

Almanya'da Türkçe medya: Kendim ettim,
kendim buldum, gül gibi sarardım soldum

Mahmut Çebi

Almanya'da Türkçe medya deyince akla ilk olarak günlük Türkçe gazeteler geliyor. Makalenin başlığı da sadece onlara hitap ediyor. Çünkü Türkçe dergi, radyo, televizyon ve internet için aynı başlık şimdilik uygun görünmüyor.

Şimdilerde moda kağıt baskı gazetelerin sonunun gelip gelmediğini tartışmak. Herkes onlara ömür biçse de, hiçbir haber ve makale kağıt üstüne basılanı kadar tesirli ve değerli olmuyor. Masanın üstüne konan, elle tutulan gazeten yoksa medyan adeta yok hükmüne geliyor. Basıla gazeteler topluma ayna oluyor. O değerli ise, etkin ise sen de değerli ve etkin oluyorsun. İleride bu durum değişir mi, onu klişe tabirle söyleyecek olursak 'bekleyip göreceğiz'.

Almanya'daki Türkçe gazetelerin eski hali biraz tek parti dönemindeki CHP'ye benziyor. Alternatifsiz olduğu günlerde ondan daha mutlu ve daha etkini yoktu. Okura batmasına rağmen ok gibi doğrularını hiç değiştirmezdi. Çamur gibi baskı, en ucuzundan habercilik, kelime ve cümle yanlışları, sayfa düzeninde en küçük bir estetik kaygı taşımama ve bunun üzerine bir de tepe tepe kullanılan "zalim Alman, mağdur Türk" sansasyonculuğu ile 25 yıl israf edildi.

İnsanların reklam vermek için sıraya girdiği, gazete satışlarının 200 binleri bulduğu dönemlerin muhteşem gelirleri gazeteciliğe değil, başka hesaplara yatırıldı. Gerçek manada gazetenin aslında saygın ve etkin gazeteciler demek olduğu gerçeği hep ihmal edildi. Almanlar nezdinde de saygın gazeteci yetiştirmek için eller hiç taşın altına konulmadı. Devran hep böyle devam edecek, düzen hep böyle sürecek zannedildi.

Hayatlarını istemeden birleştirmiş olan Türk ve Alman toplumunun zoraki evliliğine, sürekli kavga üretme üzerine kurgulanmış bir yaygın politikasıyla, fayda değil zarar verileceği anlaşılamadı. Ortada tatsız bir durum varsa bundan her iki kesimin de olumsuz etkileneceği hesap edilemedi. Pireler deve yapıldı, yorganlar da sık sık yakıldı. Bugünkü açıkta kalışımızı biraz da bu yaktığımız yorganlarda aramız gerekiyor mu?

Hiç batmayacak sanılan geminin su almakta olduğu 1995 yılında anlaşılmaya başlandı. Ama yine de kimse pek umursamadı. Gemi ilk suyu kalburüstü birinci kuşak ve ikinci kuşak Türklerin Almanca öğrenmesiyle aldı. Almanca öğrenenler kıyas yapmaya başladılar. Yapılan her kıyasta kaybeden, hep Türkçe gazeteler oldu. Geç verilen haberler, hatalı bilgilerle dolu haber ve makaleler ve yanlış tercümelemler sırtımıza ve okuru kaçırmaya başladı. 1995'e kadar Almanya'daki Türkler Türkiye ile yatıp kalkıyorlardı. Haber kaynakları ise, eğer Köln radyosunu saymazsanız gazetelerle sınırlı idi.

