır.

Tablo 10: Son olarak bu soruyla da Türkçe yayımlanan gazetelerin okuyucularını *bilgilendirme* konusunda işlevini yerine getirip getirmediği ölçülmek istenmiştir. Verilen cevaplardan, istatistik verilerden hareketle katılımcıların yarısının bu işlevin yerine getirildiğine inandığı saptanmıştır.

Sonuç

Tarihsel geçmişi 17. yüzyıl Avrupa’sına dayanmakta olan etnik medya kavramı konusunda iletişim bilimciler farklı görüşler ileri sürmektedir. Etnik medya kavramı İngilizcede *minority media*, *immigrant media*, *diasporic media* ya da *community media* şeklinde de adlandırılmaktadır (Matsaganis ve ark., 2011). Etnik medya, çokkültürlü bir toplumda yaşayan azınlıkların, yabancı bir ülkede yaşayan göçmenlerin yayınladığı medya (gazeteler, dergiler, televizyon ve radyo programları) için kullanılmaktadır. Türk, Bulgar, Sırp medyası vs. gibi. Weber-Menges (2006) gibi iletişim bilimciler etnik medyanın “ayırıştırıcı“ ve “birleştirici“ özelliklerine, rolüne vurgu yapmaktadır. Falers (2006), etnik medyaların demokratik bir tartışma ortamının oluşumuna, farklı topluluklar ve gruplar arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenme ve kültürlerarası farkındalık sağlama fonksiyonuna; Geißler ve Pöttker. (2006) de, etnik medyaların azınlıkların geldiği kültürle ve dille ilişkiye girmeleri konusunda bağlayıcı bir rol oynamakta olduğuna dikkat çekmektedir.

Çokkültürlü bir ülkede toplumun gelişmesi ve toplumsal birliğin sağlanması noktasında etnik medyanın katkısı tartışılmaz bir gerçektir. Çokkültürlü bir toplumsal yapıya sahip Avusturya’da yaşayan etnik azınlıklar kendi anadillerinde medya yayıncılığı yapma olanağına sahiptirler. Burada üretilen etnik medyaların toplumun barış içinde bir arada yaşamasına önemli katkı sağladığı gözlemlenmiştir. Bugün Türkiye kökenli göçmenler, yoğun olarak yaşadıkları Avusturya’da azımsanmayacak düzeyde

medya yayıncılığı yapmakta ve önemli düzeyde Türkçe gazete yayımlamaktadır. Avrupa’da, Türkiyeli göçmenlere yönelik ilk Türkçe gazeteler Türkiye menşelidir. Türkçe gazetelerin Avrupa’da yayınlanması, Türkiye’den Almanya’ya yoğun bir göç sürecinin yaşandığı oldukça erken bir dönemde gerçekleşmiştir. Avrupa’da ilk Türkçe günlük gazete Almanya’da 1960’lı yılların sonu ve 1970’lerin başında yayınlanmaya başlanmıştır. Avusturya’da ise dergicilikle başlayan bu süreç 1999 yılı itibariyle Türkçe gazete yayımlama sürecine dönüşmüştür. 2000’li yıllardan itibaren de aylık yayımlanan bu gazetelerde hızlı bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Türkçe yayımlanan; Öneri (1999), Yeni Vatan (1999), Medyatik (2000), Aktüel (2002), Post (2002), Pusula (2003), Yeni Hareket (2003), Avusturya Günlüğü (2005), Ajans (2006), Yeni Nesil (2008), Zaman Avusturya (2008) adlı bu gazeteler Avusturya’da yaşayan Türkiye kökenli göçmenlerin yaşamında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Göçmenlerin yaşadıkları topluma entegre olma ve bir arada uyum içinde yaşama, kendi kültürlerini unutmama ve sonraki kuşaklara aktarma, etnik kimliğini koruma, anadillerini geliştirme, yaşadıkları ülke ve anavatanları hakkındaki gelişmeleri anadillerinde okuma ve haberdar olma gibi konularda Türkçe basılan gazetelere ihtiyaç duyulmakla beraber; bu gazetelerin bu doğrultuda önemli bir işlevi yerine getirdiği gözlemlenmiştir.

Kaynaklar

Aktürk, Şener (2006). “*Milliyetçilik 1. Etnik Kategori ve Milliyetçilik: Tek-Etnili, Çok-Etnili ve Gayri Etnik Rejimler*”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 38, 23-56.

