

Prof. Dr. Kai Hafez
Deutsches Orient-Institut
Hamburg

Türkische Mediennutzung in Deutschland
Hemmnis oder Chance der
gesellschaftlichen Integration?

Eine qualitative Studie im Auftrag des
Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
Hamburg/Berlin 2002

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
1. Problemstellung und theoretische Perspektiven	5
2. Nutzertypen	9
2.1 Der Kulturexil-Nutzer	10
2.2 Der politische Exil-Nutzer	15
2.3 Der Diaspora-Nutzer	17
2.4 Der Bikultur-Nutzer	19
2.5 Der Transkultur-Nutzer	22
2.6 Der Assimilationsnutzer	23
2.7 Mediennutzungstypen im Vergleich: Folgerungen für mediengestützte kulturelle Integrationsstrategien	26
2.8 Assimilation und Bikultur- vs. Exil-Nutzung: der innertürkische Diskurs	29
3. „New Vision“ im türkischen Fernsehen. Die Rezeptionskluff zwischen Anhängern und Kritikern des privaten Fernsehens	30
4. Medienkritik und Mediennutzung: die Vertrauenswürdigkeit deutscher und türkischer Medien	32
5. Ein transkulturelles Leitmedium – eine natürliche Folge wachsender Medienkritik?	35
6. Mediennutzung im Generationenwandel: Entpolitisierung jenseits des „Medien-Exils“?	39
7. Sprache und Mediennutzung: den raschen Einstieg verpasst?	42
8. Mediennutzung von Kurden in Deutschland	43
9. Die EU-Integration aus Sicht von Mediennutzern	45
10. Auslandsbilder: Zwischen Anatolisierung des Türkeibildes und anti-deutschen Kampagnen	47
11. Ausländerbilder: Stereotype und ihre Funktionalisierung	50

Kurzfassung der Projektergebnisse

Anhang A: Verzeichnis der Interviewpartner

Anhang B: Gesprächsleitfaden

Anhang C: Fallstudie „Türkische Hip Hop Musik in Deutschland“ (Jörg Becker)

Vorbemerkung

Der vorliegende Bericht stellt die Ergebnisse der zweiten Sequenz eines Forschungsvorhabens im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung zur Mediennutzung türkischer Einwanderer in Deutschland dar. Die erste Sequenz bestand in einer umfangreichen quantitativ-statistischen Analyse (Multiple-Choice-Verfahren), die von der GöfaK Medienforschung GmbH in Potsdam unter Leitung von Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß und Dr. Joachim Trebbe im Jahr 2001 abgeschlossen worden ist (nachfolgend „GöfaK-Studie“ genannt).¹ Der vorliegende zweite Teil der Untersuchung stützt sich auf 93 Tiefeninterviews, die in türkischen Haushalten, mit Einzelpersonen und Gruppen geführt worden sind. Um Aussagen über das Mediennutzungsverhalten von Einwanderern treffen zu können, ist eine statistische Untersuchung nicht ausreichend, da diese Auskunft über die Verteilung der Leserschaften auf deutsche und türkische Zeitungen gibt oder erste Rückschlüsse über den Zusammenhang von Mediennutzung und Integrationsstatus der Personen ermöglicht. Durch Tiefeninterviews besteht jedoch die Möglichkeit, die Motive, Begründungen und Einstellungen der Mediennutzer zu ergründen. Qualitative Forschung ermöglicht Aufschlüsse über das „Warum“ der Mediennutzung, es verschafft einen biographisch-anthropologischen Zugang, kurz: der Nutzer kommt selbst zu Wort, seine Argumente werden vorgestellt, systematisch verglichen und müssen nicht aus Statistiken interpretiert werden. Gleichzeitig können qualitative Verfahren wegen der aufwendigen Interviewtechniken (beim vorliegenden Projekt dauerten einige der Interviews bis zu 4 Stunden) und der dadurch bedingten kleinen Fallzahlen keine Repräsentativität beanspruchen, wie dies bei der GöfaK-Studie der Fall ist.

Gesellschaftspolitische Diskussionen im Bereich der Einwanderungsdebatte erfordern eine dichte Argumentationsgrundlage und genaue Kenntnis von Erfahrungen, Einstellungen und Stimmungen bei den Betroffenen und sind daher ein unverzichtbares Instrument der Politikberatung, das in Einwanderungsländern wie England und den

¹ Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Projektleitung: Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß, GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam 2001 (zitiert als „GöfaK-Studie“).

USA bereits seit Längerem genutzt wird.² Der Vorteil des dialogischen Verfahrens im Unterschied zur Fragebogenerhebung liegt insbesondere darin, dass das Nutzungsverhalten detailliert und ohne vorweggenommene Antworten zu beobachten ist und dass zudem durch flexible Gesprächsführungen der soziokulturelle Kontext und die politischen Implikationen der Mediennutzung erfragt werden können. Politische Einstellungen und Haltungen zur Integration sind „flüchtiger“ Natur, werden von den Betroffenen in anonymisierten Umfragen oft missverständlich und unklar - wenn überhaupt - dargelegt und bedürfen der direkten Interaktion. Gerade im Umfeld politischer Entscheidungsfindungen ist ein Forschungsdesign zu vermeiden, dass vorschnelle, aufgrund von Umfragedaten erstellte Typisierungen der türkischen Einwanderer vornimmt, ohne mit den Einwanderern selbst ins Gespräch gekommen zu sein.

Im Rahmen des vorliegenden Projekts sind 90 Interviews mit türkischen Einwanderern überwiegend im Raum Hamburg geführt worden (siehe Auflistung im Anhang). Eine regionale Streuung war, anders als bei quantitativen Forschungsdesigns, nicht erforderlich. Die Interviews sind dort, wo die Interviewpartner dies verlangten, von zweisprachigen Interviewern (Deutsch und Türkisch) durchgeführt worden. Bei der Auswahl von Interviewpartnern ist eine möglichst breite soziodemographische Streuung über verschiedene Geschlechter, Altersstufen und Berufsgruppen angestrebt und auch erreicht worden. Ein kleinerer Teil der Interviewpartner stammt zudem von Minderheiten (Kurdern, Aleviten u.a.). Von den Gesprächen wurden ausführliche Protokolle angefertigt.

Die Durchführung der Interviews, die zwischen Juni 2001 und März 2002 erfolgte, basierte auf einem umfangreichen Gesprächsleitfaden (Anhang B), der den Interviewern als Gesprächsgrundlage diente und eine systematisch-vergleichende Auswertung der Interviews ermöglichte. Der Gesprächsleitfaden wurde jedoch flexibel gehandhabt, und die Interviewer, mit denen Schulungen durchgeführt wurden und die sich untereinander austauschen konnten, besaßen die Freiheit, auf unvorhergesehene Gesprächsentwicklungen nach dem Prinzip einzugehen, dass möglichst viele neue Erkenntnisse und Gedankengänge der Mediennutzer dokumentiert werden sollten. Der Gesprächsleitfaden wurde um folgende Schwerpunkte gruppiert:

- allgemeines Mediennutzungsprofil
- Medien und Integration / Identität

² Hamid Naficy, *The Making of Exile Cultures. Iranian Television in Los Angeles*, Minneapolis/London 1993; Marie Gillespie, *Television, Ethnicity and Cultural Change*, London/new York 1995.

- Medien und deutsch-türkische Beziehungen / Türkei-EU-Beziehungen
- Medien und Transkultur („Deutschtürkentum“)
- Medien und Sprache
- Medien und Minderheiten (Kurden u.a.)
- Medien und Generationenverhalten
- Medien und Auslandsbild
- Medien und Ausländerbild

Das Projekt ist der Deutsch-Türkischen Stiftung sowie der Töpfer-Stiftung in Hamburg für ihre Unterstützung zu großem Dank verpflichtet. Ebenso hat Prof. Dr. Jörg Becker mit einem Schwerpunktinterview zur türkischen Jugendmusikkultur einen wichtigen Beitrag geleistet, dessen Ergebnisse den folgenden Bericht ergänzen (Anhang C).

Besonderen Dank gilt den Interviewern Gül Aydin, Berrin Haz, Canan Sevil, Özlem Topcu sowie Neringa Bliudziute, Inka Blumensaat, Mareken Boldt, Dirk Burmester, Nico Cramer, Swantje Hirsch, Felix Hoffmann, Katharina Leonhard, Natalie Lesnic, Jule Lübcke, Sonja Mönkediek, Fausta Simaityte, Ruth Spletter, Sönke Wiese. Ohne ihr besonderes Engagement wäre das Projekt nicht zu realisieren gewesen.

1. – Problemstellung und theoretische Perspektiven

Kernpunkt des gesamten Forschungsprojekts ist die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Mediennutzung und gesellschaftlicher Integration. Behindert die Nutzung türkischer Medien die Integration oder gehen hohe Integration und türkische Mediennutzung Hand in Hand? Die GöfaK-Studie hat aufgezeigt, dass positive soziale und kulturelle Integration bei der türkischen oder türkischstämmigen Bevölkerung die Nutzung türkischer Medien zumindest *nicht ausschließt*, wenn auch auf der anderen Seite nicht erkennbar ist, dass Integration *ohne Nutzung* deutscher Medien erfolgen kann. Bei dem Versuch, Korrelationen zwischen Integrationstypen und Mediennutzern herauszuarbeiten, bestätigt die GöfaK-Studie, dass bessere Integration auch mit verstärkter deutscher Mediennutzung und schlechte Integration mit verstärkter türkischer Mediennutzung zusammenhängt.³ Allerdings erweist sich auch ein starker Trend zu Übergangstypologien: Viele Einwanderer sind in beiden Sphären - Deutschland und der Türkei -

stark verhaftet. Sie sind gut in der deutschen Gesellschaft integriert, interessieren sich aber zugleich für türkische Medien.⁴ Aus Sicht der GöfaK-Studie bedeutet dies, dass „ein hoher Integrationsgrad nicht unbedingt mit einem geschmälernten Interesse für die Politik im Heimatkontext einhergeht“.⁵ Die Ergebnisse der Studie lassen sich dahingehend interpretieren, dass gesellschaftliche Integration auch unter Wahrung einer (zusätzlichen, gleichzeitigen, ergänzenden, bikulturellen) türkischsprachigen Mediennutzung erfolgen kann und diese nicht zwangsläufig desintegrierend wirken muss.

Dieses Ergebnis bedeutet eine Fortschreibung und Differenzierung einer Studie von Prof. Dr. Klaus Merten im Auftrag der Firma KomTech im Jahr 2001 für den Raum Herne, die konzediert, dass die Nutzung türkischer Medien „keinerlei negative Wirkungen auf die Integration und das politische Verhalten ausübt“.⁶ Auch Parallelstudien in den Niederlanden etwa von Staring und Zorlu oder von Millikowski kamen zu dem Schluss, dass die Nutzung türkischen Satellitenfernsehens den Integrationsprozess keinesfalls behindert, sondern dass der Hauptgrund für deren Nutzung das Bedürfnis nach dem Erhalt von Information über Politik und Gesellschaft in der Türkei sei.⁷

Nach diesen Studien bleibt allerdings zu fragen, ob 1.) politische, soziale und kulturelle Integrationsaspekte tatsächlich in gleicher Weise völlig unberührt vom Konsum türkischsprachiger Medien sind, und ob 2.) türkische Mediennutzung nicht doch dort integrationshemmend sein kann, wo sie schon aus zeitökonomischen Gründen *die gleichzeitige Nutzung deutscher Medien völlig ausschließt*.

Die GöfaK-Studie ist nicht pauschal als „Entwarnung“ zu interpretieren, sondern es ist erforderlich, gerade diejenigen Gruppen, die von der Studie als ausschließliche Nutzer türkischer Medien gekennzeichnet wurden, näher und differenzierter zu beschreiben, etwa in folgender Weise: Liest man etwa türkische Zeitungen, weil man nicht interessiert ist an Deutschland, weil man sich als „Einwanderer auf Zeit“ sieht oder weil man gar Vorbehalte gegen die deutschen Verfassungsstaat und das deutsche politische System hegt (Parallelgesellschaftsthese)? Oder sucht man eine dauerhafte oder gar staatsbürgerliche Integration in Deutschland und konzentriert sich dennoch auf den

³ GöfaK-Studie, S. 47.

⁴ Ebenda, S. 49.

⁵ Ebenda.

⁶ Fernsehnutzung der türkischen Bevölkerung in Herne. Forschungsprojekt im Auftrag von KOMTECH, Solingen, März 2001, Projektleitung: Prof. Dr. Klaus Merten, S. 18 (zitiert als „KomTech-Studie“).

⁷ R. Staring / S. Zorlu, *Thuis voor de buis: Turkse migranten en satellit-teevee*, Migrantenstudies, 1996 ; M. Millikowski, *Zapping between Dutch and Turkish : Satellite television and Amsterdam Turkish Migrants*, in: *Migration and Identity*, London: Routledge 1998.

Konsum von Medien aus der Türkei?⁸ Und wenn ja, geht es primär darum, Anschluss an das Geschehen in der Türkei und die kulturelle „Heimat“ zu halten, sich also dauerhaft in der kulturellen Diaspora einzurichten? Und führt es nicht zu einem psychosozialen Spannungszustand, in einem Umfeld zu leben, dessen politisch-ökonomische Grundlagen man bejaht, dessen öffentliche Kommunikation in Medien man aber nicht teilen kann (z.B. aus sprachlichen Gründen) oder will? Zum Zwecke der Beantwortung dieser und anderer Fragen hat sich die hier vorgestellte Studie auf die Suche nach einer differenzierten Typologie von Nutzerpersönlichkeiten gemacht (vgl. Kap. 2).

Eine theoretische Einordnung der *Wirkung von Medien auf den Prozess der gesellschaftlichen Integration* darf keineswegs von der naiven Grundannahme getragen werden, dass Medien zwangsläufig eine prägende Wirkung auf die Denk- und Verhaltensweisen von Verbrauchern ausüben. Eine Reihe intervenierender Variablen können die Medienwirkung verringern (Orientierungsbedarf des Einzelnen; Verhältnis zu sozialen Meinungsführern; primäre Erfahrungen im Bereich der Medienberichterstattung usw.).⁹ Grundsätzlich sind folgende *Wirkungsfelder* zu unterscheiden:

- Medien und staatsbürgerliche Integration (Systemintegration)
- Medien und soziale Integration
- Medien und kulturelle Integration/Identifikation

Medien können in allen genannten Bereichen wirkungsvoll sein, sie müssen es aber nicht zwangsläufig, sondern Zusammenhänge können sich in einzelnen Segmenten sehr unterschiedlich ausprägen. Im Verlauf dieses Berichts über Ergebnisse der Tiefeninterviews wird sich zeigen, dass einige Interviewpartner den Medien nur eine geringe Bedeutung für die Integration zuweisen, da Normen und Einstellungen i.d.R. bereits in der primären und sekundären Sozialisation verfestigt. Aus der Sicht mancher Türken existiert ein „Vertrauensbruch“ zwischen Türken und Deutschen, der an seinen Wurzeln behoben werden muss, da er andernfalls geradezu kommunikationsresistent ist.

Der in der Medienwirkungsforschung seit Jahrzehnten bestehende Disput zwischen Vertretern einer starken Wirkung von Medien auf Mensch und Gesellschaft und den Vertretern einer eher schwachen Wirkung, die den Faktoren der familiären und

⁸ These der „strategischen Ethnisierung“ nach Naficy, S. 197.

⁹ Kai Hafez, Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Band 1: Theoretische Grundlagen, Baden-Baden 2002, S. 118.

schulischen Erziehung sowie sozialen Meinungsführern einen stärkeren Einfluss zuschreiben, kann an dieser Stelle nicht gelöst werden. Für den Gang der Untersuchung ist es jedoch ratsam, weder die Wirkung der Medien in Bezug auf die Integration zu überschätzen noch die Nutzungspotenziale zu unterschätzen, sondern mögliche Wechselwirkungen zwischen Mediennutzung und gesellschaftlicher Integration zu berücksichtigen, die sich etwa wie folgt bemerkbar machen können:

- *Stabilität von Kernwerten (core values)*: Während Ideologien und politische Weltanschauungen hängen in hohem Maß von Medieninformationen ab, und die zahlreichen demoskopisch messbaren Veränderungen in jeder Gesellschaft lassen ein großes Medienwirkungspotenzial (vor allem in der internationalen Politik) erkennen. Zugleich sind viele sog. „Kernwerte“ – also etwa der Anteil von Menschen, die zu Militarismus oder Pazifismus neigen – relativ resistent und von Medien schwerer zu beeinflussen.¹⁰ Man muss also bei der Diskussion des Integrationspotenzials von Medien sehr darauf achten, worüber genau man spricht: über die eher flüchtigen Meinungen zu politischen Fragen oder über Grundhaltungen zu Krieg oder Frieden, Gesetz (*rule of law*) oder Gewalt usw. Die Einschätzung, welche dieser Haltungskomplexe man für integrationsrelevant erachtet, ist bereits eine Vorentscheidung darüber, wie hoch man das Medienwirkungspotenzial einstuft.
- *Agenda-Gestaltung*: Während die Befähigung von Medien, Einstellungen der Konsumenten zu beeinflussen, umstritten bleibt, besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass Medien durch ihre Vorgaben den thematischen Rahmen abstecken, innerhalb dessen Meinungen überhaupt gebildet werden. Weltbilder können sich nur in der Auseinandersetzung mit konkreten Gegenständen entwickeln, und hier üben die Medien vor allem bei politischen Fragen einen Thematisierungseinfluss aus. Um ein Beispiel zu nennen: Entsteht eine Informationslage, in der – wie in der Türkei häufig der Fall – die Kurdenfrage gar nicht auf der Medienagenda steht, dann besteht die Gefahr, dass weder bei Türken in der Türkei und noch bei türkischen Einwanderern in Deutschland ein Prozess der Meinungsbildung in dieser Frage in Gang gesetzt wird.

¹⁰ Ebenda, S. 114.

- *Diskurs-Verhaftung*: Die Thematisierungsfunktion steht in enger Beziehung zu Fragen der gesellschaftlichen Integration. Türkischsprachige oder deutsche Medien aktiv zu nutzen, bedeutet, sich dem jeweiligen Gesellschaftsdiskurs zu öffnen, dessen Themen „mitzudenken“, die öffentliche Meinung eventuell sogar mit zu gestalten. Diese Art von Diskurs-Verhaftung ist als ein Ausweis von „geistiger Integriertheit“ zu betrachten, aber es ist nicht der einzige, möglicherweise nicht einmal der wichtigste Integrationsaspekt. Wie im Fortgang der Untersuchung zu zeigen sein wird, sind beim Mediennutzer häufig zahlreiche Ebenen der Perzeption und Identitätsbildung präsent, deren (scheinbare) Widersprüchlichkeit Ausdruck von Alltagsrealität ist. Die Verhaftung im deutschen (Medien-)Diskurs kann als Zeichen der gelungenen kulturellen Integration betrachtet werden – aber sie kann ebenso mit einem stark ausgeprägten türkischen Nationalgefühl einhergehen. Umgekehrt kann die völlige Verhaftung im türkischen Medienkontext als Zeichen der mangelnden kulturellen Integration betrachtet werden – aber die entsprechenden Mediennutzer können dennoch eine sehr große Distanz zu den türkischen Medien und auch zum politischen System der Türkei an den Tag legen. Diese komplexen Perspektiven herauszuarbeiten, ist das Hauptanliegen der vorliegenden Studie.

2. – Nutzertypen

Die Typologie türkischer Mediennutzer, die in dieser Studie verwandt wird, ist in Anlehnung an die GöfaK-Studie (Integrationstypen A-F) erfolgt. Während in der GöfaK-Studie die Typen jedoch auf der Basis allgemeiner Integrationskriterien (Sprachkenntnisse, Vertrauen in die deutsche Politik usw.) gebildet worden sind, wird hier eine veränderte Matrix verwandt, die nicht der soziologischen Migrationsforschung, sondern der Cultural-Studies-Forschung entlehnt ist. Zentral für die Typenbildung sind die Begriffe des „Exils“, der „Diaspora“ sowie der „Bikultur“, der „Transkultur“ und der „Assimilation“. Die Terminologie erlaubt eine flexible Verortung der Nähe bzw. Ferne in einem Spektrum zwischen zwei subjektiv empfunden politischen und kulturellen Sphären des Diskurses – nämlich der türkischen und der deutschen Sphäre. Indikator für die Verhaftung in diese Sphären ist die jeweilige Nutzung von Medien, ohne dass a priori festgelegt wird, wie die Diskurs-Verhaftungen sich auf die Integrationsperspektiven der Mediennutzer auswirken bzw. in welchem Zusammenhang sie hiermit stehen.

Im folgenden werden sechs Typen türkischer Mediennutzung in Deutschland unterschieden:

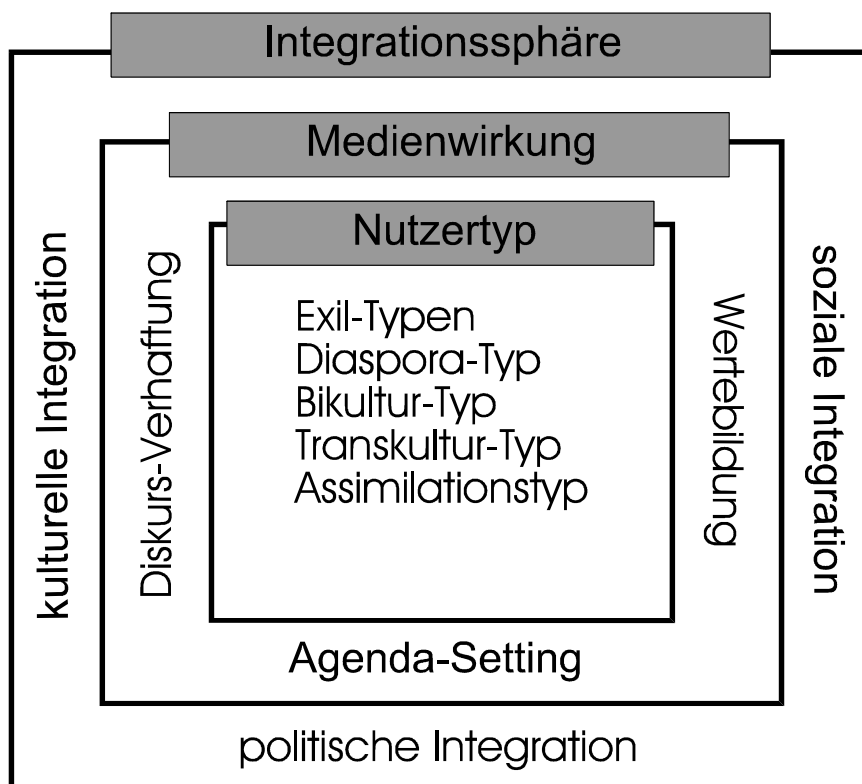
Nutzertyp	genutzte Medien
der Kulturexil-Nutzer	nur türkischsprachige Medien
der politische Exilnutzer	nur türkischsprachige Medien
der Diaspora-Nutzer	nur türkischsprachige Medien
der Bikultur-Nutzer	deutsche und türkischsprachige Medien
der Transkultur-Nutzer	nur deutschtürkische Medien
der Assimilationsnutzer	nur deutsche Medien

Die Erstellung einer Typologie für Mediennutzer ist kein „Raster“ für Menschen, das deren Individualität negiert, ganz im Gegenteil. Die Typologie ist ein heuristisches Mittel, das es erlaubt, die vielfältigen Aussagen der Nutzer zu systematisieren, ohne ihre

komplexen geistigen Perspektiven zu leugnen. Das Bestreben der Untersuchung ist es explizit, zu erforschen, welche Persönlichkeiten, Biographien und Integrationsperspektiven sich hinter der „Nutzungsoberfläche“ verbergen.

Dabei ist es von grundlegender Bedeutung auch den Integrationsbegriff selbst möglichst komplex zu definieren, wie dies in Kapitel 1 anhand der Unterscheidung zwischen politisch-staatsbürgerlicher, sozialer und kultureller Integration geschehen ist. Aus der Kombination einer an Nutzungssphären (türkisch- oder deutschsprachig) orientierten Mediennutzertypologie mit einem differenzierten Konzept der Beziehungen zwischen Medien und Integration entsteht ein Modell, in dem die komplexen Wechselbeziehungen zwischen Medien und Gesellschaftsintegration (s.o. Einfluss auf Kernwerte, Themensetzung, Diskurs-Verhaftung) in jedem Einzelfall bestimmt werden können.

Medien und Integration



2.1. – Der Kulturexil-Nutzer

Der Kulturexil-Nutzer unter den türkischen Einwanderern¹¹ nutzt ganz überwiegend türkischsprachige Medien. Er ist aus wirtschaftlichen Gründen nach Deutschland gekommen und hat sich mit dem deutschen politischen System arrangiert, dem er nahezu durchgehend mehr vertraut als dem türkischen, das er für wenig effizient hält.

Der Kulturexil-Nutzer hängt nach wie vor mit „Herz und Seele“ an der Türkei, fühlt sich ihr kulturell verbunden, auch wenn konkrete Rückkehrabsichten nicht selten an Sachzwängen (Kinder in Deutschland, Rente usw.) scheitern. Der Begriff des „kulturellen Exils“ beschreibt, dass sich die entsprechende Person zumindest kulturell und emotional in einem Zustand befindet, nicht dort zu sein, wo sie eigentlich sein will, sondern gezwungen zu sein, an einem anderen Ort zu leben. Die türkischen Medien stellen ein Element eines täglichen Aufgehobenseins in der „virtuellen Heimat Türkei“ dar. In Deutschland vermisst der Kulturexil-Nutzer oft die menschliche Akzeptanz, an den deutschen Medien fehlen ihm ebenso wie an den meisten Deutschen Sympathie und Interesse für die türkischen Einwanderer, was ein zeitweise dominantes Gefühl des Heimwehs erzeugt, das seinerseits jeden Versuch der Annäherung an die deutsche Bevölkerung im Keim zu ersticken droht. Die KomTech-Studie zu Herne hat gezeigt, dass zwischen dem Gefühl des Alleinseins in Deutschland und dem türkischen Medienkonsum eine positive Korrelation besteht: „Je mehr deutsches Fernsehen gesehen wird, desto schwächer der Wunsch in die Heimat zurückzukehren.“¹²

Der Versuch, des Kulturexil-Nutzers, über die persönlichen Kontakte zur Türkei hinaus (Urlaube usw.) durch die türkischen Medien in einer alltäglichen Berührung mit der türkischen Heimat zu verbleiben, ist nicht immer erfolgreich. Zum Teil kann dieser Medienkonsum sogar Entfremdung fördern, nämlich dort, wo das in den Medien konstruierte Bild der Türkei die zum Teil starken Veränderungen in dem Land anzeigt, die sich von der direkten Erfahrungswelt des Auswanderers (z.B. in dessen Kindheit und Jugend) unterscheidet. Die Türkei durchlebt rapide politische und sozioökonomische Veränderungen, die nach Jahrzehnten der Auswanderung nicht mehr von allen Auswanderern in gleichem Maß nachvollzogen werden können.¹³ Exil-Medienkonsum kann daher Bindungen an das Auswanderungsland nicht nur festigen, sondern er birgt auch

¹¹ U.a. Interviews Nazife, Arslan, Sevim, Muhsine

¹² KomTech-Studie (Herne), S. 17, 19.

ein Entfremdungspotenzial, da er alte Identifikationen durch kognitiv und emotional nicht immer leicht einzuordnende Bilder und Impressionen stören kann (etwa im Sinne Leon Festingers Soziopsychologie der „kognitiven Dissonanz“).¹⁴ Die durch vermittelte Entfremdung von der Heimat ist für die Betroffenen um so schwieriger, als sich ihnen in ihrer subjektiven Wahrnehmung keine Alternative etwa durch bikulturelle Orientierungen und stärkere kulturelle Annäherung an Deutschland bietet.