Bu tarihten itibaren Türkçe televizyonların devreye girmesi gazetelerin en büyük sermayesi olan Türkiye haberlerini neredeyse bitirdi. Çünkü televizyondan izlenen bir haberi iki gün sonra gazeteden okumanın hiçbir cazibesi kalmamıştı. Cazibeyi korumak için farklı olmak özel haber yapmak gerekiyordu. Okurda damak tadı bırakacak, zihin hiplenmesi ve alışkanlık yapacak makaleler yazmak gerekiyordu. Fakat 25 yıl boyunca gazeteciye yatırım yapılmadığı için bunu yapacak eleman yoktu. Farklılık arayışı daha büyük hatalara sebep oldu. Dikkat çekecek vurucu haber yapma uğruna hep milliyetçilik damarı kazıldı, hatta bazı durumlarda bile bile yalan habere tevessül edildi. Tarafgirlik o kadar abartıldı ki Almanlar Türkçe gazeteler için "Türklerin avukatı" tabirini kullanmaya başladılar. "Getürt" tabirinin yüz kızarttığı bu demlerde "her hal ve şartta Türkün avukatlığını yaparım" tavrı okur kazandırmak yerine bilinçli Türk okurları da gazeteden soğutup kaçırdı.

1995-2000 yılları arası holding ve merkez bankası katliamlarının yaşandığı yıllar oldu. On binlerce Türkün geleceğini ve geleceğe olan güvenini kaybettiği bu yıllar gazetelere de en büyük darbeyi vurdu. Liberal olsun, muhafazakar olsun gazeteler bu süreçte okurlarını felaketten koruma noktasında kayda değer hiçbir olumlu icraat gerçekleştirmedi. Sonrasında ise gazetecilik dürtüsüyle tekrar tekrar

kanatılan yaraya adeta tuz bastılar. Çoğu ilk kuşakta yer alan ve en sağlam Türkçe gazete okuru olan bu mağdur vatandaşlarımızın binlercesi geleceğe olan güveni ile birlikte gazetelere olan güvenini de yitirdi.

Almanya'da son birkaç yıl içinde önce Milliyet ve Fanatik'in ve son olarak da Taraf'ın yayınına son verildi. Daha önceki yıllarda ise Evrensel (2009), Cumhuriyet (2008) Star, Günaydın, Bugün, Tercüman, Akşam, Haftasonu ve Yeni Şafak da kimi kısa süre, kimi ise çok uzun yıllar yayımlandıktan sonra Almanya'dan çekildi. 80'li ve 90'lı yıllarda Alman gazete bayilerinde görülen çok sayıda Türkçe gazete artık yok. Batı Avrupa'ya dağıtılmak üzere Almanya'da yayımlanan Türkçe günlük gazetelerin sayısı altıya düştü. (Zaman, Hürriyet, Sabah, Türkiye, Politika, Millî Gazete).

Sayı azaldı ve azalma eğilimi de devam ediyor. Çünkü cazibe zaten yoktu. Güven de gidince malum ve makus süreç başladı. İçine kapanan, kendine ve topluma küsen okurlar gazeteden uzaklaştı. Süreci başından bu yana izleyen ve kendisi de yaşayan gazetecilerden Osman Çutsay, Cumhuriyet gazetesinde yayınlanan "Türk gazeteciliğine Avrupa tipi mezar" başlıklı yazısında şu değerlendirmeyi yapmıştı: "Hani neredeyse herkesin beklediği bir sürpriz bu: Avrupa'daki Türkçe günlük gazetelerin inanılmaz bir hızla eridiğine tanık oluyoruz. Türkçe günlük gazete satışlarında neredeyse dörtte üçlük bir gerileme yaşanıyor. Gerekçesi ne olursa olsun, Avrupa bir Türkçe gazeteler mezarlığına dönüşüyor. Batı Avrupa'da 5 milyonu aşkın "Türkçeli" insan neden ciddiye alınabilecek boyutlarda ve etkinlikte bir gazete sektörünü taşıyamıyor. Türkçe hızla gündelik hayatın kullanımından çıkıyor. Türk toplumu, koca Avrupa'da modern ve Türkçe bir medya sektörünün önemini anlamış gibi görünmüyor. Hiç ilgilenmiyorlar hatta..."