Aziz, Aysel (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Ankara: Nobel Akademik Yayınları.

Böse, M. ve Kogaj, C. (2002) “*Minderheiten und elektronische Medien in Österreich. Von eingeschränkter Vielfalt an Öffentlichkeiten*”, *SWS-Rundschau*, 3, 293-307.

Fleras, Augie (2010). “*Ethnomedien und Medien der Ureinwohner in Kanada. Grenzen überschreiten, Puffer bilden, Verbindungen schaffen, Brücken schlagen*”, R Geißler und H Pöttker (Hrsg), *Medien und Integration in Nordamerika: Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA*, Bielefeld: Transcript Verlag, 59-101.

Geißler, R. ve Pöttker, H. (2006). *Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen Vergleich, Mass Media-Integration*, Bielefeld: Transcript Verlag.

Hansen, Leo (2003). “Offener Kanal - quo vadis?”, *Medien und Erziehung*, 47 (3), 175-176.

Hirner, Wolfgang (2002). “Freie Radios in Österreich”, <http://freie-medien.at>, (Erişim Tarihi: 11.5. 2016).

Hrubesch, A. ve Plutzar, V. (2013). “Mehrsprachigkeit”, <http://erwachsenenbildung.at/themen/migrationsgesellschaft/grundlagen/mehrsprachigkeit.php...>, (Erişim Tarihi: 25.5.2016).

Kamp, Ulrich (1998). "Kontrafaktisches Postulat. Offene Kanäle im Kontext der Mediengesellschaft", *medien praktisch*, 22 (4), 4-7.

Krüger, Thomas (2004). "Sieben gute Gründe für Offene Kanäle", <http://bok.de/wpcontent/uploads/2014/05/Kr%C3%BCger.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.05.2016).

Matsaganis, M.; Matthew, D.; Katz, V. ve Ball-Rocheach, S. (2011). *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers and Societies*, Sage, Los Angeles.

Müller, Daniel (2005). "Die Inhalte der Ethnomedien unter dem Gesichtspunkt der Integration", R. Geißler und H. Pöttker (Hrsg), *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland, Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliografie*, Bielefeld: Transcript Verlag, 323-355.

Önder, Tayyar A. (2010). *Türkiye'nin Etnik Yapısı*, Ankara: Kripto Kitaplar.

ÖIF (2014). 07 Integration in der Medienwelt, Österreichischer Integrationsfonds-Fonds zur Integrations von Flüchtlingen und MigrantInnen, Wien.

Özbek, T. ve Işık, Y. S. (2014). "Etnik Medya ve Yeni Seçkinler", *Alevi-Bektaşî Kültür Enstitüsünün Web Sayfası ve Alevi-Bektaşî Araştırmaları Dergisi Örneği*, http://akademikpersonel.bartın.edu.tr/syetkini/bildiri/syetkini16.02.2014_10.32.06bildiri.pdf, (Erişim Tarihi: 05.04.2016).

Purkarthofer, J.; Rainer, M. ve Rappl, A. (2005). "Medienlandschaft der autochthonen Minderheiten in Österreich", *Wiener Linguistische Gazette*, 72, 1-66.

Riggins, Stephan H. (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*, Newbury Park: Sage.

StudthoffT, Alex (2005). *Offener Kanal: Grundbegriffe Medienpädagogik*, München: Kopäd Verlag.

Sürmeli, Hazal (2015). *Anadilde Eğitim Hakkı*, Yüksek Lisans Tezi, AÜ Sos. Bil. Enst. Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Ankara.

Steinegger, Gunnar (2009). *Öffentlichkeit durch Offene Fernsehkanäle: Der Community TV-Sender OKTO – Eine Plattform für öffentliche Kommunikation*, Masterarbeit, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, Wien.

Şimşek Hüseyin (2014). *Türkiye'den Avusturya'ya Göçün 50 Yılı*, İstanbul: Belge Yayınları.

Toruk, İ.; Şeker, M ve Sine, R. (2012). "Etnik Kimliklerin Medyada Sunumu: Hrant Dink Olayı Örneği", *Global Media Journal*, 3 (5), 176. 207.