Inwieweit sich der Konsum türkischer Medien wirklich dazu eignet, im kulturellen und sozialen Exil eine geistige und emotionale Stabilisierung zu schaffen, ist bei den Betroffenen selbst sehr umstritten. Die 41-jährige Arzthelferin Leyla meint: „Der Türke ist ein spontaner Mensch“ (...) Die meisten Türken, die türkisches Fernsehen empfangen können, sind sehr glücklich. Die, die es nicht sehen können, sind sehr traurig.“¹⁵ Leyla argumentiert, dass türkische Medien auch die Möglichkeit bieten können, der Eintönigkeit des Alltags zu entkommen. Gerade dadurch, dass viele Informationen in türkischen Medien für die in Deutschland lebenden türkischen oder türkischstämmigen Einwanderer nicht alltagsrelevant sind, gelingt das „Abschalten“ von den Alltags Sorgen durch Medien oft besonders gut. Medien aus einer Fernwelt als bewußt und geradezu therapeutisch eingesetzte Fluchtmöglichkeit von Belastungen der modernen Gesellschaft mit ihren Verkehrs-, Arbeits- und Zeitproblemen? Hier deutet sich an, dass Türken (wie auch andere Migrantengruppen) über ein Potenzial verfügen, das den meisten in Deutschland aufgewachsenen Menschen nicht gegeben ist, da ihnen sprachliche Kompetenzen und lebensweltliche Erfahrungen in anderen Teilen der Welt fehlen. Man muss also den Kulturexil-Status nicht allein negativ bewerten, denn nicht nur verfügen die betreffenden Nutzer in der Regel über ausgleichende soziale Kontakte zumindest innerhalb der türkischen Community, sondern sie liegen gewissermaßen „im Trend der Globalisierung“, indem sie ihre kulturellen Vorlieben losgelöst vom lokalen und nationalen Raum pflegen.

Gleichwohl wäre es verfehlt, das Kulturexil zu idealisieren. Die mangelnde Verhaftung im deutschen Mediendiskurs begrenzt häufig auch die Fähigkeit, auf gesellschaftliche Entwicklungen in Deutschland – also in der Nahwelt – zu reagieren und zu wirken. Die 30-jährige Aynur, die selbst deutsche und türkische Medien nutzt (Bikultur-Nutzer),

¹³ Vgl. a. ähnliche Beobachtungen in England: Asu Aksoy/Kevin Robins, Thinking across Spaces. Transnational Television from Turkey, in: European Journal of Cultural Studies 3 (2000) 3, S. 343-365.

¹⁴ Leon Festinger, Theorie der kognitiven Dissonanz, Bern u.a. 1978.

¹⁵ Interview Leyla.

aber in einem Umfeld lebt, in dem viele Menschen nur türkische Medien nutzen, sagt über ihren Vater (Zitat aus dem Gesprächsprotokoll):

Die Zunahme türkischer Fernsehsender, die auch in Deutschland empfangen werden können, haben ihren Informationsstand weder verändert noch verbessert. Allerdings meint sie, dass z.B. ihr Vater dadurch, dass er nur türkisches Fernsehen schaut und nur türkische Zeitungen liest, eine eingeschränkte Sichtweise hätte. Er liest „Hürriyet“ von A-Z. Er schaut sich jeden Tag die türkischen Nachrichten an, obwohl es immer das gleiche ist, und schaltet von einem Nachrichtensender zum anderen. (...) Ihm fehlen die deutschen Themen, da er ausschließlich türkisches Fernsehen und türkische Zeitungen konsumiert.¹⁶

Wenn türkische Familien nicht häufig Konglomerate von Exil- und Bikultur-Mediennutzern wären, wie im Fall von Aynur, und wenn nicht in der Regel die jüngeren Einwanderer den älteren über das, was sie aus deutschen Medien gelernt haben, berichten würden, dann wären ganze Familien leicht von gesellschaftlich relevanten Informationen (z.B. über Fragen der Sozialversicherung, des Zuwanderungsgesetzes, aber auch anderer allgemein bedeutsamer Dinge) abgeschirmt. In dem Maß, wie der Exil-Medienkonsum das Wohlbefinden fördern kann, da er Fluchtmöglichkeiten bietet, erzeugt und verfestigt er jedoch auch Grenzerfahrungen bezüglich der deutschen Sprache, Kultur und der wichtigsten öffentlichen Themen. Da für viele Exil-Nutzer Kontakt mit Deutschen allein beruflich auf der Tagesordnung steht, im Geschäft und in der Firma zugleich aber die Kenntnis von Medienthemen als Gesprächsgrundlage fehlt, kann sich geringe mediale Diskurs-Offenheit leicht kommunikationshemmend auf der zwischenmenschlichen Ebene auswirken.

Die Tatsache, dass in derselben Familie Kulturrexil- und Bikultur-Nutzer leben und dass es in der Regel die Älteren (die sog. „1. Einwanderergeneration“) sind, die Kulturrexil-Nutzer sind, während diejenigen, die zumindest einen Teil ihrer Jugend in Deutschland verbracht haben, Bikultur- oder Assimilationsnutzer sind, zeigt, dass häufig die erste Begegnung der Älteren mit „Deutschland“ in einem Stadium, in dem sie selbst bereits vollkommen türkisch sozialisiert waren, „misslungen“ ist. „Misslungen“ bedeutet beispielsweise, dass es ohne einen Sprachkurs oder ein konzentriertes Sprachtraining für eine Person mit einem durchschnittlichen Bildungshintergrund es bis zu fünf Jahren dauern kann, bis er/sie die deutschen Medien hinreichend versteht (vgl. Kap. 7). Unmittelbar nach der Einwanderung ist ein medienbezogenes und intensives Sprachtraining

(und entsprechende Angebote) erforderlich, wenn sich nicht Türkei-zentrierte Mediennutzungsstile verfestigen sollen.

Die Interviews haben gleichwohl gezeigt: Auch die allermeisten derjenigen Nutzer, die auf Grund ihres ausschließlich türkischen Mediengebrauchs als Exil-Nutzer bezeichnet werden müssen und die ihrer eigenen Einschätzung nach in Deutschland weder sozial noch kulturell integriert sind, können als systemintegriert gelten (wenn auch häufig nicht als Staatsbürger, sondern als „Ausländer“, die mit türkischem Pass in Deutschland leben).

Der Kulturexil-Nutzer nutzt türkische Medien, um den Kontakt mit seiner Heimat aufrechtzuerhalten, nicht jedoch, weil er sich mit dem türkischen Staat oder dem türkischen politischen und wirtschaftlichen System identifiziert. Starke Nutzung türkischer Medien schließt Kritik am türkischen Staat keineswegs aus, wie Interviews zeigen. Ein Beispiel: Arslan, 33, Inhaber eine Werbeagentur, nutzt vorrangig türkische Medien und leidet, wie er selbst sagt, die meiste Zeit des Jahres unter „Heimweh“, was ihn aber nicht daran hindert, dem deutschen System mehr zu vertrauen als dem türkischen, weil er es für demokratischer hält.

Das Verhältnis der Kulturexil-Nutzer zur Türkei ist grundlegend ambivalent, denn es beinhaltet einerseits eine starke Bindung an Kultur, Heimat und Nation, andererseits aber eine Distanz zu dem System, dessen wirtschaftliche und politische Unzulänglichkeiten sie nicht zuletzt zur Emigration bewegt haben. Die kulturelle Segregation in Deutschland geht bei diesem Nutzertyp mit geringer Identifikation mit dem türkischen System und einer vergleichsweise starken Affinität zum deutschen politischen System einher, das zwar ebenfalls für seine Ausländerpolitik kritisiert wird, dem Grunde nach aber für vertrauenswürdiger gehalten wird. Bemerkbar macht sich dies im Mediennutzungsverhalten durch einen distanzierten Umgang mit türkischen Nachrichten und politischen Information und durch einen – wenn auch nur sporadischen und sehr begrenzten – Ausbruch aus der türkischsprachigen Medienwelt. Dieser Ausbruch ist dadurch gekennzeichnet, dass manche Kulturexil-Nutzer, obwohl sie sonst nur türkische Medien nutzen, für die „Tagesschau“ (oder die anderen Nachrichtensendungen) zum deutschen Fernsehen wechseln.¹⁷

Dass die mediale Strategie des Kulturexils dennoch nur ein Minimum an Information aus deutschen Medien zu den entsprechenden Verbrauchern durchlässt, ist sicher-

¹⁶ Interview Aynur.

¹⁷ U.a. Interview Arslan.

lich aus der Perspektive politischer Bildungs- und Informationsabsichten zu beklagen. Gleichwohl ist daran zu erinnern, dass auch innerhalb der deutschen Mehrheitsgesellschaft ein nicht unerheblicher Teil deutscher Staatsbürger kaum ein Mindestmaß an politischen und gesellschaftlichen Informationen aufnimmt, so dass die strukturell größere gesellschaftspolitische Gefährdung, die von türkischen Kulturexil-Nutzern ausgeht, erst noch zu beweisen wäre.

Die Interviews bestätigen: Bei nahezu allen Interviewpartnern ist das Vertrauen in das deutsche „System“, also insbesondere in seine Verfassung, seinen Rechtsstaat und in die Bürokratie (weniger in die Parteien), weitaus größer als das Vertrauen in den türkischen Staat.¹⁸ Diese Erkenntnis wird auch durch repräsentative Studien wie die GöfaK-Studie¹⁹ und durch nicht-repräsentative, aber quantitativ-empirische Studien wie die der Konrad-Adenauer-Stiftung²⁰ in jüngster Zeit unterstützt. Dieses Ergebnis ist insofern bemerkenswert, als die Einwanderer bisher häufig für politisch Türkei orientiert gehalten wurden, was auch in die These der türkischen „Parallelgesellschaft“ in Deutschland einfließt. Kritik an den türkischen politischen und wirtschaftlichen Verhältnissen ist aber geradezu die Wurzel der türkischen Migration nach Deutschland; sie ist der Hauptgrund, mit dem man einerseits das Hiersein und andererseits die Schwierigkeit der Rückkehr begründet.

Auch in den Interviews zur vorliegenden Studie ist von den Befragten immer wieder betont worden, dass man dem deutschen System grundsätzlich mehr vertraut als dem türkischen System. Das Vertrauen gegenüber dem System ist auch größer als gegenüber der deutschen Bevölkerung und Kultur, denn diese werden in wachsendem Maß mit Fremdenfeindlichkeit in Verbindung gebracht. Insofern unternimmt der Kulturexil-Nutzer einen geistigen Spagat. Er kann zwar dem türkischen Politik- und Wirtschaftssystem wenig Positives abgewinnen und hegt daher auch oft keine konkreten Rückkehrabsichten. Er versucht aber zugleich der selbst empfundenen Zurückweisung und sozialen „Kälte“ in Deutschland sowie sprachlichen Unzulänglichkeiten, die den Weg in die deutsche Kultur versperren, mit Hilfe von türkischen Medien zu entfliehen. Auf eine einfache Formel gebracht: der Kulturexil-Nutzer ist politisch integriert (in dem

¹⁸ Auf Grund der großen Einmütigkeit nahezu aller Interviewten an diesem Punkt, wird darauf verzichtet, einzelne Quellen anzugeben.

¹⁹ GöfaK-Studie, S. 22-24.

²⁰ Türken in Deutschland: Einstellungen zu Staat und Gesellschaft, Projektleitung: Ulrich von Wilamowitz-Moellendorff, Konrad-Adenauer-Stiftung, Sankt Augustin 2001.

Sinne, dass er dem deutschen System in hohem Maße vertraut), er ist sowohl sozial als auch kulturell desintegriert.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, was Asu Aksoy über die Transformation des türkischen Medienmarktes, insbesondere des Fernsehprogrammangebots, gesagt hat. Show-TV, der heute beliebteste türkische Sender, und andere private Sender haben dafür gesorgt, dass das alte Konzept von TRT, die Türken in Deutschland als „Fünfte Kolonne“ des türkischen Nationalstaates zu betrachten, deutlich an Einfluss beim Publikum verloren hat und der Heimatbegriff des privaten türkischen Fernsehens ein anderer ist als von TRT.²¹ Das geschlossene Konzept einer nationalen türkischen Kultur wird gemäß Aksoy durch eine „distinkt metropolitane Orientierung“ ersetzt, die deutliche Kennzeichen der Globalisierung zeigt.²² Die Öffnung ist noch nicht radikal vollzogen - übrigens auch in den anderen nationalen Rundfunksystemen dieser Welt nicht.²³ Mit der Kommerzialisierung ist jedoch auch eine Diversifizierung einhergegangen, die gerade die Diaspora-Nutzer zu legitimen Teilhabern an der Globalisierung werden lässt, da sie ihre eigene Kultur unabhängig von Raumgrenzen nutzen.

2.2. – Der politische Exil-Nutzer

Ein anderer Typ des Mediennutzers wird hier als „politischer Exil-Nutzer“ bezeichnet. Er nutzt überwiegend türkische Medien in dem Bewusstsein, sich auch nach Jahren in Deutschland noch vollständig mit dem türkischen Staat und Staatsinteresse zu identifizieren, wobei dieser Typ in zwei Untertypen zerfällt; einen staatsloyalen und einen oppositionellen Typus. Im Unterschied zum Kulturexil-Nutzer geht es dem politischen Exilnutzer nicht nur darum, die Bindung zu Kultur, Land und Leuten aufrechtzuerhalten, sondern er fühlt sich nach wie vor als integraler Bestandteil des türkischen Staates, dessen System er zwar politisch für korrekturbedürftig halten mag, den er aber als generell „überlegen“ betrachtet. Er pflegt ein weitgehend negatives Deutschlandbild, das auch, anders als beim Kulturexil-Nutzer, Vertrauen gegenüber dem deutschen System oder zumindest den Institutionen der Exekutive weitgehend ausschließt. Er wendet sich

²¹ Aksoy/Robins, S. 354.

²² Ebenda.

²³ Kai Hafez, Medien - Kommunikation - Kultur: Irrwege und Perspektiven der Globalisierungsdebatte, in: Rainer Tetzlaff (Hrsg.), Weltkulturen unter Globalisierungsdruck. Erfahrungen und Antworten aus den Kontinenten (EINE Welt - Texte der Stiftung Entwicklung und Frieden, Bd. 9), Bonn 2000, S. 93-117.

gegen jeden Versuch der Integration und Assimilation, mit der einzigen Ausnahme, dass er 1.) i.d.R. die deutschen Gesetze befolgt, um 2.) weiterhin hier arbeiten zu können.

Weitergehende Integrationsversuche hält der politische Exilnutzer für illegitim, denn seine Loyalität gegenüber dem türkischen Staat, den er nationalistisch überhöht, ist im Inneren Deutschlands mit einer klaren Dissoziationsstrategie verbunden, die er gegebenenfalls sogar aktiv in türkischen nationalistischen Gruppierungen wie den Grauen Wölfen oder in islamistisch-nationalistischen Gruppen wie Milli Görüs vertritt.²⁴

Sahin, 39, Gebrauchtwagenhändler, ist ein politischer Exilnutzer, der als überwiegend staatsloyal einzustufen ist, auch wenn er der in der Türkei verbotenen radikal-nationalistischen Jugendorganisation der Grauen Wölfe politisch nahe steht.²⁵ Er zeigt keinerlei Interesse an deutschen Medien und kritisiert vehement neuere Entwicklungen in der türkischen Fernsehlandschaft, die vor allem auf Unterhaltungsangebote zielen (vgl. Kap. 3). Die neuen privaten Sender könne man „abhaken“, er bezeichnet sie als „Blender“, die insbesondere für Jugendliche gefährlich seien, da sie ein falsches Bild der Realität zeichnen. Zugleich fühlt er sich von den auflagenstarken türkischen Zeitungen, die von vielen Türken als nationalistisch und politisch einseitig kritisiert werden (vgl. Kap. 4), gut informiert. Sahin E. qualifiziert sich auch deshalb als staatsloyal-politischer Exilnutzer, weil er einer der wenigen ist, die ein kritikloses Verhältnis zum Pressejournalismus alten Typs in der Türkei pflegen.

Man gelangt zu der erstaunlichen Erkenntnis, dass eben dieser Typ des Mediennutzers, der am ehesten geneigt ist, Ethnisierungstendenzen artikuliert zu fordern, von der Explosion der türkischen Fernsehkanäle und der starken Zunahme des Medienkonsums unter den Türken in Deutschland nicht wesentlich berührt sein *muss*, da er stark politisiert ist, der Ausweitung des Unterhaltungsangebotes kulturpessimistisch gegenübersteht und neue Facetten des türkischen politischen Diskurses in diesen Medien eher für schädlich hält. Er ist entweder Anhänger der alten Ideologie des Kemalismus, die durch TRT eine Monopolstellung besaß, oder ein Sympathisant neuer Gegenideologien des Islamismus, die in diesen Medien nicht vertreten sind, da dies der türkische Staat in der post-Erbakan-Ära verhindert. Auch Kemalisten können allerdings durchaus Kritiker der großen Zeitungen sein, die sie für deren politische Kampagnen und Propaganda

²⁴ Vgl. in diesem Zusammenhang: Presseauswertung Milli Gazete vom Dezember 1995 bis zum 9. Juli 1996, Zentrum für Türkeistudien, Essen, Juli 1996.

²⁵ Interview Sahin.

kritisieren.²⁶ Diese Medien alten Typs weisen aber grundsätzlich eine strukturelle Interessenübereinstimmung mit dem politischen Exilnutzer unter den Mediennutzern auf und müssen von allen anderen Typen stärkere Kritik hinnehmen (Kap. 4).

Allerdings gibt es hier eine signifikante Ausnahme: politische Exil-Nutzer kurdischer Herkunft. Für die Kurden gelten ganz allgemein dieselben Typologien wie für den Rest der aus der Türkei nach Deutschland Eingewanderten. Viele von Ihnen befinden sich jedoch in einer Frontstellung gegenüber dem türkischen Staat, die einen (wahrscheinlich kleineren) Teil von ihnen - eben die politischen Exil-Nutzer - zu einer Mediennutzungsstrategie gelangen lässt, die sowohl die Nutzung der deutschen als auch die Nutzung der türkischen Medien behindert oder gar ausschließt. Bezeichnet ist hier eine Begebenheit, die einer der türkischen Interviewpartner erzählte, der für diesen Sachverhalt allerdings nicht namentlich genannt werden möchte. Er ist selbst kein Kurde, konnte aber in einem türkischen Café beobachten, wie kurdische Jugendliche in dem Moment, als ein ranghoher PKK-Funktionär das Lokal betrat, augenblicklich „mit gesenktem Haupt“ aufstanden und das Café verließen, nachdem sie eben noch mit anderen türkischen Gästen eine Übertragung des Fußballvereins Galatasaray Istanbul gesehen hatten. Der Interviewpartner erkundigte sich und ihm wurde mitgeteilt, dass diese Art von Mediennutzung in PKK-Kreisen unerwünscht sei, da durch die Medien ein Gemeinschaftsgefühl von Türken und Kurden gestärkt werden könnte.

2.3. – Der Diaspora-Nutzer

Der Diaspora-Nutzer ist der letzte derjenigen Typen der Mediennutzer, die ganz oder ganz überwiegend auf türkische Medien zurückgreifen. Im Unterschied zu den Exil-Nutzern aber hängt diese Nutzung nicht in irgendeinem beschreibbaren Maß mit dem Gefühl des „being displaced“ zusammen, mit einem Zustand also, in dem sich der Betroffene politisch und/oder kulturell in Deutschland am falschen Ort und in einem Zustand eines verlängerten Provisoriums der mehr oder weniger erzwungenen Distanz von der Türkei wähnt. Der Diaspora-Nutzer hat sich mit seinem dauerhaften nationalen Minderheitenstatus arrangiert. Er/sie verwendet türkischsprachige Medien vor allem, weil Türkisch seine/ihre Muttersprache ist. Er ist in einem fortgeschrittenen Alter des

²⁶ U.a. Interview Erdem (2).

Spracherwerbs nach Deutschland übergesiedelt und arbeitet in einem Beruf und einer Lebenswelt, die ein „perfektes“ Sprachlernen nicht begünstigt. Der Diaspora-Nutzer leidet aber nicht unter Heimweh, er hat zumindest hinsichtlich der sozialen Integration „Wurzeln“ geschlagen und denkt nicht an eine Rückkehr in die Türkei.

Sevinc ist eine 54-jährige Arbeiterin, die seit 30 Jahren in Deutschland lebt, regelmäßig ein bis zwei Mal im Jahr ihre Familie besucht, aber meint, schon zu lange in Deutschland zu sein und hier ihre Kinder großgezogen zu haben, um zurückzukehren.²⁷ Ehen mit Deutschen kann sie sich vorstellen, sie hat selbst deutsche Freunde und Deutschland bezeichnet sie „irgendwie“ als ihre Heimat. Nichtsdestotrotz nutzt sie überwiegend türkische Medien, TRT ebenso wie die neuen privaten Programme (an denen sie bestimmte Informationsformate ebenso schätzt wie Unterhaltung). Ihr Bewusstsein dafür, nach wie vor „Türkin“ zu sein, ist noch immer präsent, was deutlich wird, als sie gefragt wird, ob sie sich als Türkin, Deutsche oder Deutschtürkin bezeichnen würde, woraufhin sie antwortet, man sei entweder Türkin oder Deutsche.

Turgay, 32, Busfahrer, ist mit 20, also recht spät, nach Deutschland gekommen und sozial gut integriert (deutsche Bekannte, keine Rückkehrperspektiven). Die sprachlichen Probleme jedoch bleiben, eben weil er spät kam und man diese Defizite im Alter von 20 nur durch gezieltes Training und oft auch durch einen entsprechenden beruflichen Hintergrund ausgleichen kann.²⁸ Als Arzt oder Rechtsanwalt wäre Turgay heute wahrscheinlich ein Bikultur- oder sogar Assimilationsnutzer. Die sprachlichen Probleme sind der Hauptgrund für den ganz überwiegenden türkischen Medienkonsum. Der Diaspora-Nutzer strebt weniger danach, kulturelle und diskursive Bindungen zur Heimat oder zur türkischen Community in Deutschland aufrecht zu erhalten, sondern er nutzt türkische Medien vor allem, weil der deutsche Spracherwerb nicht schnell und vollständig genug erfolgt ist (vgl. Kap. 7).

Der Diaspora-Nutzer, der sich dauerhaft in Deutschland eingerichtet hat, besitzt nicht nur größeres Vertrauen in das deutsche als in das türkische politische System. Er ist auch, im Unterschied zum politischen und Kulturexil-Nutzer weitaus besser sozial integriert. Eine Definitionsformel auch hier: Der Diaspora-Nutzer ist politisch und sozial integriert, während er in kultureller Hinsicht weitgehend desintegriert und überwiegend im türkischen Diskurs verhaftet bleibt. Gelingt einem Einwanderer also die soziale Integration – was wenig mit Mediennutzung und viel mit seinem sozialen Leben zu tun

²⁷ Interview Sevinc.

²⁸ Interview Turgay.

hat – so ist auch der ausschließliche türkische Medienkonsum neu zu bewerten, denn er erfolgt auf einer Basis relativ stabiler rechtsstaatlicher und sozialer Integration. Kulturelle Integration und Öffnung für den deutschen Mediendiskurs werden mehr noch als beim Exil-Nutzer zu einer „Kann“- , immer weniger zu einer „Muss“-Bedingung einer gelungenen Integration.

Wie stabil eine solche Situation sein kann, zeigt das Beispiel des Diaspora-Nutzers Memduh, 46, Schneider, seit 21 Jahren in Deutschland.²⁹ Auch bei ihm war die türkische Sprachentwicklung im Moment der Einwanderung bereits ausgereift, seine deutsche Sprachkompetenz ist vergleichsweise unvollendet geblieben. Deshalb nutzt er ganz überwiegend türkische Medien, er ist dabei aber sozial integriert auch außerhalb der türkischen Community. Er hat deutsche Freunde, hegt keine Rückkehrwünsche und vertraut der deutschen Bevölkerung, und zwar obwohl seine Kopftuch tragende Tochter wiederholt diskriminierende Erfahrungen gemacht hat, u.a. bei Vorstellungsgesprächen. Memduh interpretiert dies jedoch als eine „normale“ Reaktion auf Ungewohntes, an das sich die deutsche Bevölkerung erst gewöhnen müsse und zieht daraus nicht den Schluss, sich in ein innerdeutsches kulturell-soziales „Exil“ flüchten zu müssen.

Dass diese Art tiefgreifender persönlicher Erfahrungen und Einstellungen, die an Kernwerten wie „Toleranz“ und „Vertrauen“ rühren, wenig mit dem Gebrauch deutscher oder türkischer Medien zu tun haben müssen, zeigt das Beispiel der Bikultur-Nutzerin Emine, 26, Hausfrau und Abiturientin.³⁰ Sie ist bereits als Kind nach Deutschland gekommen, vertraut ebenfalls dem deutschen politischen und wirtschaftlichen System mehr als dem türkischen, ist nach allen Seiten offen und kritisch eingestellt, aber: sie hat aus den diskriminierenden Erfahrungen, die sie selbst als Trägerin eines Kopftuches gemacht hat, andere soziale Folgeschlüsse gezogen, als Memduh, namentlich, dass sie beklagt, wie schwer es sei, mit Deutschen Freundschaft zu schließen. Emine bringt ein starkes soziales Unbehagen zum Ausdruck. Hier zeigt sich erstmals am konkreten Beispiel, was oben theoretisch vorgedacht worden ist: Allseitig ausgerichteter, auch den deutschen Medien gegenüber geöffneter Medienkonsum ist nicht zwangsläufig ein Ausweis einer gelungenen sozialen Integration. Kulturelle Offenheit und Diskurs-Verhaftung ändern häufig weder die eigenen Kernwerte noch ersetzen sie ein integrationsförderliches Gesellschaftsklima.

²⁹ Interview Memduh.

³⁰ Interview Emine.

2.4. – Der Bikultur-Nutzer

Der Bikultur-Nutzer³¹ unter den türkischen Mediennutzern in Deutschland verwendet deutsche *und* türkische Medien. Er/sie empfindet Zweisprachigkeit und geistige Verhaftung in zwei Ländern und Sphären als Identitätsgewinn, wobei nicht auszuschließen ist, dass gerade durch die bikulturelle Mediennutzung auch Nährstoff für Identitätskonflikte entstehen kann. Bikulturelle Nutzer, die in der GöfaK-Studie ebenfalls eine bedeutsam Rolle spielen, nehmen nicht selten eine Art kultureller Funktionsteilung vor, wobei sie die deutschen Medien für rationale Prozesse der Nachrichtenaufnahme bevorzugen. Die türkischen Medien hingegen werden aus emotionalen Gründen konsumiert, zur Aufrechterhaltung eines lebensweltlichen Kontakts mit der Türkei oder schlichtweg, weil die „Unterhaltung gut ist“. So nutzen auch Einwanderer die türkischen Medien, die angeben, sich durch türkische Medien *nicht* besser informiert zu fühlen.³² Diese Trennung ist nicht durchgehend aufrechtzuerhalten, da die entsprechenden Nutzer häufig *auch* politische und gesellschaftliche Informationen aus den türkischen Medien beziehen.