Bu yazıda ve bir çok benzerinde olduğu gibi Türk gazeteciliği adına en büyük eksiklik hep tekrarlandı. Türkler bir olsun çağrısı yapan medya organları bir kerecik olsun örnek bir birliktelik sergilemedi. Hiç özeleştiri yapmadan, "Türkler zaten okumayı sevmiyor ve ilgisiz" klişesinden yola çıkarak kabahati hep okura yükledi. Okurun suçlu olduğunu tescilleyen net veri ise onların Alman gazetelerine de soğuk durmasıydı. Halbuki ne göçmenlerin geldiği ülkenin, ne de göç alan ülkenin medyasının göçmenlerin ihtiyaçlarına gereği gibi cevap veremediği gerçeği kabullenilmek istenmiyordu. Çünkü bu kabulün gereğini yapacak yetişmiş insan ve maddi güç Türk medyasında, niyet ise Alman medyasında yoktu. Alman medyası Almanca okuyan genç kitlenin Türk gazetelerine değil, Alman gazetelerine yöneldiğini bildiği için bu asimilasyon eğilimini bozmaya ve Alman okurlarını küstürebilecek risklere girmeye gerek görmüyordu. Zaten bütün göstergeler Türkçe gazetelerin aleyhineydi.

Türklerde yaş düştükçe sadece Alman medyasından, yaş ilerledikçe ise sadece Türk medyasından yararlanma eğilimi artıyordu. Eğitim seviyesi düştükçe Türkçe medya, eğitim seviyesi arttıkça Alman medyasının kullanımı artıyordu. Mezara yakın olan az okumuşlar bizim, hayatı kuracak olan çok okumuşlar ise Almanlarındı.

Almanya'da Türkçe yayınlanan aylık dergilerin ya da Toplum, Hayat, Güncel, Birlik, Haber, Sağlık, Merhaba gazetesi gibi 15 günde bir veya aylık (bazen daha geç) olarak yayınlanan gazetelerin durumu da çok iç açıcı değil. Sayıları tam tespit edilemeyen bu gazeteler genelde Türkiye'den gelen göçmenler tarafından çıkarılıyor. Tek kişinin sırtında, bazıları aile dayanışması içinde, bir ikisi ise kısmen kurumsal görüntü arz eden bu gazetelerin büyük çoğunluğu bedava dağıtılıyor.

Maliyeti çok yüksek olan bayi satış sistemi sebebiyle vitrine çıkamayan bu gazeteler, okurları abone olmaya da ikna edemedikleri için sadece reklam geliriyle ayakta durmaya çalışıyorlar. Aralarında kaliteli yayıncılık yapanları da bulunan bu gazetelerin toplamda ne kadar gazete dağıttıklarını ve etki alanlarını tespit etmek neredeyse imkansız. Aylık gazeteler Almanya'ya daha ait ve dinamik bir görüntü arz etseler de hayatın olabildiğince hızlı aktığı günümüzde aylık periyotla medyatik bir cazibe oluşturmanın imkansızlığı ortada.

Hem kolay erişilir hem de bedava olmaları, ayrıca okumak gibi bir zorluğu da gerektirmemeleri sebebiyle Türkçe televizyonlar en çok rağbet edilen medya organları. Türklerin yüzde 94'ünün uydu veya kablodan Türkçe yayın izlemesi sebebiyle Almanya'da Türkçe okuyan yazan azalsa da Türkçe dinleyen artıyor. Günlük Türkçe gazetelere büyük darbe vuran Türkiye kaynaklı bu televizyonlardan Avrupa için özel reklam pencereleri açanlar reklam ücretlerini çok aşağı çektikleri için Kanal Avrupa, Yol TV ya da Su TV gibi yerel Türkçe kanalları da zor duruma sokuyorlar. Yetişmiş eleman sıkıntısı çeken ve mali zorluklara direnen bu yerel kanallar yatırım yapıp kaliteyi artırmayı düşünmek yerine, binbir güçlükle ayakta kalma savaşı veriyorlar.

