

## **Die deutsch-türkische Medienrevolution: Weitere sieben Meilensteine**

Der in Deutschland gegenwärtig geführte wissenschaftliche Diskurs über deutsch-türkische, türkische, türkischsprachige, islamische und/oder Migrantemedien ist im Vergleich zu ausländischen Diskursen recht provinziell, ist oft eigentlich ein oberflächlich-politisierter Diskurs (und damit der Wissenschaft nur schwer zugänglich), wird oft ohne wissenschaftliche Fach- und Sachkenntnis geführt, hantiert mit einem Integrationsbegriff und -konzept, der weder in der Realität noch in der sozialwissenschaftlich Theorie haltbar ist und lässt türkischsprachige Wissenschaftler aus diesem Diskurs völlig außen vor. (Diese Exklusion ist erstens kolonialistisch und stellt zweitens die Validität deutscher Arbeiten über türkische Medien in Frage.)

Es war ein Ethnologe (nicht etwa ein Politik- oder Kommunikationswissenschaftler), nämlich Werner Schiffauer, der im Sommer 2002 einen wegweisenden Aufsatz über den Islam und die Medienrevolution veröffentlichte. Seine Thesen lassen sich zu folgender Aussage verdichten: Es sind die Medien (TV, Kassetten, Satelliten und digitale Medien), die den Islam säkularisieren und modernisieren. Der Einheitsgedanke im Islam (ein Gott, eine Gemeinde, eine offenbarte Schrift) weicht der Dynamik immer heterogener werdender Medienbotschaften. In den achtziger Jahren führte das in der gesamten islamischen Welt zu einem Abebben gewaltförmiger Politik, verschiedenartige Konzeptualisierungen sowohl von Moderne als auch von Islam wurden öffentlich sichtbar und artikulierten sich über die Medien. Werner Schiffauer spricht in diesem Kontext von einer „Beschleunigung der geistigen Umschlagprozesse“, die zu einer neuen Qualität der islamischen Kultur geführt habe.

Diesen gegenwärtigen medialen Umschlagprozessen schreibt er vor allem eine Qualität von Grenzüberschreitung zu:

„In allen diesen Fällen [Türkei, Algerien, Indonesien, USA] folgt auf die Phase eines affirmativen Modernitäts- bzw. Fortschrittsglaubens im Zeichen der gesellschaftlichen Emanzipation eine Phase der Infragestellung der Moderne als Ausdruck eines bestimmten Machtverhältnisses, wobei dann kulturelle Fragen in den Vordergrund drängen und schließlich eine Überwindung dieser Positionen zugunsten einer differenztheoretischen Perspektive bewirken. Vieles spricht dafür, dass es sich um globale Strömungen handelt, die in unterschiedlichen Handlungskontexten spezifisch ausbuchstabiert werden. Die Konkretionen mögen sehr verschieden ausfallen - oft aber stellen sich der intellektuelle Muslim, die Feministin oder der britische Linke zu einem gegebenen Zeitpunkt bemerkenswert ähnliche Fragen. Sie sind Teil desselben Zeitgeists.“

Geistige Landschaften und mediale Umschlagprozesse kennen stets zentrale Orte und abseits gelegene Peripherien. Auch für das Verhältnis der Deutschen zu den Türken gilt Schiffauers Beobachtung:

„Die Schnelligkeit des Umschlags von Ideen und Informationen ist für die Zentralität eines Ortes von entscheidender Bedeutung. Je lebendiger die Auseinandersetzung, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass es zur Emergenz eines neuen Stils, zur Herausbildung einer neuen geistigen Atmosphäre usw. kommt. Umgekehrt zeichnet sich eine Peripherie in einem solchen Netz dadurch aus, dass Moden immer etwas verspätet rezipiert werden. Dort entsteht deshalb leicht das Gefühl der Machtlosigkeit.“<sup>1</sup>

Aus Schiffbauers Analyse schälen sich für den Prozess einer deutsch-türkischen Medienrevolution folgende drei Begriffe und Konzepte als tragend für die Thematik heraus: 1. Medienbeziehungen sind Machtbeziehungen in einem dynamischen Zentrum-Peripherie-Modell. 2. Über Zeit bilden sich neue Stile heraus. 3. Diese Stile sind nicht integrationistisch, sondern nur differenztheoretisch zu begreifen.

## **1. Geschichte und Traditionen**

Wo Kontinuitäten oder Brüche in der Geschichte nicht gesehen werden, da kann eine historische Entwicklung hin zu Gegenwärtigkeit kaum adäquat begriffen werden. Fragt man etwa sogenannte Experten des gegenwärtigen deutsch-türkischen Mediendiskurs' nach der ersten türkischsprachigen Zeitung in Deutschland, dann erhält man ganz sicher nicht die folgende Information: Am 1. Februar 1917 erschien nämlich in Berlin die erste Nummer der Zeitung „Die neue Türkei. Illustrierte unabhängige Deutsch-Türkische Wochenschrift“. Spannend ist diese Zeitung vor allem deswegen, weil sie in Berlin und zweisprachig erschien, nämlich in lateinischer Schrift für die deutsche und in osmanischer Schrift für die türkische Sprache. Herausgegeben von einem gewissen Dr. M. Saadi<sup>2</sup>, veröffentlichte diese Zeitung auf ihrer ersten Seite ein Editorial (Abb.1, S. 3), aus dem einige Gedanken durchaus auch heute noch Bestand haben könnten, zugleich aber damals wie heute inhaltsleere Sprachrituale von Völkerfreundschaft waren und sind. Von „aufrichtiger Freundschaft“ und „vollem gegenseitigen Verständnis“ ist in diesem Editorial von 1917 genauso die Rede wie gegenwärtig und von „Verbrüderung der beiden Staaten und Völker“. Und damals wie heute geht es ganz offensichtlich darum, über den Islam aufzuklären, da dieser „falsch und irrtümlich“ dargestellt werde. Außerdem sei es das besondere Anliegen dieser Zeitschrift auf die Rolle der Frau in der Türkei aufmerksam zu machen: „Eine besondere Seite der Zeitschrift wird der ‚Frau‘ gewidmet sein“.