Dennoch ist in den Interviews sehr deutlich geworden, dass bei Bikultur-Nutzern eine besonders ausgeprägte Fähigkeit und Neigung zur Medienkritik an türkischen wie an deutschen Medien zu erkennen ist (vgl. Kap. 4). Bikulturelle Nutzung erweist sich als eine Strategie zur Steigerung der Medienkompetenz, die insbesondere aus der seltenen Position resultiert, verschiedene Mediendiskurse – häufig zu identischen Themen – miteinander vergleichen zu können, was ein Referenzsystem zur fundierten Kritik schafft. Ein Beispiel für die differenzierte Medienkultur, die sich bei Bikultur-Nutzern entwickeln kann, bietet Aynur, 30, arbeitslos (Zitat aus dem Gesprächsprotokoll):

[Aynur sagt,] die Frage zu beantworten, welche deutschen Medien ihrer persönlichen politischen und gesellschaftlichen Einstellung am nächsten kämen, sei sehr schwierig. Sie benutze die Informationen, um sich ein Bild zu machen. Ob sie allerdings mit den Informationen oder der Art wie es dargestellt sei, einverstanden sei, sei eine völlig andere Frage. Aufgrund des Lokalteils käme ihr das Hamburger Abendblatt entgegen. Bei den überregionalen Zeitungen ziehe sie die Süddeutsche Zeitung vor. Sie lese auch sehr viel den „Spiegel“, um sich die Hintergrundinformationen zu beschaffen, wobei sie sehr viel zu bemängeln habe. Aber „Der

³¹ U.a. Interviews Sahbattin, Mülayim, Behcet, Hülya, Filiz, Nurcan (2), Eray, Rukiye, Yavus, Danyal

³² Interview Cengiz.

Spiegel“ hätte zumindest die Hintergrundinformationen. Es missfielen ihr z.B. teilweise die Verallgemeinerungen bei Ausländerthemen, wobei natürlich teilweise auch Belege vorhanden gewesen wären. Sie hole sich zwar beim „Spiegel“ die Informationen, aber nehme die Art der Aufbereitung nicht völlig unkritisch hin. (...)

Grundsätzlich müsse sie sagen, dass sie sich ihre Informationen aus allen möglichen Richtungen hole, ob diese mit ihrer persönlichen, politischen und gesellschaftlichen Einstellung übereinkämen, sei dabei erst einmal zweitrangig. (...)

Generell nutze sie sowieso eher deutsche Medien. Türkische Medien nutze sie „zum Abschalten“ und um sich „kaputt zu lachen“. Es gebe Magazine, die sich mit solchen nebensächlichen Dingen wie dem Leben von Stars, Models oder Fußballern beschäftigen würden und die Aufbereitung dieser Sendungen wäre einfach unfreiwillig komisch. So würden sie auch die anderthalb Stunden dauernden banalen Nachrichten amüsieren. Es gebe natürlich auch hochwertige türkische Zeitungen und Zeitschriften wie „Nokta“ (Punkt). (...) Auch bei den Zeitungen gebe es bestimmt qualitativ gute, aber die anspruchsvolleren Zeitungen wären vom Vokabular her zu anstrengend zu lesen. Zeitungen wie „Hürriyet“ und „Sabah“ sowie das Privatfernsehen wären nur dazu da, das Volk zu verdummen. Als sie in der Türkei aufgewachsen sei, sei es so gewesen, dass es nur die staatlichen Fernsehanstalten gegeben hätte. Der Staat hätte natürlich vorgegeben, worüber und in welcher Art und Weise berichtet worden sei. Manche Dinge seien einfach totgeschwiegen worden. „Cumhuriyet“ sei besser. (...)

Für sie seien die Unterhaltungssendungen so unterhaltsam, weil sie so banal seien und sie dadurch so gut abgelenkt werden würde. Sie liebe türkische Musik, weswegen sie auch Berichte über die einzelnen Stars mit Hintergrundinformationen als sehr unterhaltsam empfände. So wäre sie am liebsten live dabei, wenn sie ein Konzert von Tarkan im Fernsehen sehe. Um im Kontakt zu ihrer Heimat zu bleiben, lese sie türkische Bücher, die sie sich aus der Zentralbibliothek ausleihe oder extra aus der Türkei mitbrächte. Für sie sei die jetzige Türkei eine ganz andere Welt, als sie sie als Kind kennengelernt hätte.

Gerade der Bikultur-Nutzer kritisiert häufig die Staatsorientierung der „klassischen“ Presse- und Rundfunkmedien der Türkei.³³ Manche Bikultur-Nutzer haben beim Vergleich deutscher und türkischer Medien erkannt, dass insbesondere viele türkische Medien klassischen Typs zu gelegentlichen nationalistischen Kampagnen neigen (vgl. Kap. 10) oder ein nationalistischer Grundton zum Ausdruck kommt.³⁴ Eine analoge Kritik an deutschen und türkischen Medien wird dort geübt, wo den deutschen Medien ein verzerrtes Türkei-Bild vorgeworfen wird (vgl. Kap. 10), während man sich beklagt, dass türkische Medien zu wenig über Deutschland berichten.³⁵

³³ U.a. Interviews Sahbattin, Eray.

³⁴ Interview Fatma.

³⁵ U.a. Interviews Rukiye, Yavus.

Wenn es überhaupt eine verallgemeinerbare Tendenz der Bikultur-Nutzer im Rahmen des Interviewprojekts gibt, dann die, dass die deutschen Medien als im Vergleich seriöser und informativer eingestuft werden.³⁶ Der umgekehrte Fall, dass die türkischen Medien für qualitativ besser gehalten werden als die deutschen, ist im Rahmen des Interviewprojekts lediglich mit Bezug auf den Unterhaltungsbereich (vgl. Kap. 3), nicht aber mit Bezug auf den Nachrichten- und Informationsbereich aufgetreten.

Der Bikultur-Nutzer unterscheidet sich von Exil- und Diaspora-Nutzern eindeutig durch seine Kompetenz im Umgang mit deutschen Medien, durch seine beiderseitige Verhaftung in türkischen und deutschen Öffentlichkeitssphären und damit durch eine bikulturelle Integriertheit. Der Bikultur-Nutzer zeigt eine kulturelle Dialogbereitschaft, thematische Offenheit und den Willen, sich überhaupt mit der deutschen Gesellschaft auseinander zu setzen. Es ist diese kulturelle Offenheit, die das eigentliche Signum der Bikultur-Nutzung darstellt. Es ist aber nicht notwendigerweise der Fall, dass der Bikultur-Nutzer auch auf den anderen Ebenen der Integration – neben der kulturellen Integration unterscheiden wir die politische und die soziale Integration – integrierter ist als der Exil- oder der Diaspora-Nutzer.

Nurcan (1), 32, Bürokauffrau, bringt es auf den Punkt. Gefragt, ob sie meint, dass mehr deutscher Medienkonsum bei den türkischen Einwanderern einen positiven Einstellungswandel gegenüber Deutschland und dem Leben hier bewirken würde, antwortet sie, dass dann im Grunde schon eine andere Einstellung *bei der Nutzung* vorhanden sein müsse.³⁷ Umgekehrt wäre es dann durchaus möglich, dass Einwanderer zwar deutsche Medien nutzen und dennoch in anderen Bereichen als wenig integriert erscheinen müssen.

Eine Integrationsgrenze bei kulturell anderweitig hochintegrierten Bikultur-Nutzern zeigt sich beispielsweise bei Gönül, 22. Zahnarthelferin. Sie ist in Deutschland aufgewachsen, fühlt sich hier wohl, ist aber mit einem Türken verheiratet und kann sich Ehen mit Deutschen nicht vorstellen: „Nichts gegen die Deutschen,“ sagt sie, „aber deutsche Männer interessieren mich überhaupt nicht.“³⁸ Auch Muzaffer, 46, Automechaniker, empfindet Freundschaften mit Deutschen als normal, nicht aber Ehen, die aus seiner Sicht aus Mentalitäts-, kulturellen oder religiösen Gründen scheitern würden.³⁹ Diese Beispiele zeigen, dass kulturelle oder religiöse Einstellungspräferenzen keine Frage

³⁶ U.a. Interviews Sevda, Nurcan (2), Filiz, Hülya.

³⁷ Interview Nurcan (1).

³⁸ Interview Gönül.

des „Medienmixes“ sind. Solche Einstellung sind auch vielfach innerhalb einer Familie sehr unterschiedlich ausgeprägt. Manche Familienmitglieder halten bikulturelle Ehen für schwierig, andere für normal.⁴⁰ D.h. die gleichzeitige kulturelle Offenheit für den türkischen und den deutschen Mediendiskurs bedeutet nicht, dass grenzenlose kulturelle Offenheit am Anfang oder am Ende eines solchen Verhaltens stehen muss, auch wenn man im allgemeinen konzedieren kann, dass Bikulturalismus, der sich unter anderem im Mediennutzungsverhalten ausdrückt, kulturelle Offenheit und Kritikfähigkeit nach allen Seiten fördert. Dies kommt auch darin zum Ausdruck, dass sich einige der Bikultur-Nutzer in den geführten Interviews keiner eindeutigen nationalen Identität mehr zuordnen wollten, sondern sowohl die Türkei als auch Deutschland als ihre „Heimat“ bezeichneten.⁴¹ Bikulturelle Mediennutzung darf hier durchaus als Symptom und Ausdruck eines beginnenden Binationalismus betrachtet werden, der bei diesen Personen erkennbar ist.

2.5. – Der Transkultur-Nutzer

Der Transkultur-Nutzer ist bislang eine theoretische Größe geblieben, die sich in den Interviews in keinem Fall einer einzelnen Person als primäre Mediennutzungsstrategie zuordnen ließ. Per Definition ist der Transkultur-Nutzer derjenige Mediennutzer, dem die Bikultur-Nutzung zwar grundsätzlich behagt, da er sowohl deutsche als auch türkische mediale Einflüsse wünscht, der aber aus einer Reihe von Gründen nicht willens ist, türkische *und* deutsche Medien zu nutzen. Entweder erlaubt dies seine Zeitökonomie nicht. Oder für ihn bedeutsame Perspektiven *des türkischen Lebens in Deutschland* sind weder in den herkömmlichen türkischsprachigen noch in deutschen Medien repräsentiert. Er sucht daher nach Synthesen in neuen deutsch-türkischen Medienformen (z.B. Zeitschrift *Etap*, *Radyo Metropol FM* in Berlin o.Ä.). Da entsprechende Angebote (zumindest außerhalb Berlins) bisher nur vereinzelt existieren, sind transkulturelle Nutzungsformen eine Facette und spezifische Variante der Bikultur-Nutzung, die komplementär aber nicht dominant zum Tragen kommt. Anders ausgedrückt: Viele Konsu-

³⁹ Interview Muzaffer.

⁴⁰ Interview Nazife, Sabri.

⁴¹ U.a. Interviews Mehmet (2), Erdem (2), Cengiz, Pinar.

menten nutzen transkulturelle Medienangebote, aber kaum jemand nutzt sie ausschließlich, d.h. unter Verzicht auf die regulären türkischen oder deutschen Medien.

Dennoch spielt dieses Mediennutzungsmotiv schon heute eine bedeutsame Rolle, und zwar 1.) bei Planung sowie Aus- und Umbau des türkischsprachigen Medienangebots in Deutschland (vgl. Kap. 5) bei ganz spezifischen Nutzergruppen, etwa bei den Produzenten und Konsumenten in der deutsch-türkischen HipHop-Szene, für die diese Form des Transkulturalismus häufig eine tagesfüllende Medienstrategie darstellt (vgl. Anhang C).

2.6. – Der Assimilationsnutzer

Eine häufiger Typus der Mediennutzung bei türkischen Einwanderern ist der Assimilationsnutzer. Er nutzt im Grunde keine türkischen Medien mehr, auch wenn er noch über flüssige Konversationskenntnisse in der türkischen Sprache verfügt. Seine Nutzungspräferenzen erstrecken sich jedoch ganz auf die deutsche Medienwelt, wobei abhängig von sozialer Schicht, Bildungsgrad oder Peer-Group-Einflüssen eine große Variationsbreite in der Art der verwendeten deutschen Medien erkennbar wird, wenngleich im statistischen Durchschnitt gerade im Fernsehbereich ein deutlicher Überhang bei privaten Unterhaltungsmedien erkennbar wird.⁴² Wenn sich diese Nutzer überhaupt eine Meinung zu türkischen Medien gebildet haben, dann halten sie deren Qualität in der Regel für gering, so dass aus ihrer Sicht wenig Grund besteht, türkische Medien zu nutzen⁴³: ein Urteil, das jedoch per Definition nur auf einer eher sporadischen Nutzung oder auf Vorurteilen basieren kann, denn anders als der Bikultur-Nutzer verfügt der Assimilationsnutzer über keine breite Vergleichsbasis zur Medienkritik.

Olçay, 25, Hebamme und in Deutschland geboren, würde wohl von vielen als Idealtyp der vollendeten Integration angesehen werden: sie nutzt nur noch deutsche Medien, mit türkischem Humor, den sie gelegentlich zufällig im türkischen Fernsehen rezipiert hat, kann sie nichts mehr anfangen, und ein Leben in der Türkei kann sie sich gar nicht vorstellen, da sie dieses Land nur von Besuchen kennt und sich in Deutschland wohlfühlt.⁴⁴ Der Assimilationsnutzer ist also tatsächlich das Gegenstück zum Exilnutzer: Das Gefühl der Fremdheit stellt sich beim ihm/ihr eher in der Berührung mit der

⁴² GöfaK-Studie, S. 114.

⁴³ U.a. Interview Tuncer.

⁴⁴ Interview Olçay.

türkischen Kultur - repräsentiert durch türkische Medien - ein, während dies beim Exil-Nutzer in der Berührung mit der deutschen Kultur und den deutschen Medien der Fall ist. Anders als die Bikultur-Nutzer haben sich die Assimilationsnutzer auch wenig Neugier an der türkischen Kultur erhalten, sie verfolgen das gesellschaftliche Geschehen in der Türkei primär über den Umweg der deutschen Medien. Es ist nicht zuletzt eine Folge der mangelnden türkischen Medienkompetenz, dass ihre Sprachkompetenz des Assimilationstyps vielfach auf Konversationsniveau verbleibt, während viele Vokabeln des türkischen politischen und kulturellen Diskurses ihm unbekannt sind (vgl. Kap. 7).

Grundsätzlich ist die Annahme zu diskutieren, ob in der Folge der Einwanderungsgenerationen aus Exil-, Diaspora-, Bikultur- und Transkultur-Nutzern nicht geradezu zwangsläufig Assimilationsnutzer werden, da immer weniger türkische Sprachkompetenz und Bindung an die Türkei vorhanden sind. Hier sind jedoch zwei elementare Sachverhalte zu unterscheiden:

1. zutreffend ist, dass jüngere und weitgehend in Deutschland sozialisierte türkische Einwanderer im Durchschnitt mehr deutsche als türkische Medien nutzen – das hat die GöfaK-Studie deutlich gezeigt;
2. nicht zutreffend ist, dass aus diesem assimilierten Nutzungsverhalten *zwangsläufig* Rückschlüsse auf eine gesamtgesellschaftliche Integriertheit der Betroffenen gezogen werden können. Auch wenn im statistischen Durchschnitt besser integrierte Jugendliche eher zu deutschem Medienkonsum (statt zu türkischem) neigen, heißt dies nicht, dass deswegen jeder Assimilationsnutzer auch sozial und politisch integriert sein muss.

Die Ansicht, der Assimilationsnutzer sei aus integrationspolitischer Sicht ein Idealfall, da durch die rein deutsche Mediennutzung die politische, soziale wie auch die kulturelle Integration gefördert werde und eine durch türkische Medien verstärkte Ethnisierung oder zumindest informationelle Abschottung entfiele, bleibt zu erörtern. Auch Assimilationsnutzer können die Türkei, ungeachtet der Tatsache, dass sie in Deutschland aufgewachsen sind, als ihre Heimat betrachten. Dies zeigt, dass die primäre Sozialisation der Familie häufig engere Identitätsbande knüpft als die mediale Sozialisation, was auch bei assimilierten Nutzern im gesellschaftlichen Konfliktfall zur Solidarisierung mit einer Einwanderungsminderheit führen kann, und zwar auch dann, wenn die türkische Community im Normalfall nicht den Hauptbezugspunkt dieser Menschen darstellt. Eine

Untersuchung der FU Berlin bei türkischen Jugendlichen hat gezeigt, dass „emotionale Segregation und soziale Integration“ von vielen Jugendlichen türkischer Abstammung nicht als Widerspruch betrachtet werden.⁴⁵

Ahmet (2), 25, Schauspieler, ist hier aufgewachsen, nutzt fast nur deutsche Medien, kann sich aber eine Ehe mit einer Deutschen nicht vorstellen, weil dies aus kulturellen und religiösen Gründen nicht vorstellbar sei.⁴⁶ Auch Gökhan, 29, arbeitslos, in Deutschland aufgewachsen, nutzt fast nur deutsche Medien, empfindet Deutschland als „seine Heimat“, aber bei einer Ehe mit einer Nicht-Türkin meint er, müsse er einen Teil von sich „aufgeben“.⁴⁷ Dies wäre insofern unproblematisch als solche Auffassungsunterschiede in allen Gesellschaften bestehen – es sei daran erinnert, dass Katholiken sich zum Teil auch heute noch außerkatholischen Heiraten widersetzen. Problematisch erscheint allerdings, dass viele Interviewpartner sich ungeachtet ihrer weitgehenden Assimilation nicht vollständig anerkannt fühlen in Deutschland,⁴⁸ so dass das ethnisch-religiöse Grenzdenken möglicherweise *auch* eine Reaktion auf Diskriminierung darstellt. Marie Gillespie schreibt in ihrer Mediennutzungsuntersuchung über die indische Jugend in London:

*Junge Menschen in Southall behaupten oft, dass sie im Unterschied zu ihren Eltern, die ihre Kultur lediglich ‚bewahren‘ wollen, offen für Wandel sind. Aber angesichts von Ereignissen, die eine Herausforderung ihrer spezifischen Identität darstellen (...) geraten sie selbst oft in die Falle eines binären Denkens.*⁴⁹

Ein den deutschen Gepflogenheiten in Deutschland angepasstes Mediennutzungsverhalten ist also kein Garant für eine transkulturelle und liberalisierte Weltanschauung, da herkunftsbedingte Kernwerte erhalten bleiben können. Die Formel „je mehr deutsches Fernsehen, um so positiver auch das Verhältnis zu Deutschland“, ist zu pauschal. Für diese Art des Vorbehaltsdenkens von Assimilationsnutzern scheint es besonders wichtig, nicht gesonderte transkulturelle Angebote zu schaffen (vgl. Kap. 5), sondern innerhalb der deutschen Medien durch türkischstämmige Schauspieler, Moderatoren u.a. ein Medienumfeld zu schaffen (vgl. Kap. 2.7 und 11). Nicht Quoten- und Spartenprogramme sind gefragt, sondern eine gesteigerte Präsenz von türkischen Einwanderern in

⁴⁵ Hans Merklens, Zwischen Integration und Segregation, Die Welt, 31. Mai 2001.

⁴⁶ Interview Ahmet (2).

⁴⁷ Interview Gökhan.

⁴⁸ U.a. Interviews Ahmet (2), Sedat, Huriye.

⁴⁹ Gillespie, S. 206.

Schlüsselpositionen der Medien, die glaubhafter Ausdruck dafür ist, dass gesellschaftliche Institutionen (hier: die Medien) und dass die Gesellschaft an sich die Einwanderer voll zu integrieren bereit sind.

2.7. – Mediennutzungstypen im Vergleich: Folgerungen für mediengestützte kulturelle Integrationsstrategien

Im Laufe des Interviewprojekts hat sich gezeigt, dass die Art der Mediennutzung Rückschlüsse auf den Grad der Offenheit für den deutschen und/oder türkischen Öffentlichkeitsdiskurs und damit auch für die jeweilige Kultur – einschließlich der politischen Kultur – zulässt. Die Mediennutzung scheint ein Indikator der kulturellen und sprachlichen Integration zu sein – nicht aber der sozialen und politischen Integration. Das politische Vertrauen in Deutschland ist bei Exil-Nutzern häufig genauso hoch, wenn nicht zeitweise höher als bei den oft jüngeren und hier aufgewachsenen Assimilationsnutzern. Soziale und berufliche Integration kann bei Diaspora-Nutzern ebenso erfolgreich verlaufen sein wie bei Bikultur- und Assimilationsnutzern, sogar erfolgreicher. Natürlich ist kulturelle Integriertheit häufig ein wichtiger Indikator für das subjektive Wohlbefinden in Deutschland, kulturelle Nicht-Integriertheit hingegen erzeugt das Gefühl der Fremdheit in dem Land, in dem man lebt.

Es gibt aber eine Reihe von Kernwerten und grundsätzlichen gesellschaftlichen Einstellungen und weltanschaulichen Perspektiven, die von dieser Form der durch Mediennutzung artikulierten kulturellen Integriertheit unabhängig scheinen. Die Nutzung deutscher Medien in Form der Bikultur- oder der Assimilationsnutzung steigert die gesellschaftliche Orientierungsfähigkeit und könnte möglicherweise anti-deutsche Einstellungen lösen. Aber dieser Wirkungszusammenhang bleibt hypothetisch. Eine derartige Öffnung gegenüber den deutschen Medien erfolgt in der Regel bereits auf der Basis einer fortgeschrittenen sprachlichen, schulischen und sonstigen gesellschaftlichen Integration oder geht mit dieser Hand in Hand. Die These ist berechtigt, dass Integration weitaus eher die *Voraussetzung für* als die *Folge von* deutscher Mediennutzung ist.

Diese Erkenntnis bedeutet, dass in der Integrationspolitik ein Medienansatz erforderlich ist, der nicht nur auf die oberflächliche Frage zielt, „Wie viel deutsche und wie

viel türkische Medien werden genutzt?“ und „Wie kann man den deutschen Medienkonsum steigern?“ Vielmehr muss erkannt werden, dass nicht jede Form des türkischsprachigen Medienkonsums eine Integrationsblockade darstellt. Und dort, wo dies tatsächlich der Fall ist, muss die Frage beantwortet werden: „Wie kann man gezielt auf die verschiedenen Mediennutzertypen eingehen, um über den Umweg einer besseren medialen und kulturellen Integration die bei vielen Nutzern in allen Typenkategorien bestehenden politischen und sozialen Integrationsvorbehalte abzubauen?“

Für die einzelnen Nutzertypen gilt u.a. Folgendes:

- Der *Exil-Nutzer*, der ganz überwiegend türkische Medien nutzt, tut dies mit sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen und politischen Einstellungen. Der bei weitem größte Teil der in diesem Interviewprojekt Befragten, ist *nicht* als „politischer Exil-Nutzer“ in dem Sinne zu verstehen, dass die türkische Mediennutzung mit einem türkisch-nationalistischen Standpunkt einherginge, der den türkischen Staat überhöht und für ethnisch-nationale Abgrenzung plädiert. Diese Linie mag der traditionellen politischen Ausrichtung vieler türkischer Medien entsprechen, die Türken in Deutschland als „5. Kolonne“ des türkischen Staates im Grunde vor der Integration abzuhalten. Sie wird aber vielfach von dem relativ großen Vertrauen überlagert, dass auch die Türken der ersten Einwanderergenerationen dem deutschen politischen und wirtschaftlichen System entgegenbringen. Die Nutzung türkischer Medien ist bei ihnen das Resultat der weiterbestehenden kulturellen Bindung an die Türkei oder hoher deutscher Sprachhürden. Mediennutzung ist Ausdruck der kulturellen und emotionalen Desintegriertheit (sieht man von der Integration in die türkische Community ab). An der Systemintegration (als Steuerzahler und verfassungstreue Subjekte) ändert dies in der Regel nichts. Der Kultorexil-Nutzer leistet keiner „Parallelgesellschaft“ Vorschub, sondern er/sie macht von dem demokratischen Recht auf Gestaltung seiner/ihrer kulturellen Lebenssphäre Gebrauch. Um die kulturelle Offenheit zu fördern, wären mediale Brückenangebote erforderlich, die definitiv bilingual mit starkem türkischsprachigem Schwerpunkt sein müssten. Die Angebote müssten an dem „Heimweh“ der Exil-Nutzer anknüpfen, traditionelle und fortschrittliche Elemente türkischer Kultur mischen und ein breit gefächertes politisch-gesellschaftliches Informationsinteresse an der Türkei befriedigen. Durch besondere deutsch-

türkische Kanäle oder als Programmschienen, Beilagen und Sonderseiten in bestehenden deutschen Medien integriert, könnte schrittweise versucht werden, diesen Nutzertypus an deutsche Medien heranzuführen. Dabei ist wesentlich, solche Medienangebote als Teile eines breiteren, über Medien in Schule, Bildung und Gesellschaft hinausgehenden Integrationsangebots zu definieren, denn kulturelle Offenheit basiert auf einem Vertrauen gegenüber Deutschland, das allein durch Medien nicht hergestellt werden kann.

- Der *Diaspora-Nutzer* ist besser sozial integriert als der Exil-Nutzer, er hegt keine Rückkehrabsichten, betrachtet Deutschland als seine (neue) Heimat, aber er nutzt ganz überwiegend türkische Medien, nicht zuletzt aus Gewohnheit und weil er bei deutschen Medien rasch an sprachliche Grenzen stößt. Auch hier sind Brückenangebote erforderlich, will man die kulturelle Öffnung fördern. Die psychologische Bereitschaft zur medialen Umorientierung auf einen bikulturellen Mediengebrauch ist größer, da auf Grund der erfolgreicherer sozialen Integration das allgemeine Vertrauen in die deutsche Gesellschaft – nicht nur in Staat und Wirtschaft, sondern auch in Menschen und Kultur – größer ist. Das Medienangebot müsste beim Diaspora-Nutzer ebenfalls bilingual ausgerichtet sein, inhaltlich müsste es sich aber weniger auf die Türkei konzentrieren, da Diaspora-Nutzer auf Grund ihrer besseren sozialen Integration und stärkeren Identifikation mit Deutschland eine größere Grundoffenheit für die deutsche Kultur und Gesellschaft besitzen.
- Der *Bikultur-Nutzer* ist kulturell eindeutig offener und besser in Deutschland integriert, ohne dabei die Verbindung zum türkischen Diskurs und zur türkischen Kultur verloren zu haben. Er ist derjenige Typ, der in seiner Sozialisation sowohl die deutsche als auch die türkische Sprachhürde auf einem oft guten Niveau bewältigt hat. In seinem Kreis ist daher ein bedeutsames kulturübergreifendes und –verbindendes Potenzial verborgen, das nicht zuletzt für die Internationalität der deutschen Gesellschaft von Bedeutung sein kann. Da diese Nutzerklientel sehr kritisch gegenüber deutschen und türkischen Medien ist, ist es wichtig, dass sich die Medienlandschaft erneuert und innovative Medienangebote mit multikulturellem und transkulturellem Charakter geschaffen werden. Die bestehenden

deutschen und türkischen Medien müssen ihre Angebote differenzieren. Bikultur-Nutzer wollen mehr Nachrichten über soziale und kulturelle Entwicklungen in der Türkei als sie in den deutschen Medien finden können – aber sie wenden sich gegen die Zensur- und Kontrollpraktiken der türkischen Medien und sind für neue Perspektiven und Interpretationen offen. Sie plädieren für ein ausgewogeneres Türkei-Bild deutscher Medien – ohne allerdings die halbstaatlichen Sichtweisen und Beschränkungen vieler türkischer Medien zu befürworten (vgl. Kap. 10).