İnternet ise bir meslek olarak gazeteciliğe uzak duran Almanya kökenli Türk gençleri için adeta bir staj yeri. Yazan gençlerimizin sayısını artıran internet platformu habercilik yapan ve özel ilgilere yoğunlaşanlar için düşük maliyetler karşılığında çok geniş imkanlar sunuyor. Fakat burada da göze çarpan birinci husus kitlelerde cazibe oluşturacak kalem erbabı gazetecilerin eksikliği. Özel haber eksikliği aşılabılır ve sağlam bilgiye sahip derinlikli analizler ortaya konulabilirse bazı internet portalları Türk okurlar için güven veren buluşma noktası olabilir.

Berlin Metropol FM, Türkiyem FM, Jazz Fm, Alpen radio, Sky radyo, radyo Avrupa, Radyo Kassel, Funkhaus Europa gibi Türkçe yayın yapan radyolar şu an en az problemlili medya organları olarak görülüyor. Yerel realiteleri göz önünde bulundurup sahaya çıkan bu radyolar kendi dinleyici kitlelerini oluşturmuş görünüyorlar. Bunlar arasında en başarılı olan Metropol FM ise kuruluş ve gelişim açısından örnek gösterilebilecek konuma geldi. Bugün on ikinci yaşını kutlayan Metropol FM kurulmadan önceki geçmişi ise altı ay boyunca nasıl bir radyo olması gerektiği üzerinde yapılan araştırmalara dayanıyor. Bu araştırmalarda 14-49 yaşları arasında 'Türk-Almanlar'ın hedef alınması gerektiğine karar veriliyor. Ve 1999 yazında Ludwigshafen'de merkezli "Deutsche Medienunion" bünyesinde yayına başlayan Metropol FM'in bugün Berlin, Koblenz, Stuttgart, Mannheim, Mainz, Ludwigshafen, Rüsselsheim ve Wiesbaden'deki dinleyici sayısı 450 bine ulaşmış durumda.

Başlangıçtaki program yapısını okurlardan gelen tepkilere göre yenileyen Metropol FM şimdilerde duygulara seslenen konuları ve komedi programlarını Türkçe hazırlıyor; fakat toplumsal gündemin merkezinde yer alan eğitim yaşamı, vergi sorunları ve hukuki konulardaki programları ile haber kuşaklarını Almanca olarak yayına hazırlıyor. Radyo dinleyicilerinin yaptığı "bu tercih Türkçe'nin sıkıştığı alanı" gösterdiği gibi, "etkin olacağı alanı" da ifade ediyor.

PEKİ, NE YAPILMASI LAZIM?

İnsanlar kültürel tercihlerini çok zor yapmalarına karşılık, kalite veya yayın anlayışını beğenmedikleri zaman çok hızlı uzaklaşmaktadırlar. Türklere, Almanlara sunmaktan gurur duyacakları, okumak ve izlemekten zevk alacakları ve başkalarına da tavsiye edecekleri medya ürünleri sunmak zorundayız. Bu ürünlerin insanımızın günlük hayatına zenginlik katması ve faydaya dönük olması da gerekiyor. Bunu da sadece ve sadece yetişmiş insanlarla yani işini iyi yapan birikimli, kaliteli ve saygın gazetecilerle başarabiliriz. Bu insan unsuru yetişmediği müddetçe teorilerle bir yere varmamız mümkün değildir.

Kaliteli Türkçe yayınlar Türklere özgüven aşıladığı gibi, Alman toplumunun ortak kültürünü de zenginleştirecek ve bize özlediğimiz o saygınlığı getirecektir. İşte bu noktada elini taşın altına sokacak işadamlarına ihtiyaç bulunuyor. Almanya'da medyanın yıllık reklam geliri 19 milyar Euro'yu buluyor. Kaliteli bir yayıncılık anlayışıyla bu pastadan hatırı sayılır bir miktar alınabilir. Başarılı bir Türkçe medya çalışması olan Metropol FM sanılanın aksine bir Alman medya grubuna ait. Normal şartlarda gayet girişken olan Türk işadamları eğer hızlı hareket etmezlerse Almanların el attığı bu pazarı çok yakında ellerinden kaçırabilir. Medya Türk işadamları için kaçılacak değil, yakalanması gereken bir pazar konumundadır.