Tsvetanova, Donika (2011). *Medien von MigrantInnen in Österreich: Überblick migrantischer Medien in der österreichischen Medienlandschaft mit besonderem Augenmerk auf bulgarische Medienproduktionen*, Masterarbeit, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, Wien.

Weber-Menges, Sonja (2005). “Die Entwicklung ethnischer Medienkulturen. Ein Vorschlag zur Periodisierung”, R Geißler und H Pöttker (Hrsg), Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland, Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliografie, Bielefeld: Transcript Verlag, 241-322.

Yıldız, İsmail (2009). *Die lokalen türkischsprachigen Zeitungen in Wien und deren Funktion beim Integrationsprozess*, Masterarbeit, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, Wien.

Ekler

(1)Yapılan araştırma neticesinde, Avusturya’da Türkçe gazeteleri de kapsayan iki yüksek lisans tezi yapıldığı görülmüştür: İsmail Yıldız, *Die lokalen türkischsprachigen Zeitungen in Wien und deren Funktion beim Integrationsprozess*, Univ. Wien, 2009 ve Aysun Bayazıtlioğlu, “*Die türkischsprachige Printmedienlandschaft in Österreich*”, Univ. Wien, 2008.

(2)*Offene Kanäle* (özgür, serbest) konusunda ayrıntılı bilgi için... Studthoff 2005; Kamp 1998; Hansen 2003; Krüger 2004); Çokdillilik (*Mehrsprachigkeit*) konusunda ayrıntılı bilgi için... (Hrubesch und Plutzer 2013); *OKTO TV* hakkında geniş bilgi için.. Gunnar (2009), *Öffentlichkeit durch Offene Fernsehkanäle. Der Community TV-Sender OKTO – Eine Plattform für öffentliche Kommunikation*, Universität Wien, yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

(3)Avusturya’da yayımlanan *Türkçe Gazeteler* hakkında ayrıntılı bilgi için; *Öneri Gazetesi*: www.oneri.at, *Yeni Vatan Gazetesi*: www.yenivatan.at, *Medyatik Gazetesi*: www.medyatik.at, *Post (Post Aktüel)*: www.postaktuel.com, *Ajans Gazetesi*: www.ajans.at, *Aktüel Gazetesi*: www.aktuelavrupa.at, *Avusturya Günlüğü*: www.avusturyagunlugu.com, *Yeni Hareket Gazetesi*: www.yenihareket.com, *Yeni Nesil Gazetesi*: yeninesil.com, *Avusturya*: www.zaman.co.at /www.zamanoesterreich.at.

(4)Bu çalışmanın kapsamına alınamayan şu dergi ve gazeteler belli dönemlerde yayımlanmış, bunlardan bir kısmı ise halen yayımlanmaktadır: Avusturya’daki Alevilerin 2000 yılında çıkarmış oldukları *Haber Bülteni*, 2001’de *Alevi Halk Gerçeği* ve *Canlar* adlı dergiler; Avusturya Sendikalar Birliği (ÖGB) tarafından 2007’de Türkçe yayınlanan *Sendika* gazetesi; İslam Federasyonu (IF) tarafından 2008’de yayımlanan *Dewa* gazetesi; Türkiye’deki EMEP’e yakın Avrupa’daki DIDF tarafından 2009’da yayımlanan *Hayat* adlı dergi vs. gibi. Bunların dışında, yine Asurilerin belli bir süre Arap alfabesiyle yayımladıkları *Doğunun Yıldızı* (2000-2005); Avusturya’da yayımlanan ilk Kürtçe gazete *Kurdi* (2009); ve 2014’te *Raa Ma* adlı Zazaki/Kirmancki gazete Avusturya’da yaşayan Türkiye kökenli etnik gruplar tarafından çıkartılmıştır (Kaynak: Şimşek 2014: 439-444).

(5)Entegrasyondan kasıt kesinlikle *Asimilasyon* anlaşılmamalı. Entegrasyon tek yönlü olduğu zaman asimilasyona dönüşür. Bu hassas noktaya dikkat edilmelidir. Burada entegrasyondan kast edilen; içinde bulunulan toplumun dilini, kültürel değerlerini, norm

ve yasalarının çok iyi öğrenilmesi durumunda yaşamlarının kolaylaşacağı ve rekabet güçlerinin artacağı vurgulanmak istenmektedir. Bu durum, kesinlikle kendi kültürel değerlerinin, dilinin unutulması şeklinde algılanmamalı.