- Der *Assimilationsnutzer* ist ebenfalls kulturell integriert, denn sein Mediengebrauch ist völlig auf deutsche Medien konzentriert. Ein Teil dieser Nutzer ist für transkulturelle Medienformen, in denen deutsche und türkische Belange Seite an Seite oder auch integriert behandelt werden, aufgeschlossen, nicht zuletzt, weil ihn „Ausländerthemen“ interessieren. Sein Hauptinteresse liegt allerdings woanders, denn er teilt im Grunde alle Präferenzen der deutschen Medienkonsumenten und ist dem „normalen“ deutschen Diskurs verhaftet. Insofern scheint auch auf den ersten Blick kein integrativer Handlungsbedarf zu bestehen, sieht man von der Tatsache ab, dass auch der Assimilationsnutzer vielfach Einseitigkeiten des Türken- und Türkei-Bildes deutscher Medien bemängelt. Nichtsdestotrotz sollten die gelegentlichen Integrationsvorbehalte (Ehen, Heimatbegriff usw.) als Zeichen dafür aufgefasst werden, dass das gesellschaftliche Klima auch der hier geborenen und aufgewachsenen dritten Einwanderergeneration nur bedingt vertrauenswürdig erscheint. Für die Assimilationsnutzer ist es daher von größter Bedeutung, dass die Repräsentanz türkischstämmiger Einwanderer in deutschen Medien vergrößert wird, und zwar in Schlüsselpositionen wie Moderatorenposten, Nachrichtensprechern und Schauspielern, nicht aber in „Multi-Kulti“-Reservaten.

Bleibt zu fragen, ob und wie Entwicklungen zwischen einzelnen Mediennutzertypen vorstellbar wären. Kann beispielsweise aus einem Exil- ein Bikultur-Nutzer werden? In den Interviews haben wir hiervon nichts erfahren können. Vielmehr entstand der Eindruck, als ob Gewohnheiten der Mediennutzung bei den einzelnen Personen, vor allem die Grundentscheidung für die Frage der Nutzung von deutschen und/oder türkischen Medien, relativ frühzeitig nach der Einwanderung festgelegt werden. Es ist wahrschein-

lich selten, dass jemand nach Jahren sein Interesse für eine Medienlandschaft entdeckt, die er bis dahin nicht zur Kenntnis genommen hat. Dennoch sind Mediennutzungsgewohnheiten nicht unveränderlich, sie hängen mit dem Tempo des Sprachlernens (vgl. Kap. 7) und eben auch mit der Angebotspalette der Medien (etwa im Sinne der oben geschilderten Elemente einer Medienstrategie) zusammen.

2.8. – Assimilation und Bikultur- vs. Exil-Nutzung: der innertürkische Diskurs

Fragen des „richtigen“ Umgangs mit Medien sind längst zu einem Gegenstand der innertürkischen Auseinandersetzung geworden. Da Medien einen zentralen und wichtigen Stellenwert im Leben einnehmen können, nimmt es nicht Wunder, dass die unterschiedlichen Nutzertypen Perspektiven austauschen. Generell entsteht der Eindruck, dass Exil- und Diaspora-Nutzer bei den anderen Nutzertypen auf wenig Verständnis stoßen, da man deren „rückwärtsgewandte“ Türkeibindung, die sich in der Mediennutzung manifestiert und durch diese gefestigt wird, nicht nachvollziehen kann.⁵⁰ Allerdings ist die Interpretation der integrationspolitischen Implikationen des Exil-Nutzungsverhaltens bei den anderen Nutzertypen nicht einheitlich:

Özlem bedauert, dass Türken, die wenig oder keine deutschen Medien nutzen, nur begrenzt am sozialen und politischen Leben teilhaben können.⁵¹ Sie meint jedoch nicht, dass es sich hierbei um eine für Deutschland gefährliche Entwicklung unter dem Stichwort der „Parallelgesellschaft“ handelt, sondern um ein persönliches Defizit der Betroffenen, da selbst mediale Isolation nicht ausschließe, dass jemand ein „braver Bürger“ und Steuerzahler sei. Ähnlich argumentiert auch Eray, der von einer Gartenparty berichtet, auf der es eine Diskussion über das deutsche Schulsystem gab, an dem sich eine Reihe der Anwesenden nicht beteiligen konnten, da sie keine deutschen Medien nutzten und nicht informiert waren.⁵² Haci denkt an den politischen Exil-Nutzer, wenn er meint, Türken seien dann antideutsch, wenn sie, obwohl sie sprachlich dazu in der Lage seien, die Nutzung deutscher Medien verweigerten.⁵³

⁵⁰ U.a. Interviews Hülya, Cinar, Bülent (1), Bülent (2), Nurhan.

⁵¹ Interview Özlem.

⁵² Interview Eray.

⁵³ Interview Haci.

3. – „New Vision“ im türkischen Fernsehen. Die Rezeptionskluff zwischen Anhängern und Kritikern des privaten Fernsehens

Die Veränderungen der türkischen Fernsehlandschaft, die mit der Privatisierung der 1990er Jahre einhergegangen sind, haben das Mediennutzungsverhalten türkischer Einwanderer in Deutschland, die vorher auf deutsche Programme angewiesen waren, verändert. In der öffentlichen und akademischen Diskussion ist bislang insbesondere die Tatsache hervorgehoben worden, dass Einwanderer in großer Zahl über Satellitenantennen die in der Türkei produzierte Fernsehprogramme zu nutzen begannen. Die GöfaK-Studie hat die Zahlenverhältnisse verdeutlicht, wobei ersichtlich wird, dass einige der privaten neuen Fernsehprogramme beliebter sind als das staatliche TRT, dass aber auch – abhängig von Faktoren wie Alter, Bildung usw. – deutsche Fernsehprogramme eine starke Stellung besitzen.

Bislang nicht hinreichend berücksichtigt wurde die Tatsache, dass sich zeitgleich mit der stärkeren Hinwendung vieler Türken zu türkischen Fernsehprogrammen eine inhaltliche Veränderung und Diversifizierung in der türkischen Fernsehlandschaft vollzogen hat, die auch die Grundlagen der Mediennutzung von Einwanderern in Deutschland beeinflusst. Erkennbar ist neben der bereits beschriebenen Veränderung des Heimat- und Nationenbegriffs, der stärker urbanen Orientierung und der Minimierung von staatsprotokollarischen Elementen eine deutliche Erweiterung von Unterhaltungsprogrammen. In den Gesprächen mit türkischen Konsumenten ist der Eindruck entstanden, dass Unterhaltungsformate der Hauptgrund für den Zulauf zu türkischen Programmen darstellen. Nur mit diesen Formaten konnte es gelingen, zumindest einen Teil der jüngeren Einwanderergenerationen, die bereits in Deutschland geboren worden sind, für türkische Medien zu gewinnen. Die Meinung über deren Qualität gehen dabei innerhalb der türkischen Community weit auseinander.

Als „New Vision“ (neue Sichtweise) bezeichnet Eray, 41, Recyclinghändler die neuen Unterhaltungsprogramme.⁵⁴ Er, der als Kleinkind nach Deutschland kam, konnte türkischem Fernsehen vor der Einführung der Privatprogramme – wie viele seiner Freunde auch – wenig Positives abgewinnen, da TRT vor allem langatmige kemalistische Staatsprotokolle sendete, deren Inszenierung er und seine Freunde bereits früh kritisiert hatten. Im Gegensatz hierzu wird die hohe Qualität der neuen Unterhaltung,

⁵⁴ Interview Eray.

insbesondere Komik und Witz vieler Sendungen gelobt.⁵⁵ Gerade Berichte über Prominente spielen u.a. für „Hausfrauen“ eine große Rolle, denn sie sind „der Spiegel für ihre Träume und Sehnsüchte nach einem Tag in Deutschland“.⁵⁶ Die Qualität vieler Unterhaltungssendungen ist in den Interviews wiederholt gelobt worden. Etwa soll die Live-Sitcom-Sendung „Big Brother“ in der türkischen Variante von „intelligenteren“ Personen als in Deutschland gestaltet worden sein, wo das Niveau als niedrig eingestuft wurde.⁵⁷ Auch Quizsendungen wie das „Glücksrad“ werden in der türkischen Version als unterhaltsamer eingestuft als in der deutschen.⁵⁸

Selbst intellektuelle Kritiker unter den Nutzern des türkischen Fernsehen räumen ein, dass sich das Fernsehen in den letzten 10 Jahren positiv entwickelt hat.⁵⁹ Zwar existieren bei gebildeten Türken in Deutschland Vorbehalte gegenüber dem Boulevard-Stil vieler privater Fernsehprogramme, und man tendiert in dieser Hinsicht fast eher zum „seriösen“ Darbietungsstil solcher Sender wie TRT. Aber auch diese Kritiker räumen ein, dass die Privaten in der Türkei eher mit politischen und gesellschaftlichen Tabus brechen und Missstände aufdecken, während TRT einer rigiden staatlichen Zensur unterliegt. Neben der Boulevardisierung hat das türkische Fernsehen demnach auch eine partielle Enttabuisierung und politische Öffnung erlebt, die ebenfalls als Teil der „New Vision“ zu verzeichnen ist.

Die neuen Sender werden gleichwohl unterschiedlich bewertet, da sie von anderen als niveaulos und dilettantisch beschreiben werden.⁶⁰ Diese kritischen Stimmen innerhalb der türkischen Community in Deutschland zeigen, dass die neuen Kanäle für manche Einwanderer keine Brückenfunktion zur Heimat ausüben, wie dies häufig bei den Exil-Nutzern der Fall ist. Bei ihnen hat die Programm- und Bilderflut eher zur Entfremdung beigetragen, und es zeigen sich Abwehrreaktionen gegen die neue, häufig stark amerikanischen Formaten angelehnte Ästhetik, gerade bei den traditionalistisch und religiös ausgerichteten Verbrauchern.⁶¹ Auch die in der Regel jüngeren Assimilationsnutzer, die gewohnt sind, nur deutsche Medien zu verwenden, können nicht generell als potenzielle Klientel der neuen türkischen Fernsehprogramme betrachtet werden, denn sie können vielfach mit den Unterhaltungssendungen wenig anfangen, da sie dort

⁵⁵ U.a. Interviews Eray, Haci, Suleyman.

⁵⁶ Interview Hülya.

⁵⁷ Interview Gülcan. Vgl. Dazu auch: Nicolaus Monceau, Container Istanbul, Le Monde Diplomatique (dt. Ausg.), März 2002.

⁵⁸ Interview Sedat.

⁵⁹ Interviews Oguz, Yakup.

⁶⁰ U.a. Interviews Sahbattin, Mülayim.

einen speziellen „türkischen Humor“ erkennen, mit dem sie wenig vertraut sind.⁶² Was Exil- und Bikultur-Nutzer durch ihre Gewöhnung an türkische Medienangebote als „lustig“ und humorvoll empfinden, wird von Assimilationsnutzern zum Teil – so wörtlich – als „Slapstick“ betrachtet.⁶³

Insgesamt sind zwei Erkenntnisse bedeutsam:

1. Die enorme Ausdehnung der türkischen privaten Fernsehlandschaft (auf heute mehr als 40 Programme) ist von einer partiellen ideologischen und politischen Öffnung begleitet, die aus der Sicht der Konsumenten zwar keine vollständige pluralistische Öffnung bedeutet (vgl. Kap. 4), aber eine Identifizierung des türkischen Fernsehens mit dem türkischen Staat erschwert.
2. Die türkische Einwandererschaft ist nicht einheitlich, und nicht alle Einwanderer neigen den neuen Programmen zu (auch wenn sie sprachlich dazu in der Lage wären). Es gibt ebenso Kritiker, die die Qualität der neuen Programme bemängeln und die verstärkte Nutzung türkischer Fernsehsatellitenprogramme durch viele Türken in Deutschland für kontraproduktiv im Sinne der Integration halten.

4. – Medienkritik und Mediennutzung: die Vertrauenswürdigkeit deutscher und türkischer Medien

In vielen Interviews sind von den Befragten die deutschen Medien im Vergleich mit türkischen Medien als im Allgemeinen niveauvoller und objektiver eingestuft worden, mit der Ausnahme allerdings, dass die Darstellung von Sachverhalten, die die deutsch-türkischen Beziehungen betreffen (EU-Integrationen, Türkei-/Deutschlandbild) in beiden Mediensphären kritisiert wird (vgl. Kap. 10). Während Teile dieser Kritik in den nachfolgenden Abschnitten weiter vertieft wird, soll an dieser Stelle lediglich auf die – bisher in der Literatur völlig vernachlässigte – türkische Kultur der Medienkritik hingewiesen werden. Die ständige Reibung und Auseinandersetzung mit Medien, insbesondere beim gemeinsamen Fernsehen in Familie und Bekanntenkreis, gehören für viele Türken zu selbstverständlichen Bestandteilen der Mediennutzung, wie dies in anderen Ländern

⁶¹ U.a. Interview Memduh.

⁶² Interview Olcay.

⁶³ Wörtlich in Interview Mert.

und kulturellen Zusammenhängen auch der Fall ist.⁶⁴ Die Medienkritik beinhaltet Werte, Meinungen und Anschlussdiskurse, die der Nutzer in Reaktion auf die Medien aktiviert. Die ausgedehnte Kultur der Medienkritik ist ein weiterer Hinweis darauf, dass keineswegs generell von einer linearen Wirkung von Medien auf die gesellschaftliche Integration und auf Prozesse der Identitätsbildung ausgegangen werden kann (s.o.).

Wie verbreitet Medienkritik auch in nicht-intellektuellen Kreisen ist, zeigen zwei Beispiele. Hüseyin (1), 47, Imbissbetreiber, der in Türkei aufgewachsen, meint über einige türkische Zeitungen, die schrieben „selten die Wahrheit“. Er zeigt während des Gesprächs einen Artikel der Zeitung Hürriyet vor, den er seit 1995 in einer Schublade seines Geschäftes aufgehoben hat. In dem Beitrag polemisierte die Zeitung massiv gegen deutsche Zeitungen, weil diese Rüstungsexporten in die Türkei kritisch gegenüberstanden.⁶⁵ Erkan, 23, Gemüsehändler, seit 12 Jahren in Österreich und Deutschland, sagt (Zitat aus dem Gesprächsprotokoll):

[Er meint, es gebe] türkische Sender, denen man vertrauen könne, die würden Nachrichten relativ objektiv vermitteln. Aber andere Sender seien mit Vorsicht zu genießen, da sei ‚selbst eine Minute zuviel‘, wenn man dort ‚hingucken‘ würde. Leider sei die Zahl der unglaubwürdigen Sender größer als die der glaubwürdigen.⁶⁶

Einige Argumente der türkischen Medienkritik:

- *Neutralität und Objektivität* türkischer Medien werden oft grundlegend in Frage gestellt.⁶⁷
- Kritisiert wird die Art der *Gewaltdarstellung*, insbesondere die direkte und schockierende Darstellung authentischer menschlicher Gewalt (Amputationen, Unfälle usw.) bei Katastrophen, und zwar in einem in deutschen Medien nicht gekannten Ausmaß.⁶⁸
- Der *Sensationismuskritik* (der gelegentlich auch als Amerikanisierungsvorwurf vorgetragen wird) erstreckt sich auch auf Paparazzi-Sendungen, die zum Teil direkt nacheinander gesendet werden, sowie auf einen überzogenen Star-Kult.⁶⁹

⁶⁴ Interview Pinar.

⁶⁵ Interview Hüseyin (1).

⁶⁶ Interview Erkan.

⁶⁷ U.a. Interview Tuncer, Haci.

⁶⁸ Interviews Behcet, Eray.

⁶⁹ Interviews Özlem, Pinar, Sevda, Suleyman.

Die „Inneneinrichtung von Tarkans Schlafzimmer“⁷⁰ interessiert nicht alle türkischen Konsumenten.

- Die *Wirtschaftsberichterstattung* türkischer Medien wird wegen ihrer geringen Qualität, Stimmigkeit und Detailvertiefung kritisiert.⁷¹
- Ein häufig zu hörendes Argument zielt darauf ab, dass türkische Medien ihre Landsleute in Deutschland ausnutzten, da sie versuchten, diese zu manipulieren, um sie an sich und die Türkei zu binden, statt die relative *Eigenständigkeit des türkischen Lebens in Deutschland* anzuerkennen und darauf einzugehen.⁷²
- *Professionelle Mängel* der Fernsehprogramme werden kritisiert, zum Beispiel schlechte Synchronisation⁷³ und zu viele Wiederholungen und Redundanzen etwa in den Nachrichten.⁷⁴
- Bemängelt wird, dass das *Rechercheverhalten* türkischer Medien häufig schlecht ausgeprägt sei, dass falsche, sehr vage oder unkonsolidierte Zahlenwerte gegeben werden.⁷⁵ Bei Unfällen etwa sei nicht unüblich, dass in verschiedenen Fernsehsendern stark abweichende Opferzahlen angegeben würden.⁷⁶
- Viele türkische Konsumenten bestätigen, was auch im politischen Raum schon vielfach angemerkt worden ist, dass nämlich immer wieder *nationalistische Kampagnen* in manchen (nicht in allen!)⁷⁷ türkischen Zeitungen durchgeführt werden. Yakub, 28, Student, meint, in Deutschland würden solche Zeitungen – anders als in der Türkei – gerichtlich belangt werden, da zum Beispiel Vordrucke von Protestschreiben und insbesondere viele persönliche Diffamierungskampagnen gegen deutsche Politiker justiziabel seien, zumal sie häufig dazu führten, dass die Betroffenen Drohbriefe erhielten.⁷⁸ Viele Konsumenten erkennen und verurteilen den Kampagnenjournalismus, den ein Teil der türkischen Presse zeitweise anstimmt - andere Nutzer hingegen haben solche Tendenzen nicht bemerkt oder

⁷⁰ Interview Turgay.

⁷¹ Interview Eray.

⁷² Interviews Mülayim, Filiz.

⁷³ Interviews Olcay, Songül.

⁷⁴ Interviews Suleyman, Send.

⁷⁵ Interviews Özlem, Pinar.

⁷⁶ Interview Memduh.

⁷⁷ In diesem Zusammenhang sei bemerkt, dass die sozialdemokratisch orientierte Zeitung Cumhuriyet von vielen Befragten als eine Zeitung mit hohem Qualitätsstandard und großer Unabhängigkeit gelobt wird. Vgl. u.a. Interview Hüseyin (2).

⁷⁸ Interview Yakup.

halten sie sogar für unvermeidlich, da in allen Mediensystemen und Staaten präsent.⁷⁹

- Türkische Mediennutzer kritisieren, dass bei den privaten Fernsehprogrammen die Veröffentlichung der eigenen Einschaltquoten und Momente der *Negativwerbung gegen die Konkurrenz* Bestandteil der Programme seien.⁸⁰ Allerdings wird auch erkannt, dass private Konkurrenz die Lage der Medienfreiheit begünstigen kann, etwa in dem Fall, als das Publikum die Tatsache, dass ein Nachrichtenmoderator (Ali Kirca, Sendung „Siyaset Meydeni“) von seinem eigenen Chef für einige Tage aus dem Programm verbannt wurde, weil er nicht dessen Meinung verbreitet hatte (Stichwort: „innere Medienfreiheit“), aus einem anderen Sender erfuhr.⁸¹

Sowohl hinsichtlich der alten Pressemedien wie auch gegenüber den neuen Fernsehprogrammen bestehen sehr differenzierte Einschätzungen, die darauf abzielen, dass es aus Sicht türkischer Nutzer unterschiedliche Qualitätsstandards bei türkischen Kolumnisten gibt oder dass die neuen Programme neben Unterhaltungsformaten auch kritische und investigative gesellschaftspolitische Sendungen hervorgebracht haben.⁸² Der türkische Journalismus wird vielfach als „mutiger“ als zu früheren Zeiten eingestuft, weil türkische Sender sich an professionellen Verhaltensweisen westlicher Medien orientieren. Deutlich wird aber auch, dass die deutschen Medien von der verbreiteten Kritik an türkischen Medien nicht immer profitieren können. Das allgemeine Ansehen des deutschen Journalismus ist zwar vielfach höher. Aber im Bereich des Türkeibildes, des Ausländerbildes und der Integration besteht häufig auch bei Türkei-kritischen türkischen Konsumenten wenig Vertrauen in deutsche Medien (s.u.).

Insgesamt existiert bei den in Deutschland lebenden Nutzern türkischsprachiger Medienangebote ein sehr großes medienkritisches Potenzial, das bislang keine Beachtung gefunden hat. Dies liegt u.U. auch daran, dass sich diese Medienkritik bislang nicht institutionalisieren konnte: Weder existiert ein türkischer Presse- oder Medienrat in Deutschland – der türkische Presserat (*Basin Konseyi*) muss als halbstaatlich betrachtet werden –, noch sind nennenswerte Media-Watch-Initiativen bekannt geworden, in denen sich türkische Konsumentenkritik hätte Gehör verschaffen können.

⁷⁹ U.a. Interviews Suleyman, Mehmet (1), Memduh, Send, Özgür (2).

⁸⁰ Interviews Cinar, Suleyman.

⁸¹ Interview Suleyman. Mangelnde Meinungsfreiheit kritisiert u.a. auch Nurhan.

5. – Ein transkulturelles Leitmedium – eine natürliche Folge wachsender Medienkritik?

Mit den Interviewpartnern wurden Perspektiven der Weiterentwicklung der Medienlandschaft erörtert. Dabei wurde nicht über Fragen der Organisation, Finanzierung oder rechtlichen Einbindung gesprochen. Die meisten Mediennutzer hätten hierzu wenig sagen können. Vielmehr ist nach Perspektiven des Bedarfs der in Deutschland lebenden Mediennutzer gefragt worden. Was unterscheidet ihre Nutzungsinteressen vom Rest des deutschen Publikum wie auch vom Publikum in der Türkei?

Im Laufe des Projekts ist deutlich geworden, dass der Heimat- und Identitätsbegriff der Befragten nicht mehr einheitlich ist. Grundsätzliche Meinungsunterschiede bestehen darüber, ob es den „Deuschtürken“ als eine definierte Identität gibt oder die in Deutschland lebenden türkischen Einwanderer sich nach wie vor als „Türken“ oder bereits als „Deutsche“ bezeichnen. Wenn man im Rahmen einer nicht-repräsentativen Untersuchung überhaupt eine Tendenz erkennen kann, dann die, dass Exil- und Diaspora-Nutzer stärker der türkischen Identität zuneigen, während bei Bikultur- und Assimilationsnutzern alle Identitätsalternativen vorhanden sind.

Spezifische Interessen der türkischen Mediennutzer in Deutschland können auf unterschiedlichen Wegen zur Geltung kommen:

1. durch eigenständige deutsch-türkische Programme und Medien;
2. durch entsprechende deutsch-türkische Perspektiven in den bestehenden deutschen und türkischen Medien; und
3. durch die Stärkung der deutsch-türkischen Repräsentanz in den bestehenden deutschen und türkischen Medien in allen Themenbereichen, die *nicht* spezifisch deutsch-türkische Belange darstellen.

Mit den Interviewpartnern ist besonders die Frage a) erörtert worden, und zwar konkret, ob ein zweisprachiger Fernsehkanal, wie er vereinzelt bereits erwogen worden

⁸² U.a. Interview Ahmet (1).

ist,⁸³ an vorhandene Nutzerbedürfnisse anknüpfen könnte. Bei diesem „*deutsch-türkischen ARTE*“, wie es genannt worden ist, würde es sich um ein transkulturelles Medienangebot neuen Typs handeln, wobei drei Modellausprägungen denkbar wären:

1. eine *innerdeutsche Variante*, die sich auf spezifisch deutsch-türkische Belange konzentriert, also auf die türkische Community in Deutschland, ihre gesellschaftlich-kulturelle Entwicklung und auf die Wechselbeziehung mit der nicht-türkischen Gesellschaft und Kultur in Deutschland;
2. eine *transnationale Variante*, die deutsche und türkische Gesellschaftsfragen sowie deutsch-türkische Beziehungsfragen (z.B. EU-Integration) behandeln kann, die sprachlich der anderen Community durch Zweisprachigkeit zugänglich gemacht werden (z.B. durch Synchronisation deutscher und türkischer Filme);
3. eine *kombinierte Variante*, in der die Typen 1 und 2 integriert werden.

Da neben dem genannten Projekt bereits eine Reihe von anderen transkulturellen Angeboten existieren oder existiert haben (Etap, Persembe, FM Metropol usw.), sind auch sie teilweise erörtert worden, wobei sich herausstellte, dass der Bekanntheitsgrad bestehender transkultureller Angebote unterschiedlich ausgeprägt ist und es leichter fiel, die „Vision“ transkultureller Medien aus der Bedarfsperspektive zu erörtern als dies anhand der Auseinandersetzung mit bereits vorhandenen Medien zu tun.

Die positive Grundeinstellung zu einem deutsch-türkischen Fernsehprogramm ist eine der wenigen Gemeinsamkeiten nahezu aller durchgeführten Interviews. Über Nutzertypen und sonstige Interpretations-, Abstammungs- und Weltanschauungsgrenzen hinaus findet die Idee eines Mediums, das „beide Seiten“ zu Wort kommen lässt oder integrierte Perspektiven vermittelt – also die Idee der Kommunikation zwischen Deutschen, Türken und Deutsch-Türken überhaupt – großen Zuspruch. Die Medien als Vehikel der Integration der Türken in Deutschland und/oder der Verbesserung des Türkei-Bildes in Europa einzusetzen, ist eine nahezu konsensuale Zielsetzung, auch wenn die Vorstellungen über die Gestaltung eines solchen Senders weit auseinander gehen können. Die Ansicht, dass diese neue Form des Mediums demokratische Prozesse befördern, oder, wie von manchen intendiert, das Bild der (kemalistischen) Türkei in

⁸³ Vgl. Konzeptpapier des Workshops im Rahmen des Deutsch-türkischen Mediendialogs, Presse- und Informationsamt der Bundesrepublik Deutschland, November 1999 (Punkt 4: Aufbau eines zweisprachigen Mediums).

Europa verbessern könnte, zeugt von der Bedeutung, die den Medien im deutsch-türkischen Verhältnis von den Nutzern subjektiv zugewiesen wird.