Almanya'daki insanlarımız artık ilgilerini eski günlerde olduğu gibi Türkiye'ye dönmeye değil, artan bir hızla Almanya'ya yöneliyor. Çoğu insanımız artık düzenini burada kurmaya odaklanırken,

geleceğini de burada görüyor. Buradan hareketle Türkiye ile hiç bir göbek bağı olmayan; yazarları, muhabirleri ve diğer tüm çalışanları Almanyalı Türklerden oluşan ve tamamen onlara hitap eden; onların yaşadığı hayatı sayfalarına taşıyan ve onların ilgisini çekmeyi başaracak Türkçe bir gazetenin Almanya’da başarılı olması oldukça mümkündür. “Makul” ve “mutedil” bir yayın politikasıyla böylesi bir gazete hem birlikte yaşama kültürüne büyük katkılarda bulunabilir hem de patronuna iyi para kazandırabilir. Bu gazetenin iyi bir satış grafiği yakaladıktan sonra Alman firmalarından reklam olarak yüksek kazançlar elde etmesi ise bu sürecin doğal sonucu olacaktır.

SON SÖZ

Son söz olarak ismini yazmayan bir okura ait düşünceleri buraya alıyorum. Bizleri rahatsız edecek olsa da gerçeği olanca çıplaklığı ile ifade eden bu cümleler, hem okurları daha ciddiye almamızın yanı sıra zaman kaybetmeden harekete geçmemiz gerektiğini de ortaya koyuyor:

“Almanya’da üç milyon insana kaç kitapçı, kaç kütüphane hizmet veriyor? İnternet üzerinden ne kadar insan kendileri, çocukları için sipariş veriyorlar, Türkiye’den gelirken ucuz sigara ve viski şişeleri yanında ne kadar kitap getiriliyor? Demek ki ihtiyaç yok, ihtiyaç duyana da Türkçesini geliştirmek için imkan var. Kimse yasaklamıyor, engellemiyor. Bir karton sigara, bir litre içki sınırı var, kitap sınırı yok gümrüklerde.

Gazetelerin tirajları düşüyor. Almanya’da üç milyon insan Türkçe biliyor, belki ancak 60 bin gazete satılıyor veya hediye ediliyor. Türkçe’nin geleceği özel Türk televizyonlardaki dizilere kalıyor. Somut projelerle velilere ulaşılmadıkça ve bu destek velilerden gelmedikçe, evlerde bu hassasiyet olmadıkça ağlamaya ve Almanları suçlamaya devam edilsin, iyi yol alınır böyle.

TÜRKÇEMİZ ELDEN GİDİYOR sloganı medya çalışanlarının ekmek kavgasından kaynaklanan, sivil toplum kuruluşu mensuplarının kurtarıcı olarak meydanlara çıkma imkânı buldukları bir tiyatro oyunu. Devlet yetkililerinin de çevir kazı yanmasın diye geçitlendikleri fakat halkın, ebeveynlerin ilgisiz kaldıkları, kendin çal kendin oyna türünden bitmeyen bir halay.

Evet, Türkçe’ye karşı bir alerji var. Çoğulcu toplumun büyük bir kısmının bu alerjisini tedaviye kalkışmadan önce, kendimizdeki vurdumduymazlık hastalığını tedavi etmemiz lazım. Sadece Berlin’de onlarca çocuğa kitap okutma projeleri yürütülüyor. Bir tane Türkçe kitap okuma, okutma projesi yok. Sorun maddi kaynaklar mı, yoksa ilgisizlik mi? Türkçe ve Türkçe medya ihtiyaç ise sahip çıkılacaktır. Değilse ki halkın, vatandaşın ihtiyacı gibi gözüküyor, tepki yok, talep yok, başka ihtiyaçlara konsantre olalım, timsah gözyaşları dökerek laga luga yapmayalım.”