Im Einzelnen wurden u.a. folgende Argumente ins Feld geführt:

- Ein deutsch-türkischer Fernsehkanal würde zu einer Objektivierung der Berichterstattung beitragen.⁸⁴
- Er würde die Unterschiede zwischen den Interessen der in der Türkei und in Deutschland lebenden Türken besser artikulieren.⁸⁵
- Neue Meinungsbilder würden entstehen, die die Integration fördern und Vorurteile abbauen würden.⁸⁶
- Der Staat dürfe allerdings keinen Einfluss auf die Programmgestaltung ausüben.⁸⁷
- Deutsche und Türken argumentieren oft nur aus einer einzigen (dominanten) Perspektive; ein „deutsch-türkisches ARTE“ könnte Multiperspektivität fördern.⁸⁸
- Die Türken in Deutschland würden ungeachtet der Tatsache, dass sie Steuerzahler seien, in der deutschen Medienpolitik zu wenig berücksichtigt. Ein „deutsch-türkisches ARTE“ sei eine konsequente Antwort auf dieses Defizit. Der türkische Konsument müsse direkt angesprochen werden⁸⁹ (ein Argument, das allerdings die multikulturellen Radioangebote von Sendern wie SFB, WDR unberücksichtigt lässt).
- Ein „deutsch-türkisches ARTE“ könne das Bedürfnis nach mehr unzensurierter Information über die Türkei befriedigen.⁹⁰
- Da die bestehenden türkischen Medien zu wenig über Deutschland berichteten, könne ein besonderes Fernsehprogramm auf Türkisch (Zweikanalton) hier Abhilfe schaffen.⁹¹
- Ein eigenständiges Fernsehprogramm könne dazu beitragen, ein kulturelles Umfeld zu erzeugen, in dem die Entwicklungspotenziale der Einwanderer (u.a. im künstlerischen Bereich) verdeutlicht und gefördert würden.⁹²

⁸⁴ Interview Haci.

⁸⁵ Interview Sahbattin.

⁸⁶ Interview Mülayim.

⁸⁷ Interview Hülya.

⁸⁸ Interview Nurcan (1).

⁸⁹ Interview Sevim, Fatma, Bekir.

⁹⁰ Interview Mahmut.

⁹¹ Interview Zerrin.

⁹² Interview Ahmet (2).

- Die türkische Sprache fände mehr Anerkennung.⁹³ Bei diesem Punkt müsste man sich allerdings fragen, ob ein transkulturelles Medium auch ein *bilinguales* Medium sein sollte. Solche Formate haben erfahrungsgemäss kaum eine Chance am Markt. Viel versprechender wäre u.U. eine konsequente Synchronisation und Ausstrahlung in Zweikanalton sowohl auf Türkisch als auch auf Deutsch.

Folgende konkrete Programmvorstellungen wurden geäußert:

- Diskussionsrunden von Jugendlichen türkischer und nichttürkischer Herkunft;⁹⁴
- deutsche und türkische Filme synchronisiert oder mit Untertiteln, u.a. solche, deren Ausstrahlung in der Türkei aus politischen Gründen verboten ist;⁹⁵
- „Seifenopern“ (Soaps) und Serien mit türkischen Hauptdarstellern (z. B. eine türkische Familie in Deutschland);⁹⁶
- Anrufsendungen mit einem zentralen Moderator, der Fragen des deutsch-türkischen Alltags (Kopftuchfrage usw.) moderiert und ein offeneres Gesprächsklima schafft: ein Vorschlag, der bei manchen Interviewpartnern⁹⁷ auf Vorbehalte stieß, aus Angst, auch Rassisten durch Talk-Formate eine Plattform zu bieten (wie das Vorbild der USA zum Teil bestätigt);
- deutsch-türkische Diskussionssendungen über Probleme von allgemeinem Interesse (z.B. Genforschung), um eine kulturelle Ausstrahlung über „Ausländer“- und Integrationsfragen hinaus zu entwickeln.⁹⁸

Einzelne skeptische Stimmen gegen ein „deutsch-türkisches ARTE“ bemerkten, ein solches Programm werde sich zwangsläufig zu einem Minderheitenmedium entwickeln, dem kaum mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden werde als den Multikultursendungen des öffentlich-rechtlichen Radios.⁹⁹ Weitere Gegenargumente speisten sich aus dem Unbehagen darüber, deutsch-türkische Fragen könnten in Integrationsrefugien abgedrängt werden, ohne dass das breite deutsche und türkische Publikum davon

⁹³ Interview Sevda.

⁹⁴ Interview Eray.

⁹⁵ Interview Yavus.

⁹⁶ Interview Hülya.

⁹⁷ Interview Pinar.

⁹⁸ Interview Bülent (1).

⁹⁹ Interview Zerrin.

Kenntnis nähme. Es sei wichtiger, die Sensibilisierung der bestehenden türkischen und deutschen Medien voranzutreiben, statt neue Medien zu begründen.¹⁰⁰

Die vorliegende Studie bestätigt, dass solche Skepsis in Teilen angebracht ist. Denn den Transkultur-Nutzer hat sie tatsächlich nur als „Nebentyp“ nachweisen können. Transkulturelle Angebote, die spezifisch auf deutsch-türkische Interessen eingehen, werden *ergänzend, nicht jedoch hauptsächlich* konsumiert. Entsprechend sollten konzeptionelle Überlegungen, die etwa auf ein „deutsch-türkisches ARTE“ zielen, von vornherein als kombinierte Variante (s.o. Typ 3) und als *Ergänzungsstrategie* angelegt sein, die medienpolitische Überlegungen hinsichtlich der Analyse, Bewertung und Kritik der bestehenden deutschen und türkischen Medien nicht ersetzen können, sondern Teil eines abgestimmten medienpolitischen Vorgehens sein müssten. Dennoch wäre es vor dem Hintergrund des großen Interesses, auf die ein „deutsch-türkisches ARTE“ beim Publikum offensichtlich stößt, wichtig, sich über mögliche Zielsetzungen und Konzeptionen im Klaren zu werden. Dabei muss das primäre Ziel darin bestehen, durch ein hochwertiges Medienangebot (ganz ähnlich dem deutsch-französischen ARTE) mediale Qualitätsmaßstäbe zu setzen, die in die gesamte Medienszene abstrahlen. Als Vorbild können hier die Themenabende zum Islam in dem bestehenden ARTE-Programm dienen, die diese Funktion in den vergangenen Jahren weithin erfüllt haben. Denkbar wäre auch, statt eines „deutsch-türkischen ARTE“ ein gesamteuropäisches Einwanderungsprogramm mit verschiedenen Programmschienen zu etablieren.¹⁰¹

6. – Mediennutzung im Generationenwandel: Entpolitisierung jenseits des „Medien-Exils“?

Einwanderung ist ein Prozess, der sich nicht allein in der individuellen Biographie, sondern auch generationsübergreifend als Veränderung im kulturellen Referenzsystem niederschlägt. Die Untersuchungen von Marie Gillespie unter indischen Einwanderern haben gezeigt, dass die ersten Einwanderergenerationen sich häufig von nachfolgenden Generationen im Mediennutzungsverhalten unterscheiden.¹⁰² Identische Medienbot-

¹⁰⁰ Interview Oguz.

¹⁰¹ Osman Okkan, Neue Medien für Einwanderer: Ein Plädoyer für einen Infotainment- und Integrations-sender, in: Kai Hafez (Hrsg.), Media and Migration. Ethnicity and Transculturality in the Media Age, Schwerpunktheft der Zeitschrift NORD-SÜD aktuell 4/2001, S. 723-724.

¹⁰² Gillespie (op. cit).

schaften (z.B. Filme) werden von den Generationen unterschiedlich interpretiert, was sich bei der Beobachtung des familiären Medienkonsums belegen lässt. Die in den Einwanderungsländern aufgewachsenen Kinder verfügen in der Regel nicht mehr über dieselben Erfahrungswerte aus den Ursprungsländern, die den Eltern noch zur Verfügung stehen und damit nehmen nicht selten ihre Befähigung und ihr Interesse an Medienangeboten aus diesen Ländern ab. Die neuen Generationen stehen häufig den Mediendiskursen des Einwanderungslandes näher, zumindest dann, wenn die primäre Sozialisationsinstanz der Familie durch sekundäre Instanzen der Schule und des Freundeskreises ergänzt wird. Zugleich ist Vorsicht vor der Ansicht geboten, in nachfolgenden Einwanderergenerationen lösten sich differente Nutzungsstile der Einwanderer quasi von selbst auf und passten sich den Gepflogenheiten des Einwanderungslandes an.

Dies zeigt sich auch durch die hier durchgeführten Forschungsanalysen. Die GöfaK-Studie hat aufgezeigt, dass die privaten deutschen Fernsehkanäle (RTL usw.) von türkischen Jugendlichen favorisiert werden, sich insofern die Präferenz der Elterngenerationen für türkische Programme hier bereits verändert hat. Dabei gibt es fast keine jungen Einwanderer mehr, sofern sie etwa das Alter von 15 überschritten haben, die nur türkische Medien nutzen (lediglich etwa 2%).¹⁰³ Dies bedeutet generell: Bei den jungen türkischen Einwanderern ab der Pubertätszeit dominieren die Bikultur- und die Assimilationsnutzung. Die Jugendlichen sind dem türkischsprachigen „Medien-Exil“ eines Teils ihrer Eltern entflohen. Zugleich ist erkennbar, dass Jugendliche häufig *auch* – ergänzend - türkische Programme konsumieren, zwar in geringerem Maß als ihre Eltern, aber die Tendenz dürfte durch die wachsende Zahl von privaten (Unterhaltungs-)Programmen im letzten Jahrzehnt zugenommen haben. War es in früheren Jahrzehnten möglicherweise die Ausnahme, dass ein in Deutschland geborener Jugendlicher türkische Zeitungen intensiv nutzte, so bieten ihm/ihr die neuen Fernsehprogramme eine niedrigere Hemmschwelle des Einstiegs in die türkische Medienwelt. In den Interviews wurde vermerkt, dass der Hauptunterschied zwischen Eltern und Kindern oft darin besteht, dass die Eltern in der Auswahl ihrer Medien festgelegter sind und etwa Leser-Blatt-Bindungen aufweisen, während ihre Kinder je nach Bedarf zwischen deutschen und türkischen Medien wechseln.¹⁰⁴

¹⁰³ GöfaK-Studie, S. 80.

¹⁰⁴ Interviews Özlem, Pinar.

Die Vorstellung aber, durch die Existenz türkischer Medien in Deutschland und durch eine – vor allem in der primären Sozialisation geförderte – monolinguale Türkischsprachigkeit wüchsen neue Generationen türkischer Einwanderer in Deutschland heran, die sich ausschließlich türkischer Medien bedienen, lässt sich in keiner Weise bestätigen. Vielmehr scheint es sinnvoll, sich auf Potenziale und Probleme zu konzentrieren, die mit dieser Art der Nutzung deutscher Medien einhergehen können. Während auf der einen Seite die auf deutsche Medien konzentrierte Nutzung türkischer Jugendlicher als ein deutliches Zeichen der kulturellen Öffnung zu interpretieren ist, sollte auf der anderen Seite gefragt werden, welche gesellschaftlichen Folgeproblematiken mit bikulturellen und assimilativen Nutzerstrategien zusammenhängen können.

Hier ist ein zweiter wesentlicher Trend in der GöfaK-Studie von Bedeutung: die starke Tendenz türkischer Jugendlicher zu deutschen privaten Unterhaltungsprogrammen. Offensichtlich scheint anstelle der durch die türkischen Zeitungen geprägten politischen Mediensozialisation der ersten Einwanderergeneration bei weiten Teilen der Jugendlichen ein Nutzungsverhalten zu treten, das eine starke Tendenz zur unterhaltungsorientierten Nutzung aufweist. Mehmet (2), 40, Imbissverkäufer, meint, die meisten türkischen Jugendlichen wüssten nicht mal mehr, wer Atatürk war.¹⁰⁵ Er wird bestätigt durch die Aussagen vieler anderer Interviewpartner, die beobachten, dass türkische Jugendliche allein aus sprachlichen Gründen vielfach nicht mehr in der Lage sind, türkische politische Nachrichten zu verstehen (vgl. Kap. 7). Deutsche private Fernsehprogramme können auf Grund ihrer begrenzten Leistungsfähigkeit im Bereich der politischen Informationen nicht einfach als integrationsfördernder „Ersatz“ für türkische Medien betrachtet werden. Die Gefahr besteht, dass Jugendliche, wenn sie das türkische „Medien-Exil“ verlassen, in ein „Loch der politischen Information“ rutschen.

Wie oben bereits ausgeführt, bestehen türkische Familien vielfach aus unterschiedlichen Nutzertypen. Konflikte zwischen den Generationen entzündeten sich zum Teil am Mediennutzungsverhalten.¹⁰⁶ Gerade Exil-Nutzer empfinden es um Teil als problematisch, dass ihre Kinder oft die deutschen Medien stärker nutzen. Dennoch ist im Rahmen der Interviews von keiner Seite berichtet worden, dass Eltern etwa durch massive Verbote in das Mediennutzungsverhalten ihrer Kinder eingreifen. Vielmehr wurde häufig betont, dass – ähnlich wie in den USA – Fernsehen als klassisches „Nebenbeimedium“ verwandt wird, also neben anderen Tätigkeiten und im Hintergrund ge-

¹⁰⁵ Interview Mehmet (2).

¹⁰⁶ Interview Shabattin.

nutzt wird, was auf ein grundsätzlich positives Verhältnis zu Medien *an sich* schließen lässt. Von vielen Interviewpartnern ist allerdings berichtet worden, dass von den Eltern verboten wird, Sendungen anzuschauen, in denen Intimszenen vorkommen.¹⁰⁷

7. – Sprache und Mediennutzung: den raschen „Einstieg“ verpasst?

Zwischen Mediennutzung und sprachlicher Entwicklung bestehen zahlreiche wichtige Wechselbeziehungen, die sich sowohl auf die türkisch- als auch auf die deutschsprachigen Medien beziehen.

Was die deutschen Medien betrifft, hat sich im Rahmen des Interviewprojekts eine geradezu frappierende Übereinstimmung hinsichtlich der Dauer des Spracherwerbs bis zur ausgereiften Medienkompetenz ergeben. Ohne intensives Sprachtraining und bei mittlerer bis niedriger formaler Bildung gaben eine Reihe von Gesprächspartnern unabhängig voneinander an, 4-5 Jahre benötigt zu haben, bis sie Sendungen des deutschen Fernsehens verstanden hätten – und auch dann sei ihnen noch nicht alles zugänglich gewesen.¹⁰⁸ Wurde nach der Einwanderung ein Sprachkurs absolviert oder anderweitig intensive Spracharbeit, dauerte dieser Prozess lediglich 1-2 Jahre.¹⁰⁹ 4-5 Jahre müssen aber als ein zu langer Zeitraum betrachtet werden, um eine starke Bindung zu deutschen Medien aufzubauen, zumal, wenn in dieser Zeit türkischsprachige Alternativen vorhanden sind. *Entscheidend ist eine rascher Einstieg in die deutsche Mediennutzung*, denn nach Jahren einer anderweitigen (türkischen) Medienorientierung ist es äußerst unwahrscheinlich, dass noch ein substantielles Interesse am deutschen Diskurs geweckt werden kann.

Hinsichtlich der türkischen Medien haben viele Interviewpartner übereinstimmend festgestellt, dass ein großer Teil der Jugendlichen, insbesondere die, die in Deutschland geboren worden sind, viele türkische Sendungen nicht mehr hinreichend verstehen und interpretieren können.¹¹⁰ Gerade durch den vielfach starken deutschen Medienkonsum und die in diesen Alterstufen abnehmende Orientierung an türkischen Medien reduziert sich der Sprachschatz vieler Jugendlicher vielfach auf das Konversationsni-

¹⁰⁷ Interviews Yavuz, Gökhan, Olcay, Murat (2), Send.

¹⁰⁸ U.a. Interviews Ali, Behcet, Memduh.

¹⁰⁹ U.a. Interviews Kadir, Mehmet (2), Hüseyin (2), Nurhan, Erdem (1).

¹¹⁰ U.a. Interviews Bülent (2), Yasar, Sahbattin, Cigdem, Fatma, Ahmet (2).

veau ihres alltäglichen Umgangs, während ein großer Teil des politischen und kulturellen Vokabulars entfällt.

Es muss daher davon ausgegangen werden, dass – natürlich abhängig von Bildungshintergründen und individuellen Lebensläufen, aber doch als genereller Trend – politische Nachrichten und Informationen häufig nicht mehr verstanden werden, oder, wenn doch ein elaborierterer Sprachschatz vorhanden ist, der Verständniskontext und die Kenntnis des aktuellen Diskurses fehlen, die für ein wirkliches Verstehen notwendig sind.

Positiv wäre in diesem Zusammenhang zu vermerken, dass die hypothetisch denkbare Gefahr der politischen Manipulation ganzer Einwanderergenerationen durch staatsorientierte Medien der Türkei hierdurch verringert werden könnte. Denn nachlassendes Interesse an türkischer Politik und grundsätzliche Verständnisprobleme wirken zumindest in Teilen immunisierend gegen Propagandaabsichten. Eine solche Sichtweise ist jedoch verkürzt, da sie die Vorteile, die eine entwickelte deutsch-türkische Zweisprachigkeit für die jeweiligen Personen wie auch für die deutsche Gesellschaft insgesamt besetzt, zu niedrig einschätzt.

8. – Mediennutzung der Kurden in Deutschland

Die türkische Einwandererschaft nach Deutschland ist weder aus ethnischer noch religiöser Perspektive homogen. Neben einer größeren Gruppe von Kurden sind auch viele Aleviten – eine Sonderrichtung des Islam – unter den Einwanderern. Teilweise sind diese Sub-Minoritäten auch in einer Person vereint (z.B. kurdisch-alevitische Herkunft). Konflikte der ethnischen und religiösen Gruppen in der Türkei sind auch bei den Einwanderern aus der Türkei in Deutschland präsent. Es besteht grundsätzlich die Möglichkeit, dass politische und religiöse Orientierungen sich auch im Mediennutzungsverhalten niederschlagen, indem etwa eigenständige (kurdische, alevitische usw.) Medien genutzt werden. In Fortführung des Arguments ist umgekehrt auch denkbar, dass diese Mediennutzung ihrerseits identitätsstiftend oder formierend wirkt, da sie Gemeinschaften in einen Mediendiskurs einbezieht, was sich sprachlich und gedanklich formativ auswirken kann. Die These steht im Raum, dass kurdische wie alevitische Identitäten und Nationalismen zu einem nicht unerheblichen Teil von Einwanderern in Berlin, Paris

und London geformt und über den Umweg Neuer Medien (Satelliten-TV, Internet) in die Türkei importiert werden.¹¹¹

In dem Interviewprojekt sind verschiedene Medienstrategien von Kurden deutlich geworden, die sich allerdings nicht zu einer einheitlichen kurdischen Mediennutzungsstrategie verdichten. Die These von der kurdischen „Virtual Community“, die durch die Politisierung des vergangenen Jahrzehnts weltweit auch im Exil Kontakt hält und nachhaltigen Einfluss auch auf die innertürkische Lage ausübt, muss dahingehend relativiert werden, dass kurdische Medien für den kurdischen „Normalbürger“, sofern er nicht politisch aktiv etwa im Umfeld der verbotenen PKK ist, eher eine Ergänzung als einen vollwertigen Ersatz türkischer und deutscher Medienangebote darstellen. Zwar gehören Kurden vielfach zu den schärfsten Kritikern der türkischsprachigen Medien. Diese werden zum Teil als „faschistisch“ bezeichnet,¹¹² da der Kurdenkonflikt in türkischen Medien ausschließlich aus der Perspektive des türkischen Staates dargestellt wird. Dennoch konsumieren die meisten Kurden nicht nur deutsche, sondern, abhängig von ihrem Nutzertyp, auch türkische Medien.¹¹³ Das in Kapitel 4 geschilderte Beispiel eines PKK-Oberen, der Mitglieder seiner Organisation vom Konsum türkischer Programme abhält, zeigt jedoch, dass auch separierende Nutzungsstrategien bei den Kurden existieren. Auf der anderen Seite gehen auch Assimilationsprozesse an der kurdischen Minderheit nicht vorbei, da sich insbesondere ein Teil der jungen kurdischen Generation gänzlich von kurdischen und türkischen Medien abgewandt hat.¹¹⁴

Schwierig gestaltet sich die qualitative Einordnung des auf kurdische Medien gerichteten Nutzungsverhaltens. Viele der Interviewpartner geben an, etwa die Zeitschrift *Özgür Politika* (türkisch) zu lesen, die vom deutschen Verfassungsschutz als Propagandaorgan der PKK eingestuft wird. Die Interviewpartner¹¹⁵ erweckten zugleich jedoch nicht den Eindruck der politischen Radikalität, so dass die These gewagt werden kann, dass kurdische Medien zum Teil mangels Alternative genutzt werden und weniger, weil sich die Nutzer mit der politischen Ausrichtung der Medien identifizieren müssen. Denkbar ist auch, dass *Özgür Politika* in diesen Tagen einen inhaltlichen Wandel zu größerer Moderation erlebt, wie die gesamte PKK in der Post-Öcalan-Ära in einem Wandlungsprozess steckt. Eine Inhaltsanalyse kurdischer Medien wie MedTV und Öz-

¹¹¹ Hakan Yavuz, *Media Identities for Alevis and Kurds in Turkey*, in: Dale F. Eickelman/Jon W. Anderson (Hrsg.), *New Media in the Muslim World. The Emerging Public Sphere*, Bloomington 1999, S. 180-199.

¹¹² Interview Tamer.

¹¹³ U.a. Interviews Sahbattin, Nisa, Hülya, Hüseyin (1).

¹¹⁴ Interview Haci.

gür Politika liegt bislang nicht vor, wäre aber von Bedeutung um die Konsumentenperspektive vor dem Hintergrund der Produktionsseite besser einschätzen zu können.

Nur schwer zu erkennen ist, in welchem Umfang und mit welchem politischen Wirkungspotenzial sich die kurdische Internetnutzung vollzieht. Diese Kommunikationsform wird zunächst durch eine Reihe von Faktoren eingeschränkt: a) durch Nutzungstypen (deutsche, türkische und/oder kurdische Medien?); b) kurdische Sprachkompetenz; c) Internet-Medienkompetenz. Selbst wenn Kurden bereit und willens sind, kurdische Medien zu nutzen, begrenzen die Kompetenzfaktoren die tatsächliche Nutzerzahl erheblich. Auch wenn in der Literatur die Bedeutung des Internets für die Diasporagemeinschaften beschrieben worden ist,¹¹⁶ ist davon auszugehen, dass nur eine kleine Informationselite unter den Kurden das Internet nutzt. In den Interviews ist auch angeklungen, dass das Internet zwar von Kurden in der Diaspora eingesetzt wird, dass aber in der kurdischen Community in Deutschland bekannt ist, dass in der Türkei selbst die Internetnutzung für Kurden mit Gefahren auf Grund staatlicher Repression verbunden sein kann, was das Nutzungspotenzial auch in Deutschland einschränkt.¹¹⁷

9. – Die EU-Integration aus Sicht von Mediennutzern

Ein Teil des Interviewprojekts hat sich mit der Frage beschäftigt, wie die europäisch-türkischen Beziehungen und wie insbesondere die Frage der Integration der Türkei in die Europäische Union in den deutschen und türkischen Medien aus Sicht der Mediennutzer dargestellt wird. Verbreitet ist die Auffassung gewesen, dass deutsche Medien oft das EU-Integrationspotenzial der Türkei unterschätzen. Die Argumente deutscher Medien (mangelnde Rechtsstaatlichkeit, Kurdenproblematik u.a.) werden dabei häufig als sachlich zwar haltbar, die nahezu gänzliche Konzentration auf diese Fragen, die auch in wissenschaftlichen Untersuchungen bereits bestätigt worden ist, wird jedoch als „arrogant“¹¹⁸ eingestuft. Die thematische Verengung wird als Ausdruck einer über sach-

¹¹⁵ U.a. Interview Sahbattin.

¹¹⁶ Karim H. Karim, From Ethnic Media to Global Media. Transnational Communication Networks among Diasporic Communities, in: Kai Hafez (Hrsg.), Media and Migration. Ethnicity and Transculturality in the Media Age, Schwerpunktheft der Zeitschrift NORD-SÜD aktuell 4/2001, S. 645-654.

¹¹⁷ Interview Hülya.

¹¹⁸ Interview Derya.

liche Kritik hinaus reichenden *anti-türkischen Grundstimmung* in deutschen Medien registriert.¹¹⁹

Viele Konsumenten meinen, in deutschen Medien müsse viel genauer zwischen einzelnen Teilen und Segmenten der türkischen Gesellschaft unterschieden werden, etwa zwischen dem integrationsoffeneren Westen des Landes und dem stärker traditionellen, oft „rückständigen“ Osten.¹²⁰ Bisweilen ist der Eindruck bei türkischen Einwanderern vorhanden, dass die deutschen Medien wenig eigenes Profil in der Frage der EU-Integration entwickelt hätten, sondern im Kern einer „utilitaristischen“ Politik der EU folgten, wobei man früher die Türkei als NATO-Partner gebraucht habe, diese aber nach dem Ende des Ost-West-Konflikts weniger bedeutsam sei und daher auch das Bild der Türkei eher negativ und integrationsunverträglich gezeichnet werde.

Als Beispiel für ungerechte Kritik wird angeführt, dass in deutschen Medien zunächst die Verlegung von türkischen Gefangenen in kleinere Zellen verlangt worden sei, um die Haftbedingungen zu verbessern; kaum sei dies aber geschehen, klagten deutsche Medien, die Verlegung in Einzelzellen erleichtere Folterpraktiken.¹²¹ In dieser Wahrnehmung ist es folgerichtig, dass deutschen Medien die Empfehlung gegeben wird, die Türkei auch vor dem Hintergrund der möglichen EU-Integration ausgewogener darzustellen und eine Kritikkultur zu entwickeln, die durch eine Politik der Anerkennung eine Stimmung bei der Türken fördert, berechnete Kritik aus Deutschland zu akzeptieren, statt, wie jetzt häufig der Fall, bei Kritik mit einem Abwehrreflex zu reagieren.

Was die deutsche Kritik an Menschenrechtsverletzungen an Kurden in der Türkei angeht, hat die Interviewbefragung ein sehr heterogenes Bild ergeben. Teils wird die Kritik anerkannt und noch als „zu milde“ beurteilt, da die Lage in der Türkei schlechter sei als dargestellt.¹²² Vielfach wird aber auch bemängelt, dass Probleme der türkischen Terrorismusbekämpfung zu wenig Raum fänden und dass in deutschen Medien eine unkritische Sympathie für die Kurden existiere.¹²³ Es besteht auch die Haltung, die Kritik in der Kurdenfrage sei lediglich „vorgeschoben“¹²⁴, denn sie verdecke die eigentlich vorhandenen wirtschaftlichen und kulturellen Vorbehalte Deutschlands gegen die EU-Integration der Türkei. Wirtschaftliche Argumente gegen einen baldigen Beitritt der Tür-

¹¹⁹ Interview Yakup.

¹²⁰ Interviews Özlem, Pinar.

¹²¹ Interview Eray.

¹²² Interviews Zerrin, Hülya, Hüseyin (1).

¹²³ Interview Ahmet (2), Mehmet (1), Sevim, Bülent (2).

¹²⁴ Interview Cinar.

kei werden von manchen Einwanderern eher als Begründung akzeptiert als kulturelle Vorbehalte und Menschenrechtsargumente.¹²⁵

Mit Blick auf die türkischen Medien wird konzediert, dass diese in der Regel eine positivere Sicht der EU-Integration der Türkei zeichnen als deutsche Medien – und damit im Grunde ein in ähnlicher Weise an politische Vorgaben (hier: Ankaras) angepasstes Meinungsklima verbreiteten wie deutsche Medien. Zugleich wird aber kritisiert, dass diese Medien falsche Prognosen entwickelten und Hoffnungen schürten, wenn sie suggerierten, die Türkei könne in absehbarer Zeit ein EU-Mitglied werden.

Insgesamt lassen die Intervieweindrücke darauf schließen, dass zwischen der „öffentlichen“ und der „veröffentlichten“ türkischen Meinung hinsichtlich der Frage der EU-Integration erhebliche Unterschiede bestehen. Das Interesse und der Wille zur EU-Integration war bei den meisten Befragten sehr groß – deutsche und türkische Mediendiskurse zu dieser Frage werden jedoch vielfach als entweder zu negativ oder als unrealistisch positiv eingestuft. Durch demoskopische Untersuchungen oder durch eine Kombination aus Medieninhaltsanalyse und Demoskopie müsste zukünftig der Frage nachgegangen werden, ob die Medien in dieser Frage tatsächlich in hohem Maße den jeweiligen Staatspolitiken zuneigen. Die nicht-mediale öffentliche Meinung (zumindest in der deutsch-türkischen Community) zeigt in ihrer Gesamtheit zwar eine pro-europäischen Grundhaltung, zugleich aber eine kritische Distanz zur deutschen wie zur türkischen EU-Politik.

10. – Auslandsbilder: Zwischen Anatólisierung des Türkeibildes und anti-deutschen Kampagnen

Fast alle Nutzertypen gehen in der Regel davon aus, dass das Bild Deutschlands in türkischen Medien zu positiv, das Türkeibild deutscher Medien hingegen zu negativ geprägt sei.¹²⁶ Die vorhandene wissenschaftliche Literatur auf diesem Gebiet bestätigt dieses Ungleichgewicht, wenngleich die Untersuchungen bisher nur zu begrenzten Fragestellungen und Zeiträumen vorgenommen wurden, was den Aussagewert ein-

¹²⁵ Interview Akif.

¹²⁶ U.a. Interviews Tuncer, Eray.

schränkt.¹²⁷ Obwohl einzelne Medien und Autoren sehr unterschiedlich berichten können und kein einheitliches „deutsches Türkeibild“ existiert,¹²⁸ decken sich die Beobachtungen der türkischen Mediennutzer in ihrer Grundtendenz tatsächlich mit diesen Ergebnissen.

Inhaltlich kritisiert wird von vielen Nutzern etwa das weitgehende Fehlen von Berichten über die „moderne Türkei“, dort, wo diese nicht durch den Kurdenkonflikt, politische Korruption oder den Islamismus geprägt ist. Zeitgenössische Facetten der türkischen Kulturentwicklung - Kunst, Musik usw. - fänden zu wenig Resonanz in deutschen Medien. Als eine Art „Anatolisierung des Türkeibildes der Medien“ wird von vielen Konsumenten beanstandet, dass zu wenig über die moderne und zu viel über die traditionelle Türkei (u.a. Anatoliens) berichtet wird.¹²⁹ Als Beispiel wird die Berichterstattung über den Absturz eines Flugzeugs von Birgen Air im Jahr 1998 in der Karibik angeführt. In den deutschen Medien sei immer wieder erwähnt worden, dass es sich dabei um eine *türkische* Maschine gehandelt habe und implizit oder explizit zum Ausdruck gebracht worden, dass türkische Flugzeuge in einem schlechten Zustand, nicht auf dem neuesten Stand Technik seien.¹³⁰

Aus der Sicht der Nutzer wird auch zu wenig berücksichtigt, dass die in Deutschland lebenden Türken vielfach in ihren sozialen Gepflogenheiten, insbesondere was das Tragen von Kopftüchern bei Frauen angeht, im Durchschnitt konservativer seien als die Mehrzahl der Menschen insbesondere in der Westtürkei und an den Mittelmeerküsten.¹³¹ Das Frauenbild deutscher Medien sei vielfach geprägt von Frauen aus bürgerlichen Verhältnissen, die zudem im kulturellen „Exil“ in Deutschland ihre Gepflogenheiten konservierten, während diese im Heimatland Türkei selbst längst in Auflösung begriffen seien. Als Referenzmodell für Frauen, die nicht traditionell-religiöse Gepflogenheiten folgten, sondern sich nach ihren persönlichen Interessen verwirklichten, müsse nicht die westliche Frau eingeführt werden, da es in der Türkei – zumindest in

¹²⁷ Gürsel Gür, Das Türkeibild in der deutschen Presse unter besonderer Berücksichtigung der EU-Türkei-Beziehungen. Eine Inhaltsanalyse für den Zeitraum 1987-1995, Frankfurt u.a. 1998; Siegfried Quandt, Die Darstellung der Türkei, der Türken und Kurden in deutschen Massenmedien. Die Berichterstattung der Printmedien und Fernsehsender im März/April 1995, Gießen 1995; Orhan Gökce, Das Bild der Türken in der deutschen Presse. Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung zum Besuch des türkischen Ministerpräsidenten Turgut Özal im Herbst 1984 in der Bundesrepublik Deutschland, Gießen 1988.

¹²⁸ Vgl. die Ausführungen über die Darstellung der Türkei in der deutschen Presse in: Kai Hafez, Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung, Band 2: Das Nahost- und Islambild der deutschen überregionalen Presse, Baden-Baden 2002, u.a. S. 53, 68 f.

¹²⁹ Interviews Zerrin, Murat (4), Özgül.

¹³⁰ Interview Muzaffer.

¹³¹ U.a. Interview Gülcan.

den größeren Städten – selbst genügend selbstverwirklichte Frauen als Vorbilder gebe.¹³²

Am Türkei bild deutscher Medien wird weiterhin kritisiert, dass es zu einer starken *Politisierung* neige. Ein großer Teil der Berichterstattung konzentrierte sich auf politisches Geschehen im engeren Sinne, d.h. überwiegend sogar auf staatliches Handeln, während etwa die sozialen Verhältnisse in der Türkei weitgehend aus dem Blickfeld gerieten.¹³³ Auch diese Beobachtung türkischer Mediennutzer wird durch empirische Inhaltsanalysen gestützt.¹³⁴

Im Deutschland bild türkischer Medien sind positive Facetten nach Meinung vieler Interviewpartner deutlicher ausgeprägt als im Türkei bild der deutschen Medien. Türkische Medien weisen vielfach ein polarisiertes Deutschland bild auf, nach dem Motto „Himmel oder Hölle“, Deutschland als Land des Wohlstandes, der Forschung und ohne soziale Schieflagen oder aber als Land der Fremdenfeindlichkeit und der Türkeifeindlichkeit.¹³⁵ Am Deutschland bild türkischer Medien werden von türkischen Konsumenten zwei komplementäre Grundtendenzen bemerkt: a) ein im Vergleich zum Türkei bild deutscher Medien strukturell positiveres Bild Deutschlands, aber zugleich auch b) im Vergleich zum Türkei bild deutscher Medien sehr viel stärkere punktuelle Negativausschläge des Deutschland bildes.

Was das grundsätzlich positivere Deutschland bild betrifft, so wird Deutschland aus Sicht vieler türkischer Medienkonsumenten häufig als „bester Freund“ dargestellt. Dabei wird allerdings zeitweise auch über einen deutsch-türkischen politischen Dialog berichtet, den es in Wahrheit in dieser permanenten Form nicht gibt.¹³⁶ Außerdem ist aus Sicht der Nutzer der Grundtenor trügerisch, wonach Deutschland in türkischen Medien oft als eine Art „Schlaraffenland“ dargestellt wird, während die auch in Deutschland bestehenden sozialen Ungleichheiten unbeachtet bleiben. Viele Türken haben demnach in Deutschland negativere Erfahrungen gemacht als das von Klichés und offiziellen Perspektiven und diplomatischen Rücksichtnahmen geprägte türkische Medienbild Deutschlands erkennen lässt.¹³⁷

Auf der Grundlage dieses weitgehend positiven Deutschland bildes wird allerdings auch von den Medienkonsumenten bemerkt, dass immer wieder heftige Negativaus-

¹³² Interview Cinar.

¹³³ Interview Sevda.

¹³⁴ Hafez (Band 2), S. 47 f.

¹³⁵ Interview Sahbattin.

¹³⁶ Interview Bülent (2).

schläge zu verzeichnen sind. Die wiederkehrenden Kampagnen in türkischen Zeitungen gegen einzelne in Deutschland lebende Politiker, Wissenschaftler und Geschäftsleute sind, wie in Kapitel 12 bereits ausgeführt, Teil einer verbreiteten Medienkritik deutscher Türken an ihren Medien. Auch von Boykottaufrufen in türkischen Zeitungen gegen deutsche Waren wird berichtet.¹³⁸ Diese Beispiele zeigen, dass ungeachtet des positiven Deutschlandbildes dort, wo deutsch-türkische Streitfragen berührt werden oder wo die Türkei bzw. der türkische Staat von einzelnen Akteuren in Deutschland oder von der Bundesregierung selbst kritisiert werden, extreme Resonanzen erzeugt werden können, die daran zweifeln lassen, ob in türkischen Medien in hinreichendem Maß eine Kultur der Kritikfähigkeit und der nationalen Selbstkritik entwickelt ist.¹³⁹

Insgesamt erzeugen die Interviews den Eindruck einer sehr verbreiteten Stimmung der Kritik sowohl am Türkei- und Deutschlandbild deutscher Medien als auch am Deutschlandbild türkischer Medien. Viele Konsumenten erkennen durchaus, dass sich Generalisierungen verbieten, da die Medien in der Vielzahl der Fernsehsender und Publikationen kein einheitliches Bild verbreiten. Dennoch werden in vielen Interviews übereinstimmend die oben dargelegten Grundtendenzen beschrieben. Die Kritik der Mediennutzer sollte insofern zu denken geben, als es diese Klientel ist, die Leistungen und Defizite der Auslandsberichterstattung am besten beurteilen kann, da sie oft deutsche und türkische Medien parallel nutzt und insofern medienkritisch vergleichen kann. Zudem verfügen sie vor allem bei nicht-politischen Themen über eigene Lebenserfahrungen in Deutschland und der Türkei, was eine kritische Begleitung der Medienberichterstattung ermöglicht.

Insgesamt kann über die bilateralen Auslandsbilder deutscher und türkischer Medien aus der Sicht der Medienkonsumenten gesagt werden, dass vor allem der deutschen Berichterstattung nur wenige sachliche Mängel und Fehler unterstellt werden. Kritisiert wird jedoch eine zu starke Konzentration auf Konfliktthemen (Kurden, Menschenrechte usw.) und auf die traditionelle Türkei. Das Deutschlandbild türkischer Medien gilt zum Vergleich als weniger konfliktorientiert, es zeigt ein positives Grundverhältnis zu Deutschland, es sind jedoch gelegentliche, kampagnenhafte Verschlechterungen des Deutschlandbildes zu beobachten. Beide Tendenzen – die strukturelle (deutsche) Konfliktorientierung wie die sporadische (türkische) Konfliktorientierung –

¹³⁷ Interview Pinar, Özlem.

¹³⁸ Interview Cinar.

¹³⁹ Vgl. a. Interview Gülcan.

werden als Feindbild „zwischen den Zeilen“¹⁴⁰ gedeutet. Eine Reflexion über die Ausgewogenheit der Berichterstattungslage unter besonderer Berücksichtigung eines dringend erforderlichen journalistischen Krisenmanagements für Zeiten, in denen politische Streitfälle zwischen Deutschland und der Türkei akut werden und in denen die Medien das öffentliche Klima die deutsch-türkischen Beziehungen möglicherweise nachhaltig beeinflussen, wäre aus Sicht des türkischen Mediennutzers ratsam.

11. – Ausländerbilder: Stereotype und ihre Funktionalisierung

In diesem Teil der Studie geht es vor allem um die Frage, ob türkische Einwanderer in Deutschland der Auffassung sind, deutsche Medien könnten für die verbreitete fremdenfeindliche Stimmung in Deutschland insbesondere seit den 1990er Jahren mitverantwortlich sein. Theoretisch ist die Rolle der Medien etwa als die eines „Katalysators“ fremdenfeindlicher Motive und Gewalttaten beschrieben worden. Die Wirkung von Medien auf die Entwicklung der Fremdenfeindlichkeit ist jedoch auch in den existierenden Untersuchungen nicht mit befriedigender Sicherheit und Differenzierung ermittelt worden.¹⁴¹

Özgür (2), 25, Fremdsprachenassistent, glaubt grundsätzlich nicht an einen starken Einfluss der Medien in diesem Bereich (Zitat aus dem Gesprächsprotokoll):

Özgür (2) glaubt nicht, dass sich die Meinung der Einwanderer mit dem Konsum von mehr deutschen Medien verändern würde. Als Einwanderer sei ihre Meinung auf Grund der Einwanderung schon vorgebildet. Diese Meinung würde sich erst mit einem Lotto-Gewinn ändern, sprich wenn sie reich seien. (...) Die deutschen Medien würden tolerant und offen wirken, wobei die Majorität des deutschen Volkes (...) intolerant sei. Die Einwanderer hätten schon ihre Meinung. Es sei schwer,

¹⁴⁰ Interview Aynur.

¹⁴¹ Brosius und Esser beispielsweise weisen nicht zwingend nach, dass Medien eine fördernde Wirkung im Bereich fremdenfeindlicher Gewalt ausüben. Sie selbst argumentieren, dass die Art der Berichterstattung nicht ausschlaggebend ist für die Anzahl der danach registrierten Gewaltakte. Wenn es aber lediglich die Berichterstattung *an sich* ist, die die Urheber von fremdenfeindlicher Gewalt zu ihren taten motiviert hat, dann muss festgestellt werden, dass die Medien grundsätzlich eine Verpflichtung haben, über Fragen, die hier auslösend sein können (z.B. im Rahmen der Asyl-Debatten), zu berichten, so dass nicht von einer schuldhaften „Verantwortung der Medien“ gesprochen werden könnte, da hier lediglich die vermittelnde Funktion der Medien in der Berichterstattung über gesellschaftliche Positionen berührt ist. Anders ausgedrückt: Für den Nachweis der Mitverantwortung der Medien an der Fremdenfeindlichkeit ist es notwendig, zu zeigen, dass nicht das berichtete *Ereignis* (z.B. Ausschreitungen), sondern die *Art der Berichterstattung* einstellungsprägend wirkt. Vgl. Hans-Bernd Brosius/Frank Esser, Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt, in: Jürgen W. Falter/Hans-Gerd Jaschke/Jürgen R. Winkler (Hrsg.), Rechtsextremis-

die Meinung von Erwachsenen zu ändern. Bei Kindern wäre das einfacher, da man Kinder erziehen könne. (...)Seiner Meinung nach gäbe es nicht einen Türken, der nicht mindestens ein mal wegen seiner Herkunft ein Problem mit den Deutschen gehabt habe. Dieses Erlebnis fresse sich rein, wie ein Brandmal und beeinflusse das Bild der Türken von Deutschland und den Deutschen. Um diese schlechte Erfahrung wieder gut zu machen, würde es vieler guter Dinge brauchen. Hier müssten andere Deutsche, die sich mit Türken und ihrer Kultur auskennen, dieses zerstörte Bild wieder aufbauen. Zerstören gehe leichter als Aufbauen.¹⁴²

Kritik an der Art der Darstellung von Ausländern, Fremden wie auch von Fremdenfeindlichkeit ist sowohl mit Blick auf deutsche als auch türkische Medien bei türkischen Mediennutzern in Deutschland äußerst verbreitet. Zwar gibt es einige, die nicht an einen solchen Zusammenhang glauben und den deutschen Medien ein Bemühen um Ausgleich attestieren.¹⁴³ Auch werden Verbesserungstendenzen im deutschen Medienbild erkannt.¹⁴⁴

Die Zahl der kritischen Argumente im Bezug auf das Bild der Türken in deutschen Medien ist jedoch groß:

- Das Türkenbild gilt nach wie vor als *geprägt von der ersten Einwanderergeneration*, während die 2. und 3. Einwanderergeneration, die häufig wegen ihrer fortgeschrittenen Integration kaum noch als „türkisch“ erkennbar ist, als Kulturmittler von großer Bedeutung sein könnte, für die Medien nach Auffassung der türkischen Nutzer keine Rolle spielt.¹⁴⁵ Der Imbissbudenbetreiber Mehmet (2) beklagt sich darüber, dass das Bild der Türken zu stark von Döner-Verkäufern, Gemüsehändlern oder Drogendealern geprägt sei.¹⁴⁶
- Eine Mitverantwortung der Medien für Fremdenfeindlichkeit wird insbesondere in Verbindung mit der *Anti-Asylpolitik* der CDU/CSU in den 1990er Jahren attestiert. Art und Umfang der Berichterstattung werden kritisiert, vor allem eine teilweise inadäquate Darstellung von gesellschaftlichen Folgeproblemen der Einwanderung und Asylpolitik.¹⁴⁷

mus. Ergebnisse und Perspektiven der Forschung, Sonderheft Politische Vierteljahresschrift 37 (1996) 27, S. 204-218.

¹⁴² Interview Özgür U.

¹⁴³ U.a. Interview Sahbattin.

¹⁴⁴ Interview Mahmut.

¹⁴⁵ Interviews Sahbattin, Hülya.

¹⁴⁶ Interview Mehmet (2).

¹⁴⁷ Interview Mülayim.

- Moniert wird die mangelnde Informiertheit deutscher Journalisten über das Leben der Türken in Deutschland, woraus ein verzerrtes Türkenbild entstehe, etwa wenn es um die Darstellung des *islamischen Glaubens* gehe. Der Islam wird aus Sicht von Verbrauchern zu sehr als repressive Religion vorgestellt, während Toleranzaspekte und alltägliche Praktiken und Paradoxien des Volksislam weithin unbekannt blieben.¹⁴⁸
- Deutsche Medien zeigen aus der Sicht vieler türkischer Konsumenten zu *wenig Sympathie*, also eine emotionale Bindung zu den Türken als Kollegen und Mitmenschen und pflegten stattdessen eine gefühlsneutrale „objektive“ Berichterstattung.¹⁴⁹
- Türken sind in deutschen Medien aus Sicht der Befragten zu wenig als *Akteure* präsent. Es wird bemängelt, dass insbesondere im Informations- und Nachrichtbereich sowie in sachorientierten Talk-Show-Formaten Türken kaum sichtbar seien, auch wenn in Deutschland viele Türken in wichtigen intellektuellen Berufen arbeiteten (Rechtsanwälte, Ärzte usw.).¹⁵⁰ Zugleich wird anerkannt, dass sich die Repräsentanz von Türken in deutschen Medien langsam normalisiert. Insbesondere die privaten deutschen Fernsehsender – v.a. Sat1 und RTL – werden gelobt dafür, dass Schauspieler türkischer Herkunft in Soaps, Fernsehreihen oder als Moderatoren eingesetzt werden.¹⁵¹ Auch die stärkere Präsenz von Einwanderern als Schauspieler, Fernsehkommissare usw. in den öffentlich-rechtlichen Medien wird anerkannt. Zugleich jedoch werden Sendungen wie „Lindenstrasse“ für ihre klichéhafte Rollenbesetzung von Ausländern (z.B. junger Türke, der seine Schwester unterdrückt) kritisiert.¹⁵² Eine Weiterentwicklung der Repräsentanz an Schlüsselstellen der Medien (z.B. ein türkischer Nachrichtenmoderator) wird empfohlen.¹⁵³
- Der nachhaltigste Kritikpunkt, der von den türkischen Mediennutzern geäußert wird, ist die häufig *unberechtigte Verknüpfung von Nachrichten über Verbrechen mit der türkischen Herkunft* der Straftäter in der deutschen Presse. Die türkische Herkunft oder Nationalität wird aus Sicht vieler Nutzer auch dort häufig hervorgehoben, wo sie mit dem Gang des Verbrechens in keinem ursächlichen Zusam-

¹⁴⁸ Interviews Eray, Zerrin, Nurhan, Sahin.

¹⁴⁹ U.a. Interview Filiz.

¹⁵⁰ Interview Hülya.

¹⁵¹ Interview Mehmet (2).

¹⁵² Interview Sibel.

menhang steht.¹⁵⁴ Interessant ist, dass der Pressekodex des Deutschen Presserates – der ethischen Selbstregulierungsinstanz der deutschen Presse – in Paragraph 12.1 exakt vor diesem Tatbestand warnt und ihn für unethisch erklärt. Auch eine große Zahl der im interkulturellen Kontext bearbeiteten Fälle des Rates beschäftigt sich mit dieser Frage.¹⁵⁵ Aus Sicht türkischer Konsumenten muss jedoch der Deutsche Presserat mit seinem Anliegen in Bezug auf die türkischen Einwanderer gescheitert sein, und es besteht großer zusätzlicher Handlungsbedarf im Bereich der journalistischen ethischen Reflexion. Berücksichtigt werden muss allerdings dabei, dass der Deutsche Presserat nur auf Beschwerden hin tätig werden kann, und es ist fraglich, ob sich das vorhandene Unbehagen bei türkischen Konsumenten tatsächlich bereits in konkrete Beschwerden umgesetzt hat.

Selbst diejenigen, die deutschen Medien eine Mitverantwortung an der Entwicklung der Fremdenfeindlichkeit geben, räumen zum Teil ein, dass die türkischen Medien bei ihrer Berichterstattung über Fremdenfeindlichkeit in Deutschland zu Übertreibungen neigen.¹⁵⁶ Viele Türken in Deutschland fühlen sich zum Teil nicht allein von deutschen Medien in ihrer Existenz als „Ausländer“ und „Fremde“ falsch portraitiert. Sie wännen sich zugleich von den türkischen Medien instrumentalisiert, da diese durch eine Emotionalisierung der Konflikte die Situation in mehrfacher Hinsicht zu manipulieren trachten: a) die türkischen Medien entwickeln Gegenargumente gegen die Menschenrechtskritik Deutschlands und der EU an der Türkei, und b) sie suggerieren, dass gesellschaftliche Integration in Deutschland unmöglich und die Türkei und die türkische Presse das einzig legitime Sprachrohr der Türken in Deutschland seien.

Natürlich sind auch diese Aussagen zu relativieren, denn ebenso wie Negativbeispiele, die zeigen, dass bestimmte türkische Medien die Fremdenfeindlichkeit in Deutschland gelegentlich pauschalisieren, ließen sich Beispiele dafür finden, dass die türkischen Medien etwa nach den Anschlägen von Mölln und Solingen sehr sachlich reagiert haben.¹⁵⁷ Es muss jedoch die Tatsache beachtet werden, dass es unter türkischen Medienkonsumenten durchaus die Wahrnehmung gibt, dass türkische Medien in dieser Frage zu Missbrauch neigen. Dazu wird ihnen vorgeworfen, bei der Behandlung

¹⁵³ Interview Memduh.

¹⁵⁴ U.a. Interviews Haci, Ömer, Yasar.

¹⁵⁵ Vgl. hierzu die Jahrbücher des Deutschen Presserates.

¹⁵⁶ Interview Eray, Sahin, Olcay.

¹⁵⁷ Cem Özdemir, Viel Bedarf, wenig Angebot, in: Zeitschrift für Kulturaustausch 3/1999, S. 91.

der Frage der fremdenfeindlicher Übergriffe in Deutschland zeitweise selbst nationalistisch zu agieren, da in Fällen, in denen etwa Afrikaner betroffen sind, weitaus weniger Aufmerksamkeit vorhanden ist, was zeigt, dass es primär um den Schutz der eigenen Landsleute geht.¹⁵⁸ Aus der Perspektive vieler Konsumenten avanciert das Thema „Fremdenfeindlichkeit“ geradezu zum Spielball deutscher und türkischer Medien. Aus kurdischer Sicht ist hinzuzufügen, dass türkische Medien dafür kritisiert werden, dass sie wenig Mitleid zeigen, wenn Kurden in Deutschland Opfer des Rassismus werden. Im Gegenteil löse es zum Teil offene Häme aus, wenn ein kurdischer Asylant bei seiner Flucht vor dem türkischen Staates in Deutschland zu Schaden käme.¹⁵⁹

Im Unterschied zu den Fernbildern der Türkei und Deutschlands in den Medien (vgl. Kap. 10) ist keine deutliche Verbindung zwischen bestimmten Nutzertypen und einer bestimmten Form der Kritik erkennbar. Es ist häufig gerade der Assimilationsnutzer, der am Türkeibild deutscher Medien wenig moniert, der aber das Ausländer- und Fremdenbild in deutschen Medien kritisiert.¹⁶⁰ Ausschließliche Nutzung deutscher Medien, fortgeschrittene Integration und geringes Interesse an der Türkei schließen also nicht aus, dass im Fall des Fremdenbildes von Türken eine besondere Sensibilisierung besteht und dass der Assimilationsnutzer gerade in diesem Punkt besonderes medienkritisch ist, da sein eigener Integrationsversuch hier zu Disposition steht.

¹⁵⁸ Interviews Nurhan, Gökhan, Derya.

¹⁵⁹ Interview Sahbattin.

¹⁶⁰ U.a. Interviews Tuncer, Aliye.

Kurzfassung der Projektergebnisse

Im Rahmen des vorliegenden qualitativen Projekts zur türkischen Mediennutzung sind 93 Tiefeninterviews mit Familien und Einzelpersonen durchgeführt worden. In Ergänzung der repräsentativen GöfaK-Studie sollten Motive und Einstellungen beim Konsum deutscher und türkischer Medien ergründet werden, wobei der Zusammenhang von Mediennutzung und gesellschaftlicher Integration im Vordergrund stand. Behindert die Nutzung türkischer Medien die Integration und wird diese durch deutsche Medien gefördert?

Die Interpretation der Gesprächsprotokolle basiert auf einem flexiblen theoretischen Konzept, das verschiedene Nutzungskompositionen (nur deutsche, nur türkische oder beide Medienformen) zu unterschiedlichen Integrationsebenen in Beziehung setzt. Von der (politischen) Systemintegration unterschieden werden soziale und kulturelle Integration. Alle Integrationsebenen stehen in Wechselwirkung mit der Mediennutzung. Es wird angenommen, dass die Medienwirkung auf die politische und soziale Integration auf Grund der möglichen Stabilität und Kommunikationsresistenz von bereits erworbenen Kernwerten am geringsten ist. Das stärkste Wirkungspotenzial wird den Medien im Bereich der kulturellen Integration (Verhaftung im kulturellen Diskurs) zugebilligt.

Das Interviewprojekt hat gezeigt, dass zwischen türkischer und/oder deutscher Mediennutzung und politisch-gesellschaftlichen Einstellungen kein einheitliches Verhältnis besteht. Sechs Nutzertypen werden unterschieden – weitere Differenzierungen ließen sich einführen. Der *Kulturexil-Nutzer* verwendet nur türkische Medien. Er will hierdurch in kulturellem Kontakt mit seiner Heimat bleiben, empfindet in Deutschland ein kulturelles Unbehagen, bemüht sich nicht um eine entsprechende kulturelle Integration in Deutschland und bleibt auch sozial außerhalb der türkischen Community weithin desintegriert. Sein Vertrauen in das deutsche politische und wirtschaftliche System ist jedoch größer als in das System der Türkei. Im Unterschied dazu konsumiert der *politische Exil-Nutzer* türkische Medien in dem Bewusstsein der Identifikation mit dem türkischen Staat und System und vor dem Hintergrund eines nationalistisch gefärbten negativen Deutschlandbildes. Während dieser Nutzertyp oft den klassischen türkischen Zeitungen sowie dem Staatsender TRT zuneigt, ist er nicht selten ein Kritiker der zahlreichen neuen Unterhaltungssender des türkischen Fernsehens. Die neuen Fernsehprogramme erleichtern also den Rückzug in ein türkisches „Medienexil“ – diese Medienexil

ist aber in hohem Maße apolitisch und stärkt nicht zwangsläufig Tendenzen einer ethnisch-nationalistischen „Parallelgesellschaft“ der in Deutschland lebenden Türken.

Als *Diaspora-Nutzer* bezeichnet werden Konsumenten, die zwar ebenfalls nur türkische Medien nutzen, aber sozial weitaus besser integriert sind und keine „Exil“-Perspektiven einnehmen. Sie nutzen türkische Medien aus pragmatischen Gründen, weil ihnen deutsche Medien sprachlich nicht zugänglich sind und weil sich türkische Nutzungsgewohnheiten verfestigt haben. Die fortgeschrittene soziale Integration (Ehen und Freundschaften mit Deutschen usw.) und das ebenfalls große Vertrauen in das deutsche politische System lässt die Diaspora-Nutzung, mehr noch die Kulturexil-Nutzung, als einen gesellschaftlich tolerablen Ausdruck kultureller Präferenzen im Einklang mit weltweiten Trends zur Globalisierung von Kultur erscheinen.

Als *Bikultur-Nutzer* bezeichnet werden diejenigen Verbraucher, die sowohl deutsche als auch türkische Medien nutzen. Ihre Fähigkeit ist oft sehr ausgeprägt, einerseits „das Beste“ aus beiden Medienräumen für ihre Interessen zu nutzen und andererseits die Mängel deutscher und türkischer Medien zu analysieren. Bikulturalismus verschafft eine Vergleichsperspektive und besitzt eine wichtige kulturelle Brückenfunktion zur Überwindung von nationalen und staatlichen Informationsgrenzen. Bikultur-Nutzer kritisieren oft ebenso die Staatsorientierung türkischer Medien wie das eingeschränkte und dadurch verzerrte Türkeibild deutscher Medien. Als *Transkultur-Nutzer* können diejenigen Verbraucher bezeichnet werden, die vorwiegend spezifische deutsch-türkische Medienangebote nutzen – was am Befragungsort der Studie, in Hamburg, anders als in Berlin mangels entsprechender Angebote kaum der Fall war.

Der Gegentyp zum Exil-Nutzer ist der *Assimilationsnutzer*, der nur deutsche Medien konsumiert. Das Gefühl der Fremdheit besteht bei diesem Typ nicht in der Berührung mit der deutschen, sondern mit der türkischen Kultur und Gesellschaft, die durch türkische Medien vermittelt werden. Dieser zumeist jüngere Nutzertyp kennt die türkische Kultur nur noch mittelbar durch Eltern und Bekannte oder durch Türkeiurlaube. In den jungen Generationen, die (gemäß der GöfaK-Studie) fast ausschließlich aus Bikultur-, Transkultur oder Assimilationsnutzern bestehen, macht sich ein deutlicher kultureller Wandel bemerkbar, der eng mit der Sprachkompetenz zusammenhängt. Zwar spricht der größte Teil der Jugendlichen scheinbar fließend Türkisch, verbleibt dabei aber oft auf einem Konversationsniveau. In vielen Interviews ist der Eindruck entstanden, dass in Deutschland aufgewachsene türkische Jugendliche vielfach kaum noch in

der Lage sind, türkische Nachrichten zu verstehen, da ihnen das Vokabular und der Verständnisszusammenhang fehlen.

Bikultur-, Transkultur- und Assimilationsnutzer sind zwar kulturell integriert und unterscheiden sich im Mediennutzungsverhalten kaum von anderen Jugendlichen. Aber auch bei dieser kulturell, sozial und systemintegrierten Gruppe können Integrationsvorbehalte bleiben (z.B. keine Ehen mit Deutschen). Auch das Bewusstsein, „Türke“ oder „Türkin“ zu sein ist zum Teil noch vorhanden, wenngleich hier tiefgreifende Meinungsverschiedenheiten als Ausdruck des kulturellen Wandels erkennbar werden. Diejenigen, die ungeachtet ihrer durch Medien geförderten „Deutschlandkompetenz“ Integrationsvorbehalte hegen, beweisen, dass soziale und politische Grundeinstellungen keine Frage des Medienmixes sind. Hier bestätigt sich die theoretische Annahme, dass Kernwerte oft kommunikationsresistent sind. Die einfache Losung „Je mehr deutsche Medien jemand nutzt, um so besser ist er integriert“ und um so besser ist sein Verhältnis zu Deutschland, erscheint zu pauschal.

Dies gilt ebenso wie das umgekehrte Deutungsmuster „Je mehr türkische Medien jemand nutzt, um so weniger ist er in die deutsche Gesellschaft integriert“. Diaspora- und zum Teil auch Kulturrexil-Nutzung sind nur sehr beschränkt als Integrationsblockaden anzusehen – die Bikultur-Nutzung erscheint überhaupt nicht als integrationsgefährdend. Die ausschließliche Nutzung türkischer Medien, die heute noch immer ganz überwiegend in der Türkei produziert werden, bedeutet, dass Integration und Mitgestaltungswillen mit Bezug auf die deutsche Kultur und Gesellschaft zurückstehen. Sie ist jedoch unter Umständen vereinbar mit sozialer und (politischer) Systemintegriertheit (z.B. großes Vertrauen ins deutsche politische System). Bikultur-Nutzung ermöglicht darüber hinaus jede Möglichkeit einer weitgehenden auch der kulturellen Öffnung und Integration.

Um den kulturellen Integrationsgrad von Exil- und Diaspora-Nutzern erhöhen, müssten zielgenaue Strategien entwickelt werden, die an den unterschiedlichen Bedürfnissen der Nutzergruppen anknüpfen - was letztlich ohne eine Veränderung und Erweiterung der bestehenden deutschen Medienlandschaft kaum möglich sein wird. Auch wenn nicht angenommen werden darf, dass Medien direkt und in jedem Fall auf die politische und soziale Integration wirken: die durch Medien geförderte kulturelle Integration stellt einen Wert an sich dar und ist für die Gesamtbilanz der gesellschaftlichen Integration bedeutsam:

- *Kulturexil-Nutzer*: Um die kulturelle Offenheit zu fördern, wären mediale Brückenangebote erforderlich, die definitiv bilingual mit starkem türkischsprachigem Schwerpunkt sein müssten. Die Angebote müssten an dem „Heimweh“ der Exil-Nutzer anknüpfen, traditionelle und fortschrittliche Elemente türkischer Kultur mischen und ein breit gefächertes politisch-gesellschaftliches Informationsinteresse an der Türkei befriedigen. Durch besondere deutsch-türkische Kanäle oder Programmschienen, Beilagen und Sonderseiten in bestehenden deutschen Medien, könnte schrittweise versucht werden, diesen Nutzertypus an deutsche Medien heranzuführen. Dabei ist wesentlich, solche Medienangebote als Teile eines breiteren, über Medien in Schule, Bildung und Gesellschaft hinausgehenden Integrationsangebots zu definieren, denn kulturelle Offenheit basiert auf einem Vertrauen gegenüber Deutschland, das allein durch Medien nicht hergestellt werden kann.
- Auch für den *Diaspora-Nutzer* sind Brückenangebote erforderlich, will man die kulturelle Öffnung fördern. Die psychologische Bereitschaft zur medialen Umorientierung auf einen bikulturellen Mediengebrauch ist größer als beim Exil-Nutzer, da auf Grund der erfolgreicheren sozialen Integration das allgemeine Vertrauen in die deutsche Gesellschaft – nicht nur in Staat und Wirtschaft, sondern auch in Menschen und Kultur – größer ist. Das Medienangebot müsste beim Diaspora-Nutzer ebenfalls bilingual ausgerichtet sein. Inhaltlich müsste es sich aber weniger auf die Türkei konzentrieren, da Diaspora-Nutzer auf Grund ihrer besseren sozialen Integration und stärkeren Identifikation mit Deutschland eine größere Grundoffenheit für die deutsche Kultur und Gesellschaft besitzen.
- Für den *Bikultur-Nutzer* ist wichtig, dass sich die Medienlandschaft erneuert und innovative Medienangebote mit multikulturellem und transkulturellem Charakter geschaffen werden. Die bestehenden deutschen und türkischen Medien müssen ihre Angebote differenzieren. Bikultur-Nutzer wollen mehr Nachrichten über soziale und kulturelle Entwicklungen in der Türkei als sie in den deutschen Medien finden können – aber sie wenden sich gegen die Zensur- und Kontrollpraktiken der türkischen Medien und sind für neue Perspektiven und Interpretationen offen. Sie plädieren für ein ausgewogeneres Türkei-Bild deutscher Medien – ohne allerdings

die halbstaatlichen Sichtweisen und Beschränkungen vieler türkischer Medien zu befürworten.

- Der *Assimilationsnutzer* teilt im Grunde alle Präferenzen der deutschen Medienkonsumenten und ist dem „normalen“ deutschen Diskurs verhaftet. Die gelegentlichen Integrationsvorbehalte (Ehen, Heimatbegriff usw.) können als Zeichen dafür aufgefasst werden, dass das gesellschaftliche Klima auch der hier geborenen und aufgewachsenen dritten Einwanderergeneration nur bedingt vertrauenswürdig erscheint. Für die Assimilationsnutzer ist es daher von größter Bedeutung, dass die Repräsentanz türkischstämmiger Einwanderer in deutschen Medien vergrößert wird, und zwar in Schlüsselpositionen besetzt durch Moderatoren, Nachrichtensprecher und Schauspieler, nicht aber in „Multi-Kulti“-Reservaten.

Die Interviewstudie hat neben der Typenbildung eine Reihe interessanter Beobachtungen gemacht, die für die Frage des Zusammenhangs von Medien und Integration bedeutsam sind:

- *Unterhaltungfernsehen*: Fernsehprogramme aus der Türkei (via Satellit) werden in hohem Maße aus Gründen der Unterhaltung genutzt. Eine stärkere politische Orientierung des Konsumenten an der Türkei kann daraus nicht abgeleitet werden.
- *Medienkritik*: Türkische Mediennutzer sind Medienkritiker. An türkischen Medien werden vielfach mangelnde Objektivität, Sensationismus, mangelnder Professionalismus und starker Nationalismus kritisiert. Zugleich wird anerkannt, dass sich der türkische Journalismus verbessert hat, kritischer geworden ist und in vielen Bereichen einen starken Wandel durchlebt. Medienkritik verringert zumindest teilweise die Manipulationsanfälligkeit der Medienrezipienten und fördert eigenständige Meinungsbildung.
- *„Deutsch-türkisches ARTE“*: Bei Nutzern unterschiedlichen Typs findet die Vorstellung eines deutsch-türkischen Fernsehsenders großen Anklang. Zwar bestehen nur vage Vorstellungen davon, wie ein solches „deutsch-türkisches ARTE“ gestaltet werden müsste. Es ist aber ein starkes Bedürfnis nach einer Weiterentwicklung der Berichterstattungslandschaft zu erkennen, die durch ein neuartiges Leitmedi-

um bereichert und auf das Niveau einer fortgeschrittenen Einwanderungsgesellschaft gebracht werden könnte.

- *Generationenwandel:* Mediennutzung im Prozess der Einwanderung hängt in hohem Maß von Zeitpunkt und Rahmenbedingungen ab. Jugendliche konzentrieren sich in der Regel sehr viel stärker auf deutsche Medien. Sie entfliehen dem „Medienexil“ ihrer Eltern und passen sich an das allgemeine Nutzungsverhalten ihres jeweiligen Milieus an. Da viele junge Menschen die türkischen Zeitungen und Nachrichtensendungen aber nicht mehr nutzen und sie in deutschen Medien überwiegend auf Unterhaltungsangebote fixiert sind, fallen sie nicht selten in ein „Loch der politischen Information“.
- *Sprachkompetenz:* In der Türkei aufgewachsene Einwanderer benötigen ohne Sprachtraining in der Regel 4-5 Jahre und mit Sprachtraining 1-2 Jahre, um die deutschen Medien zu verstehen. Je länger der Erwerb sprachlicher Medienkompetenz dauert, um so wahrscheinlicher ist es, dass sich an türkischsprachigen Medien orientierte Nutzungsgewohnheiten verfestigen. Jugendliche sprechen und lesen häufig besser Deutsch als ihre Eltern, sie wachsen zweisprachig auf, aber ihre Sprachkompetenz verbleibt insbesondere im Türkischen oft auf Konversationsniveau. Viele Jugendliche *verstehen* etwa türkische politische Nachrichten nicht mehr, oder nur noch sehr oberflächlich.
- *Minderheiten:* Mitglieder ethnischer Minderheiten wie der Kurden weisen sehr verschiedene Mediennutzungsstile auf. Sie bilden keine Mediennutzungsgemeinschaft. Eine politisch organisierter Teil innerhalb der kurdischen Minderheit nutzt bewusst kurdische Medien (die teilweise auf Türkisch sind) und viele Kurden kritisieren türkische Medien vehement für die Art der Darstellung der Kurdenfrage. Die Mehrzahl der Kurden aber nutzt ebenso deutsche und türkische Medien und weist die gleichen Mediennutzungstypen wie die Türken auf.
- *EU-Integration:* Hinsichtlich der Frage der EU-Integration der Türkei wird von Verbrauchern in hohem Maß kritisiert, dass deutsche Medien zu pessimistisch und konfliktorientiert, türkische Medien hingegen zu optimistisch und zu wenig selbstkritisch berichten. Es besteht in dieser Frage eine erkennbare Kluft zwischen der veröffentlichten Meinung in deutschen und türkische Medien einerseits und der öffentlichen Meinung der in Deutschland lebenden Türken andererseits.

Die türkische Öffentlichkeit wünscht sich von den deutschen und türkischen Medien mehr Differenzierungen bei der Analyse der EU-Integration der Türkei.

- *Auslandsbild:* Es wird weithin kritisiert, dass das Deutschlandbild türkischer Medien im allgemein zu positiv, dass Türkei bild deutscher Medien hingegen zu negativ sei. Am Deutschlandbild türkischer Medien wird von vielen Mediennutzern bemängelt, es werde als befreundeter Staat und Bündnispartner und als Vorbild der Wirtschaftsentwicklung dargestellt, obwohl viele türkische Einwanderer in Deutschland Erfahrungen mit sozialer Not gemacht haben. Auf Basis dieses als klischeehaft empfundenen positiven Bildes wird allerdings bemerkt, dass ein Teil des türkischen Journalismus immer wieder zu Kampagnen gegen einzelne Personen und Positionen in Deutschland neigt, die berufsethische Grenzen deutlich überschreiten. Der deutsche Journalismus scheint berechenbarer und solider. Allerdings wird hier vielfach eine Tendenz zur „Anatolisierung“ des Türkei bildes erkannt und – trotz aller auch von türkischen Mediennutzern eingeräumten berechtigten Kritik an Menschenrechtsverletzungen – eine subtile anti-türkische Grundstimmung.
- *Ausländerbild:* Bei türkischen Mediennutzern ist die Ansicht verbreitet, deutsche Medien seien für die Fremdenfeindlichkeit in Deutschland mitverantwortlich. Die wissenschaftlichen Ergebnisse auf diesem Gebiet erlauben kein abschließendes Urteil. Von Verbrauchern wird kritisiert, dass das Bild der Türken von ersten Einwanderergenerationen und von „Döner“-Verkäufern, Gemüsehändlern und Kopftuchträgerinnen geprägt sei, während etwa die moderne Jugend, türkische Abiturienten, Ärzte, Rechtsanwälte oder Unternehmer kaum zur Kenntnis genommen würden. Einen weiteren Mangel sehen viele Interviewpartner im Bereich des Islambildes und bei der starken Verknüpfung des Bildes der Türken mit Kriminalität und Gewalt. Türkischen Medien wird vorgeworfen, die Frage der Türkenfeindlichkeit zeitweise zu instrumentalisieren.

Anhang A: Verzeichnis der Interviewpartner

Ahmet (1), 39, Verkäufer
Ahmet (2), 25, Schauspieler
Akif, 22, Student
Ali, 35, Imbissbetreiber
Aliye, 30, Gemüsehändlerin
Arslan, 33, Grafiker
Arzu (1), 27, Zahnarthelferin
Arzu (2), 17, Wirtschaftsschule*
Aynur, 30, arbeitslos
Behcet, 46, Friseur
Bekir, 26, Internet-Betreiber
Bülent (1), 23, Auszubildender
Bülent (2), 25, Radiomoderator
Cengiz, Sozialarbeiter
Cigdem, 31, Pflegerin
Cinar, 30, Finanzdienstleister
Danyal, 30, Student
Derya, 24, Studentin
Dilek, 14, Realschule*
Emine, 26, Hausfrau u. Abiturientin
Eray, 41, Recyclinghändler
Erdem (1)
Erdem (2)
Erkan, 23, Gemüsehändler
Faize, 27, Sozialpädagogin
Fatma, 26, Studentin
Ferhut, 17, Gesamtschule*
Filiz, Rechtsanwältin
Gazi, 16, Handelsschule*
Gökhan, 29, arbeitslos
Gönül, 22, Zahnarthelferin
Gülcan, 28, Sekretärin

Haci, 36, Kaufmann
Huriye, 36, Behördenangestellte
Hülya, 24, Studentin
Hüseyin (1), 47, Imbissbetreiber
Hüseyin (2), 51, Behörde
Kadir, 36, selbständig
Leyla, 41, Arzthelferin
Mahmut, 37, Rechtsanwalt
Mehmet (1), 30, arbeitslos
Mehmet (2), 40, Imbissverkäufer
Mehmet (3), 25, Polizist
Memduh, 46, Schneider
Mert, 32, Manager/Software
Muammar, 50, Arzt
Muhsine, 51, Hausfrau
Murat (1), 33, Lokführer
Murat (2), 18, Handwerkslehrling
Murat (3), 30, Student
Murat (4), 26, Radiomoderator
Mülayim, 39, Rechtsanwalt
Murat, 18, Gesamtschule*
Muzaffer, 46, Automechaniker
Nadide, 16, Hauptschule*
Nazife, 56, Arbeiterin
Nesrin, 17, Handelsschule*
Nisa, 32, arbeitslos
Nurcan (1), 32, Bürokauffrau / Yoga-Lehrerin
Nurcan (2), 27, Buchhändlerin/Studentin
Nurhan, 45, Ärztin
Oguz, 26, Student
Olcay, 25, Hebamme
Ömer (1), 30, Speditionskaufmann
Ömer (2), 16, Hauptschule*
Özgül, 33, Einzelhandelskaufmann

Ozgür (1), 23, Wehrdienstleistender
Özgür (2), 25, Fremdsprachenassistent
Özlem, 20, Abiturientin
Pinar, 19, Abiturientin
Rukiye, 48, Schneiderin
Sabri, 56, Arbeiter
Sahbattin, 22, Student
Sahin, 39, Gebrauchtwagenhändler
Saniye, 40, Altenpflegerin
Send, 18, Angestellter
Sedat, 28, arbeitslos
Serdar, 19, Gymnasium
Sevda, 24, Studentin
Sevim, 60, Krankenschwester
Sevinc, 54, Arbeiterin
Sibel, 25, Mediengestalterin
Songül, 27
Suleyman, 31, Verkäufer
Tulay, 17, Handelsschule*
Tamer, 17, Promoter
Tuncer, 30, Pfleger
Turgay, 32, Busfahrer
Yakub, 28, Student
Yasar, 42, Kaufmann
Yasin, 17, Wirtschaftsschule*
Yavus, 18, arbeitslos
Zerrin, 20, Studentin

* Fallstudie Becker (Anhang C)

Anhang B: Gesprächsleitfaden

Nutzungsprofil

1. Welche Medien konsumieren Sie? Deutsche oder türkische?
2. Schauen Sie deutsche Abendnachrichten?
3. Welche Bedeutung haben für Sie die einzelnen Ressorts, wie Politik, Ausland, Unterhaltung, Feuilleton, Lokales?
4. Was lesen sie eher: deutsche Tageszeitungen oder Illustrierte? Warum?
5. Verfügen Sie über eine Satellitenanlage, um türkische Programme zu empfangen? Wenn ja, wie oft nutzen sie sie? Wenn nein, warum nicht?

Integration - Identität - Medien

LEITFRAGE: WIE HÄNGEN INTEGRATION IN DEUTSCHLAND UND NUTZUNG DEUTSCHER MEDIEN ZUSAMMEN?

<Integration allgemein>

6. Wie fühlen Sie sich in Deutschland?
7. Ist Deutschland Ihre „Heimat“?
8. Können Sie sich Freundschaften oder Ehen mit Deutschen vorstellen?
9. Wollen Sie in die Türkei auswandern bzw. dorthin zurückkehren?
10. Vertrauen Sie der deutschen Politik, deutschen Institutionen, der deutschen Bevölkerung?
11. Fühlen sie sich in Deutschland anerkannt?

<deutsche Medien und Integration>

12. Sind eigentlich Medien oder sind Gespräche mit Freunden oder Bekannten für sie wichtiger, wenn es um Informationen über Politik geht?
13. Welche deutschen Medien kommen ihrer persönlichen politischen und gesellschaftlichen Einstellung am nächsten?
14. Wenn Sie jetzt Journalist wären und könnten über ein Thema schreiben, über das noch nie oder doch zu selten geschrieben worden ist, was würden Sie wählen?

15. Gibt es eigentlich türkische Einwanderer, die Sie kennen, und von denen sie sagen würden, dass sie ihre Meinung über Deutschland ändern würden, wenn sie mehr deutsche Medien nutzen würden?

LEITFRAGE: WIE HÄNGEN INTEGRATION IN DEUTSCHLAND UND NUTZUNG TÜRKISCHER MEDIEN ZUSAMMEN?

<Türkei-Anbindung allgemein>

16. Was interessiert Sie an der Türkei? Politik, Wirtschaft, Gesellschaft?
17. Was interessiert sie nicht?
18. Wem vertrauen sie mehr: dem deutschen oder dem türkischen politischen System?
19. Welcher politischen Richtung in der Türkei neigen Sie zu?
20. Welche politische Partei würden sie in Deutschland wählen?

<Türkei-Anbindung und Medien>

21. Warum nutzen sie deutsche Medien?
21. Was halten sie von türkischen Medien - dem Fernsehen oder den Zeitungen: haben sie eine gute Qualität? Warum meinen sie das?
22. Was halten sie von deutschen und türkischen Journalisten? Welche sind glaubwürdiger?
23. Sind sie der Meinung, dass es (eine) „türkische Sichtweise(n)“ und Standpunkte gibt, die man nur in türkischen Medien findet? Können Sie Beispiele geben?
24. Wie gut informieren türkischen Medien sie über das Leben in Deutschland? Können sie ein paar Beispiele nennen?
25. Hat die Zunahme türkischer Fernsehsender, die auch in Deutschland empfangen werden können, ihren Informationsstand verbessert?
26. Viele sehen türkisches Fernsehen, weil sie die Unterhaltungssendungen so gut finden. Was ist denn so gut an türkischen Unterhaltungssendungen? Geben sie Beispiele.
27. Nutzen sie türkische Medien, um im Kontakt mit ihrer Heimat zu bleiben?

Medien und deutsch-türkische Beziehungen / Türkei-EU-Beziehungen

<deutsch-türkische Beziehungen>

30. Glauben sie, dass die Medien, die sie kennen, die Beziehungen zwischen Deutschland und der Türkei positiv oder negativ darstellen?
31. Gelegentlich gibt es ja Fragen, in denen Deutschland und die Türkei uneins sind oder sogar streiten, z.B. wenn es um deutsche Waffenlieferungen an die Türkei oder die deutsche Haltung gegenüber Kurden geht. Wie neutral berichten die Medien - türkische oder deutsche - eigentlich über solche Streitfragen?

<EU-Integration>

32. Befürworten sie, dass die Türkei in die EU integriert werden soll? Warum?
33. Befürworten die Medien, die sie nutzen - deutsche oder türkische - die EU-Integration? Können sie das ausführen?
34. Es gibt viele Kritiker, die sagen, dass manche türkischen Zeitungen gelegentlich sehr nationalistisch sind. Was meinen Sie?

Transkulturelles in Medien

35. Meinen Sie, dass es sinnvoll wäre, spezifische deutsch-türkische Medienangebote zu schaffen, oder sollte man Dinge, die die Türken in Deutschland interessieren besser in den bestehenden deutschen und türkischen Medien behandeln?
36. Was halten Sie von der Idee, einen deutsch-türkischen Kulturkanal (ein „deutsch-türkisches ARTE“) zu gründen?
37. Haben Sie schon einmal von dem Zeitgeistmagazin „Etap“ gehört? Schon mal gelesen? Wie fanden Sie es? Warum, meinen Sie, ist es am Markt gescheitert?
38. Haben Sie schon einmal etwas von Radio Metropol FM in Berlin gehört? Was meinen sie dazu?
39. Was halten Sie von dem Satz: „Deuschtürken haben gar nichts ‚Eigenes‘ was es wert wäre, in Medien darzustellen. Es gibt nur entweder Türken oder Deutsche, ein Deuschtürke ist eine künstliche Konstruktion“?

Sprache und Medien

40. Wie gut ist Ihr Türkisch, wie gut ihr Deutsch?
41. Nutzen Sie entweder deutsche oder türkische Medien nicht, weil sie viele Dinge nicht verstehen? Welche Medienangebote bereiten am meisten Probleme?
42. Wie lange hat es ungefähr gedauert, bis sie das Gefühl hatten, die Sendungen im deutschen Fernsehen zu verstehen?
43. Glauben sie, dass jüngere, in Deutschland geborene Türken die Nachrichten in türkischen Medien – Zeitungen, Radio oder Fernsehen - noch so richtig verstehen?
44. Haben sie deutsche Medien auch schon in einer Zeit genutzt, als sie noch nicht so gut Deutsch konnten und haben sie versucht, etwas zu verstehen? Hat ihnen insofern der Konsum deutscher Medien beim deutschen Sprachlernen geholfen?

Minderheiten (Alevi, Kurden u.a.) und Medien

45. Nutzen sie spezielle (z.B. kurdische, alevitische) Medien? Welche und warum?
46. Ist ihnen bekannt, dass aus der Türkei stammende Minderheiten (z.B. Kurden, Aleviten) das Internet nutzen, um irgendwie mit ihrer entsprechenden Community in der Türkei in Kontakt zu treten oder sogar politisch aktiv zu werden?

Generationenverhalten und Medien

47. Welche Medien nutzen sie zu Hause, welche außerhalb der Familie (Schule, Freizeit, Arbeitsstelle)?
48. Gibt es Zeitungen, Radioprogramme oder Fernsehsender, die nur Sie nutzen und sonst niemand in der Familie?
49. (An Jugendliche gerichtet) Erteilen die Eltern irgendwelche Gebote oder Verbote bez. Medien? Dürfen bestimmte Medien zu Haus nicht genutzt werden? Warum?
50. Gibt es Unterschiede zwischen Jungen und Älteren bei der Nutzung *türkischer Medien*? Nutzen die Jungen die türkischen Medien eigentlich noch, verstehen die, was dort vorgeht, weil sie die Türkei ja oft gar nicht mehr so gut kennen?

51. Gibt es Unterschiede zwischen Jungen und Älteren bei der Nutzung *deutscher Medien*?
52. Erhalten sie gelegentlich Informationen, die andere Familienmitglieder - z.B. ihre Kinder - ihnen zutragen?

Auslandsbild (Türkeibild und Deutschlandbild) in Medien

53. Was halten sie vom Türkeibild deutscher Medien? Ist es korrekt? Oder haben Sie den Eindruck, dass einseitig berichtet wird?
54. Deckt sich das Türkeibild deutscher Medien mit Erfahrungen, die sie selbst in der Türkei machen?
55. Was halten sie vom Deutschlandbild türkischer Medien? Ist es ausgewogen, korrekt oder einseitig?
56. Deckt sich das Bild türkischer Medien mit Ihren eigenen Erfahrungen hier?
57. Was kann man am Türkeibild deutscher Medien und am Deutschlandbild türkischer Medien verbessern?

Ausländerbild in Medien

58. Glauben sie, dass das Bild von Türken und anderen Ausländern in Deutschland, das in Medien gezeichnet wird, korrekt ist?
59. Meinen Sie, dass Türken in deutschen Medien als Schauspieler, Journalisten und Moderatoren hinreichend repräsentiert sind?
60. Glauben Sie, dass die deutschen Medien mitverantwortlich für die verbreitete Fremdenfeindlichkeit in Deutschland sind?
61. Berichten türkische Medien ausgewogen und fair über Fragen der Fremdenfeindlichkeit in Deutschland?

Anhang C: Türkische Hip Hop-Musik in Deutschland

von Jörg Becker

Für kurze Zeit Mitte der neunziger Jahre beherrschte die deutsch-türkische Rap-Band Cartel die Charts in der Türkei und stand an erster Stelle in der Beliebtheit bei vielen deutsch-türkischen Jugendlichen. Eine Musik mit teilweise aggressiven Texten dominierte die musikalische Szene. Um was ging es dieser Gruppe und in welchem kulturellen Kontext ist sie zu sehen und zu werten? Cartel rappte über ein neues türkisches Selbstbewusstsein in Deutschland, sang über Diskriminierung, Angst und Widerstand, erzählte seinen jugendlichen Zuhörern Geschichten über das große Geld, die Straße und das Rauschgift, sprach über Verzweiflung, Gewalt und Visionen eines solidarischen Miteinander. Anklänge an den Kampf der Afro-Amerikaner gab es auch dort, wo Cartel (in Englisch) rappte. Cartel sprach in ihren Liedern von Gewalt, weil die eigene Lebenssituation so empfunden wurde („Bomben explodieren“, „Worte sind so scharf wie ein Schwert“, „Blut fließt“, „Du besitzt jetzt ein Messer, und schon geht es dir besser“). Cartel bot seinen Zuhörern und Fans sozusagen eine lyrische Version von Johan Galtungs Konzept der strukturellen Gewalt an.

Im folgenden werden Ergebnisse einer Diskussion mit Schülern unterschiedlicher Schulen über Hip-Hop-Musik vorgestellt. Die Diskussion wurde im Internationalen Jugendzentrum in Solingen, kurz Interju genannt, durchgeführt. Das Interju wurde nach dem Brandanschlag gegen die Familie Genç in Solingen von der Bertelsmann-Stiftung als Zentrum für offene Jugendarbeit und interkulturelle Kontakte eingerichtet und gestiftet. Inzwischen ist es in Trägerschaft der Stadt Solingen. Von deutsch-türkischen Jugendlichen wird dieses Haus sehr gerne und stark frequentiert. Es gibt dort zahlreiche Arbeitsgruppen und offene Angebote für ausländische Jugendliche – meistens deutsch-türkische – aber auch Kurse für griechische Senioren.

Die Teilnehmer der Diskussion über deutsch-türkischen Hip Hop sind in einer Arbeitsgruppe Break Dance.¹⁶¹ Die folgende Diskussion mit deutsch-türkischen Jugendli-

¹⁶¹ An der Diskussion nahmen folgende Jugendliche teil: Tulay, 17 Jahre, Handelsschule; Yasin, 17 Jahre, Wirtschaftsschule; Arzu (2), 17 Jahre, Wirtschaftsschule; Dilek, 14 Jahre, Realschule; Ferhut, 17 Jahre, Gesamtschule; Gazi, 16 Jahre, Handelsschule; Ömer, 16 Jahre, Hauptschule; Murat, 18 Jahre, Gesamtschule; Serdar, 19 Jahre, Gymnasium; Nesrin, 17 Jahre, Handelsschule; Nadide, 16 Jahre, Hauptschule. Das Interview führte Jörg Becker, das Protokoll wurde von Ulrike Weidenhofen verfasst. Alle im folgenden kursiv gedruckten Textstellen sind wörtliche Zitate aus dieser Gruppendiskussion.

chen über Hip Hop fand am 18. September 2001 statt und dauerte rund zwei Stunden. Als Einstieg in die Diskussion wurden ausgewählte Ausschnitte aus dem Beitrag des TV-Senders ARTE vom 23. Juni 2001 „Kanakster - Ich lebe für Hip Hop“ gezeigt.

1. Diskussion mit deutsch-türkischen Jugendlichen

Interviewer: „Spricht Euch dieser Film an?“

Tulay: *„Also, bei der Musik geht es mir im wesentlichen um die Musik, das Breaken, die Bewegung, den Rhythmus, das Hampeln, nicht den Text oder was sonst noch da ist. Die Musik in dem Film übertreibt alles. Wir haben die Probleme nicht, von denen die da reden.“*

Yasin: *„Ich sehe das anders. Die Musik ist cool. DJ, Graffiti, genau das macht doch Hip Hop aus. Der Beat war cool. Beim Text aber kann man nicht alles begreifen. Ist vielleicht auch gar nicht nötig. Die meisten hören Hip Hop doch nur, weil es gerade eine modischer Trend ist. Und viele hören es sowieso nur deswegen, weil es die Freunde gerade hören.“*

Nadide: *„Ich fand die Musik gut.“*

Interviewer: „Was haltet Ihr von den politischen Botschaften in diesen Texten?“

Ömer: *„Man kann nicht alles glauben, was die singen.“*

Gazi: *„Aber in der Politik ist es doch so, dass man sich an die Dinge hier in Deutschland am besten anpassen muss.“*

Yasin: *„Ich kann mich aber damit identifizieren. Ich kriege eine Botschaft: Ich bin arm, und ich lasse das Ghetto hinter mir.“*

Tulay: *„Die Musikindustrie bringt das doch sowieso nur raus, um Geld zu machen. Die holen sich doch nur einen, der keine Ahnung von so was hat, und dann wollen sie Geld mit ihm machen. Hier die im Film waren ja auch nicht so bekannt. In der Musik hat man eigentlich die Möglichkeit, sich richtig auszukotzen.“*

Ferhut: *„Genau. Das stimmt.“*

Serdar: *„Das gilt wohl immer für Musik, das mit dem Auskotzen. Manche spielen Rock oder Gitarre.“*

Interviewer: „Geht es Euch eigentlich auch so wie denen im Ghetto?“

Serdar: *„Nicht so ganz.“*

Interviewer: „Kann man den Text von dieser Hip Hop-Musik nach dem politischen Rechts-Links-Schema einordnen?“

Tulay: „Das ist bei Musik schwierig zu sagen.“

Ferhut: „Jeder macht das doch eigentlich für sich. Die Musik. Das ist nicht zu verallgemeinern. Musik hat keine politische Aussage. Musik ist nur für einen selber, zum Auskotzen.“

Yasin: „Cartel war aber eindeutig rechts. Und viele von denen waren richtig voller Hassgefühle. Das gilt auch für amerikanischen Hip Hop.“

Ferhut: „Eigentlich fährt man doch sowieso nur auf die Musik ab, die man gut findet. Das gilt doch auch für Parties. Da tanzt man nur bei Musik, die man cool findet.“

Interviewer: „Ist der Text von Cartel rechts? Überlegt doch mal und lest dazu diesen Song von Cartel durch.“

Den Teilnehmern wurde der folgende Text von Cartel zum Lesen ausgehändigt.

Türksün – Du bist Türk

20 Uhr 30 an einem Samstag abend,

ich schalt' das Radio ein im Auto,

ich höre die Meldung in den Nachrichten schon wieder ein junger

Türke tot, sie haben scheinbar noch nicht genug.

Nach einer schnellen Wendung fahr' ich zu meinem Freund,

gut, dass es die Gruppe gibt CARTEL.

Hin- und herüberlegt, dann haben wir uns entschieden,

heute nacht sind wir dran, soweit sind wir schon gekommen,

in jeder Hinsicht sind wir bereit, uns zu verteidigen,

wozu? Verteidigen! Ich kann's nicht verstehen! Verteidigen.

Egal wie wir arbeiten, wie wir es anfangen, wie wir leben,

wir sind Ausländer, das werden sie nie vergessen.

DU BIST TÜRKE (...) in Deutschland (...) verstehe das, vergiss es nicht!

Mit einem Anruf. Nachrichten an alle Freunde,

heute nacht versammeln wir uns und zeigen, dass dieses Land auch unseres ist.

Wer uns auf der Straße sah, hatte große Angst.

Kein Vergleich mit der Angst derer, die von uns starben,

dieses Spiel haben wir nicht begonnen, aber werden es beenden,

wir werden uns rächen.

An jenem Abend 70 junge Türken bereit auf der Strasse ,

kaum 5 Minuten später war die Polizei unterwegs,

*nicht wegen der wahren Mörder, wegen uns,
 waren sie gekommen,
 mit Schlagstöcken haben sie uns verprügelt.
 Egal wie wir arbeiten, wie wir es anfangen, wie wir leben,
 wir sind Ausländer, das werden sie nie vergessen.
 Hin- und herüberlegt, dann haben wir uns entschieden,
 heute nacht sind wir dran, soweit sind wir schon gekommen,
 in jeder Hinsicht sind wir bereit, uns zu verteidigen,
 wozu? Verteidigen! Ich kann's nicht verstehen! Verteidigen.
 Egal wie wir arbeiten, wie wir es anfangen, wie wir leben,
 wir sind Ausländer, das werden sie nie vergessen.
 DU BIST TÜRKE (...) in Deutschland... verstehe das, vergiss es nicht!
 Mit einem Anruf. Nachrichten an aller Freunde,
 heute nacht versammeln wir uns und zeigen, dass dieses Land auch unseres ist.
 Wer uns auf der Straße sah, hatte große Angst.
 Kein Vergleich mit der Angst derer, die von uns starben,
 dieses Spiel haben wir nicht begonnen, aber wir werden es beenden,
 wir werden uns rächen.
 An jenem Abend 70 junge Türken bereit auf der Straße,
 kaum 5 Minuten später war die Polizei unterwegs,
 nicht wegen der wahren Mörder, wegen uns,
 waren sie gekommen,
 mit Schlagstöcken haben sie uns verprügelt.
 Egal wie wir arbeiten, wie wir es anfangen, wie wir leben,
 wir sind Ausländer, das werden sie nie vergessen.
 Refrain:
 Messing around with my homeboy fighting for peace
 make your choice, we're gonna be able to get the biest
 wicked motherfucker don't make us angry
 we are some big hardcore rap fans gee
 our nice hot homeland is far away
 here we have to fight against the KKK
 devil you killed to many Turkish brothers
 I can't understand, no I can't understand
 now we are able to kill a man
 murder you made us hard, you made us strong
 now we hit back, don't matter if it's wrong.*

Tulay: „Auf jeden Fall ist dieser Text rechts. Aber im Türkischen (nicht im Deutschen) geht dieser Text so richtig an's Herz.“

Arzu (2): *„Auf Deutsch ist der Text ja harmlos. Sonst ist der Text viel aggressiver.“*

Tulay: *„Aber der Text ist eher rechts. Manche verstehen das aber falsch, und merken das gar nicht.“*

Yasin: *„Ich finde das stimmt nicht. Das Lied sagt: So geht es nicht weiter. Gewalt erzeugt Gewalt. So entstehen Gangs. Deutsche holen Nazis. Dann holen die Türken ihre Freunde.“*

Interviewer: *„Heißt das, dass Gewalt gleich Gewalt ist? Gibt es einen Unterschied zwischen Gewalt und Gegengewalt?“*

Ferhut: *„Nein. Auf keinen Fall. Denn dann geht das immer so weiter. Jugendliche lehnen Gewalt ab.“*

Yasin: *„Aber in Deutschland kommen erst die Deutschen, dann die aus der EU und dann vielleicht der Türke.“*

Interviewer: *„Cartel spricht in einem anderen Song davon, dass sie weder Deutsche, noch Türken, sondern Deutsch-Türken sind. Seht Ihr Euch selbst auch so?“*

Yasin: *„Ja! Wir sind hier in Deutschland und da in der Türkei Ausländer. Wir haben kein Zuhause.“*

Dilek: *„Ich bin Deutsche. Ich habe sowieso bald die deutsche Staatsangehörigkeit.“*

Im Gruppenraum entsteht ein aufgeregtes Durcheinander. Alle sprechen gleichzeitig.

Ferhut: *„Du bist doch aber Türkin. Du hast doch türkisches Blut. Du bist also fremd. Du kannst doch dein Blut nicht ändern.“*

Dilek: *„Das ist doch egal, wenn ich dann den deutschen Pass habe.“*

Tulay: *„Und wie wurden in Deutschland die Juden angesehen? Hast du schon mal daran gedacht? Die haben sich doch total angepasst. Die sind für Deutschland sogar jubelnd in den Krieg mitgezogen und nachher wurden sie verarscht. Ab in's KZ.“*

Gazi: *„Wir sind doch keine richtigen Türken mehr. Wir sprechen Türkisch höchstens noch in der Umgangssprache.“*

Ömer: *„Genau. Das stimmt. Wenn mein Onkel aus der Türkei anruft, dann gehe ich nicht an's Telefon, weil ich den nicht verstehe und weil er mich nicht versteht. Immer, wenn ich dann zum Schluss ‚Tschüss‘ sage, versteht der das nicht und denkt, das ist ein Schimpfwort.“*

Interviewer: „Noch mal zurück zur Gruppe Cartel. Die sehen sich mit ihrem Selbstbild zwischen den Deutschen und den Türken ja durchaus positiv. Seht Ihr Euch auch so positiv oder sitzt Ihr, quasi weinend zwischen Stühlen?“

Yasin: „Es macht mir überhaupt nichts aus. Wir sind alle Menschen. Wir haben die gleichen Rechte. Gerade weil mein Vater Türke, meine Mutter Jugoslawin, meine Oma Serbin, mein Opa aber Kroate ist, denke ich, dass wir doch alle einfach nur Menschen sind.“

Murat: „Das stimmt aber so nicht. Wir sprechen ja noch nicht mal richtig Deutsch.“

Tulay: „Die jetzige Generation denkt aber anders. Ich meine also uns selbst. Wir Türken leben unser eigenes Leben. Die türkische Gemeinde ist groß genug.“

Dilek: „Das ist richtig. Ich habe keinen einzigen deutschen Freund.“

Ömer: „Ja, höchstens Italiener. Die denken so wie wir.“

Yasin: „Ich finde aber, man sollte sich anpassen. Deutsche sind auch Menschen.“

Ömer: „Wir können nicht mit Deutschen zusammen sein. Die haben andere Regeln. Bei den Italienern ist das was anderes. Die haben Regeln wie wir. Nur die Religion ist halt anders bei denen.“

Dilek: „Ich würde mich aber nicht wohl fühlen bei den Deutschen, weil die Deutschen haben ein schlechtes Bild von Ausländern. Die denken, die schlagen doch direkt zu. Der Ursprung liegt also wieder bei uns Türken.“

Tulay: „Die Deutschen verlangen zu viel von uns. Die wollen, dass wir uns in der Religion und im Essen anpassen. Dabei finde ich: Jeder muss selber wissen, was er macht. Manche probieren es ja: Es gibt ja türkische Mädchen mit Kopftuch, aber mit mehreren Pfund Schminke im Gesicht. Man soll im Islam seine Reize verstecken. Und so was ist dann doch Anpassung und stimmt irgendwie nicht.“

Interviewer: „Geht es Euch als Muslimen seit dem terroristischen Anschlag in den USA am 11. Septemer 2001 hier in Deutschland irgendwie anders?“

Nesrin: „Eigentlich nicht.“

Nadide: „Die Menschen, die so was machen, sind keine Muslime für mich.“

Dilek: „Eigentlich nicht. Außer: Die Lehrer sagen: Lasst Euch nichts gefallen. Aber ich kann mich schon wehren. Das habe ich längst lernen müssen.“

Tulay: „Die Terroristen sagen, das ist Religion, was sie da machen. Für mich ist das keine Religion. Der Koran verbietet Mord und Selbstmord für jeden Muslim.“

2. Ergebnisse

Rückblickend, mit Distanz und auf die Forschungsarbeit von Martin Greve Bezug nehmend¹⁶², gilt es an dieser Stelle den Erfolg und die Bedeutung der Gruppe „Cartel“ und des deutsch-türkischen Hip Hop ein wenig zu relativieren, und zwar mit folgenden Argumenten:

1. Da es keinerlei systematische empirische Arbeiten über die musikalischen Vorlieben deutsch-türkischer Jugendlicher gibt, ist der Stellenwert einzelner Musikgenres schwer einzuschätzen.
2. Türkische Musik in Deutschland ist schwierig zu definieren, da sie eine dynamische Mischung aus regionalen Volksmusikstilen, orientalischen Kunstmusikformen und verschiedenartigen Populärmusikstilen (Arabesk, Soul, Jazz, Hip Hop, Techno, Rock, Black Metal, Volksmusik, Pop, Saz, Flamenco usw.) umfasst.
3. Eine ausgeprägte Jugendkultur, die sich scharf von der der Erwachsenen abhebt, gibt es unter deutsch-türkischen Jugendlichen viel weniger stark als unter deutschen Jugendlichen.
4. Musikalische Einflüsse kommen aus Deutschland, fließen von dort in die Türkei und kommen dann von dort in wiederum neuer Form nach Deutschland zurück. Die musikalische Szene ist deswegen derartig intensiv in Bewegung, dass Musikstile, die vor fünf Jahren populär waren, heute schon unbekannt sein können.

Wenn die „Kids“ zu den harten „Beats“ ihrer Songs rappen, um von eigenen Erlebnissen zwischen Rassismus und Diskriminierung, aber auch von Hoffnung, Freundschaft und Liebe zu erzählen, dann schwingt bei dem Faszinosum gegenüber einem „Oriental Hip Hop“ immer auch die Projektion deutscher Intellektueller mit. Sie sind es, die diese Musik „brauchen“, und nur für sie schreibt der inzwischen zum exotischen TV-Entertainment-Star avancierte Feridun Zaimoglu seine Bücher.¹⁶³

Diese Skepsis über den realen Gehalt von Hip Hop bei deutsch-türkischen Jugendlichen, wie sie die Arbeit von Martin Greve nahe legt, kommt bei den Solinger Ju-

¹⁶² Vgl. Martin Greve, Kreuzberg und Unkapani. Skizzen zur Musik türkischer Jugendlicher in Deutschland, in: Iman Attia/Helga Marburger (Hrsg.), Alltag und Lebenswelten von Migrant*innenjugendlichen, Frankfurt 2000, S. 189-212.

gendlichen deutlich zum Ausdruck. Sie sagen über und klar gegen „Cartel“ gerichtet, *„Wir haben die Probleme nicht, von denen die da reden“*. Und: *„Die Musikindustrie bringt das doch sowieso nur raus, um Geld zu machen.“* Es lässt sich also als erstes Ergebnis festhalten, dass die interviewten Jugendlichen zunächst einmal auf Distanz zu den textlichen Aussagen gehen. Sie betrachten Hip Hop aber durchaus als zeitgemäßes Mittel, um persönliche Emotionen auszuleben und zu filtern.

Zweitens lässt sich unter Berücksichtigung vieler Studien über die Sozialisation deutsch-türkischer Jugendlicher bestätigen und festhalten, was die hier interviewten Jugendlichen äußerten: *„Musik hat keine politische Aussage. Musik ist nur für einen selber, zum Auskotzen“*. Musik als Transmissionsriemen für politische Botschaften bzw. Liedtexte wie bei der Gruppe „Cartel“ (die in der Tat aggressiv sind) stehen (bis lang) nicht in Einklang mit der Art und Weise, wie sich die türkische Community der deutschen Mehrheitsgesellschaft gegenüber sichtbar macht. „Man“ verlässt als Deutsch-Türke nicht die Grenzen der eigenen Community, so, wie es „Cartel“ vorsingt und –lebt, weil „man“ sonst deren Schutzmechanismen verlieren würde. Ein Verlassen der Community hätte eine persönliche Entwurzelung zur Folge, und eine Integration in den Mainstream der deutschen Dominanzgesellschaft wäre nicht länger gewährleistet.

Drittens schließlich enthält die Diskussion mit den Solinger Jugendlichen unheimlich viele und wichtige Beobachtungen aus dem komplexen Bereich von Sprache und Identität. *„Aber im Türkischen geht dieser Text so richtig an's Herz.“* Oder: *„Auf Deutsch ist der Text so harmlos. Sonst ist der Text viel aggressiver.“* Diese Aussagen der Jugendlichen lassen den türkischen Text wirkungsvoller als den deutschen erscheinen. Offensichtlich geht es hier um ein hochsensibles Thema. Türkisch (und nicht Deutsch) ist für die Jugendlichen die Sprache zum Ausdruck des Emotionalen.

Auf die Frage des Interviewers, wo sieht ihr Jugendlichen euch selbst, erfolgte in der Diskussion deswegen keine eindeutige Antwort, weil es eben keine eindeutige Antwort geben kann. Die Suche nach Identität ist für türkische Migranten der zweiten und dritten Generation viel schwieriger zu beantworten als für deren Eltern. Um es bildlich auszudrücken: Man hat sich zwischen die beiden Stühle einen Hocker geschoben, rutscht mal auf die Kante des einen, dann auf die Kante des anderen Stuhls. Der unbequeme Hocker ist aber der einzige Platz, den man wirklich gut kennt, sozusagen eine sichere Insel. Ein stets kippeliger Hocker wackelt jedoch im Vergleich zu einem festen

¹⁶³ Vgl. Feridun Zaimoglu, Kopf und Kragen. Kanak-Kultur-Kompendium, Frankfurt 2001.

Stuhl: *„Aber in Deutschland kommen erst die Deutschen, dann die aus der EU und dann vielleicht der Türke. (...) Ja! Wir sind hier in Deutschland und da in der Türkei Ausländer.“* Dieses Sitzen auf dem Hocker erhält in der Diskussion in dem Augenblick gespenstische und grauenvoll-realistische Züge, als Tulay unter Bezug auf die jüdische Bevölkerung in Deutschland vor dem Ersten Weltkrieg, halb mahnend, halb aggressiv, ausführt: *„Die haben sich doch total angepasst. Die sind für Deutschland sogar jubelnd in den Krieg mitgezogen und nachher wurden sie verarscht. Ab in's KZ.“*

Die Rolle zwischen den beiden Stühlen ist angeblich gar nicht so schwierig: *„Es macht mir überhaupt nichts aus. Wir sind ja alle Menschen.“* Doch diese Aussage steht im Widerspruch zu dem Wunsch nach Zugehörigkeit zu einer festen ethnisch-nationalen Bezugsgröße. Auf der einen Seite gibt es also den Wunsch, sich nach klaren und eindeutigen Kriterien als Mitglied einer ethnisch-national definierten Gesellschaft identifizieren zu können, auf der anderen Seite steht als Ideal ein individuelles Verhalten, losgelöst von irgendwelchen ethnisch-nationalen Zuordnungen. Dies wird besonders deutlich, als Dilek erklärt: *„Ich bin Deutsche. Ich habe sowieso bald die deutsche Staatsbürgerschaft.“* Die in der Folge entstandene Aufregung innerhalb der Gruppe, die Entrüstung, erinnert an den Vorwurf des Verrats.

Die enge Verknüpfung von Sprache und Identität wird in der gesamten Gruppendiskussion überdeutlich. Weder die Deutsch- noch die Türkischkenntnisse sind in der Regel so gut ausgebildet, als dass man sich ohne Angst vor Kritik über sprachliche/persönliche Unzulänglichkeiten mit sowohl der deutschen als auch der türkischen Seite gleichberechtigt auseinandersetzen kann. Was dann erfolgt, ist der Rückzug auf eine scheinbar sichere Insel. *„Die jetzige Generation denkt aber anders. Ich meine also uns selbst. Wir Türken leben unser eigenes Leben. Die türkische Gemeinde ist groß genug.“* Problematisch ist hier nicht die Suche und das Heranziehen neuer Identifikationsmuster, nämlich einer neuen deutsch-türkischen Identität, die selbstbewusst vorgestellt wird, problematisch ist der Rückzug auf die „Insel“. Gerade Kinder und Jugendliche haben noch die Möglichkeit aufgrund ihres aktiven Sozialisationsprozesses ein multikulturelles Neben- und Miteinander stärker anzunehmen als Erwachsene. Die Bemerkung von Dilek, einer vierzehnjährigen Realschülerin, *„Das ist richtig. Ich habe keinen einzigen deutschen Freund.“* klingt erschreckend. In der Shell-Jugendstudie 2000

wird Dileks Aussage tendenziell bestätigt: Türkische Jugendliche bleiben in ihrer Freizeit weit aus häufiger unter sich als beispielsweise italienische Jugendliche.¹⁶⁴

Viertens und zusammenfassend lässt sich folgendes bilanzieren: Auf einer ersten und oberflächlichen Ebene distanzieren sich die deutsch-türkischen Jugendlichen aus Solingen von der Gruppe „Cartel“ und einem Song wie „Türksün“. Auf einer dahinter liegenden Ebene, die in dieser Gruppendiskussion gut aktualisiert wurde, wird freilich deutlich, dass die Texte von „Cartel“ mehr mit den Ängsten, Problemen und dem Alltag deutsch-türkischer Jugendlicher zu tun haben als sie selbst anfangs glaubten. Diese Hip Hop-Texte sind provokativ und aggressiv formuliert – doch zwischen den Zeilen liegt ein Stück Realität deutsch-türkischen Alltags.

¹⁶⁴ Vgl. Deutsche Shell (Hrsg.), Jugend 2000, Band 1, Opladen 2000, S. 221 ff.