Sieht man sich diese erste deutsch-türkische Ausgabe der „Neuen Türkei“ vor der Folie gegenwärtiger Bilingualismuskussionen an, dann fällt der Pragmatismus von 1917 auf. Keiner der Autoren reflektiert darüber, ob es schicklich oder politisch korrekt sei, in Deutschland ein Printmedium in einer nicht-deutschen Sprache zu veröffentlichen. Ganz offensichtlich gibt es eine „pragmatische Fremdsprachenstrategie“: Man veröffentlicht eine zweisprachige Zeitung einfach deswegen, weil man auf diese Weise funktionaler als in nur einer Sprache kommunizieren kann.

Das Programm der „Neuen Türkei“.

Unter den hiesigen Zeitungen taucht heute zum ersten Male ein neuer, fremdartig aussehender Kollege auf, der zu seinen Lesern nicht wie diese in einer Sprache spricht, sondern sich an zwei Völker in ihrer Muttersprache wendet, an ein Volk des Nordens und an ein Volk des Ostens, sein Name ist **„Die Neue Türkei“**.

„Die Neue Türkei“ ist ins Leben gerufen worden, um zwischen Deutschland und der Türkei eine aufrichtige Freundschaft und volles gegenseitiges Verständnis zu schaffen und zu fördern und dahin zu wirken, daß sich diese Freundschaft nicht nur auf eine militärische und wirtschaftliche Verbrüderung erstreckt, sondern das gesamte Volk beider Länder umfaßt. Zweck der vorliegenden Zeitschrift ist es, das Verständnis zwischen dem deutschen und dem türkischen Volke zu mehren, die Gebräuche, die Sitten, die Gesetze, den Charakter, kurz alles Wissenswerte und Interessante des einen und des andern dem gegenseitigen Verständnis nahezubringen.

Des weiteren ist das Bestreben der „Neuen Türkei“ darauf gerichtet, die Entwicklung der wirtschaftlichen Verbindung zwischen beiden Ländern zu verfolgen und zu pflegen. Gleichwie jeder Deutsche und jeder Türke Bundesbrüder sind und auf ein gemeinschaftliches Ziel zugehen, sollen auch der Handel und die Industrie beider Länder vereint arbeiten und schaffen und durch gegenseitigen Austausch zum Nutzen jedes Landes zu höchster Blüte gelangen. Dies soll sich nicht nur auf große Unternehmungen beziehen, denn wie der Herausgeber der vorliegenden Zeitschrift in Konstantinopel erfuhr, begünstigt die türkische Regierung keineswegs das Wachstum des Syndikalismus, ob groß oder klein soll ein jeder teilhaben an dem Werk. „Die Neue Türkei“ will dem Handel und der Industrie der beiden Länder neue Wege öffnen und freie Bahnen schaffen, sie wird für jeden Deutschen und jeden Türken die sich suchen, der Mittler sein.

Die Politik der „Neuen Türkei“ wird den gleichen Weg verfolgen, den der Gründer in vielen Artikeln dargelegt hat, die in Berliner Zeitungen, in den verschiedenen Blättern des Reiches sowie der türkischen Zeitung „Ikdam“ veröffentlicht wurden. „Die Neue Türkei“ ist eine unabhängige, unparteiische Zeitung, die einerseits der Hüter der verschiedenen Interessen der Heimat sein wird und andererseits die Verbrüderung der beiden Staaten und Völker schützen und fördern will. „Die Neue Türkei“ - an erster Stelle der Herausgeber, der sich mit diesem Problem bereits viele Jahre in anderen Ländern Europas beschäftigt hat - will die Gesetze und Gebräuche des Islams, die oft in falscher und irrtümlicher Weise bekannt geworden sind, dem Verständnis der modernen Welt näherführen.

„Die Neue Türkei“ wird neuen, fortschrittlichen und freiheitlichen Ideen dienen und vor allem das Bestreben verfolgen, die Stellung der türkischen Frau freier und einflußreicher zu gestalten. Eine besondere Seite der Zeitschrift wird der „Frau“ gewidmet sein. Hier werden die Briefe, die dem Redakteur in türkischer wie auch in deutscher Sprache zugehen, veröffentlicht werden.

„Die Neue Türkei“ wird allwöchentlich dem deutschen Volk Nachrichten aus der Türkei und dem Orient bringen, den Türken aber die Neuigkeiten Deutschlands und der übrigen Welt vermitteln, sie wird für den Deutschen das Fenster sein, von welchem aus er die Türkei sieht, dem Türken aber soll sie den Einblick in das deutsche Land und die Seele des deutschen Volkes gewähren.

Nicht nur gab es damals in Deutschland eine türkische Zeitung, auch in der Türkei hatte die seit 1995 existierende deutsche Zeitung „Türkische Allgemeine“ (<http://www.tuerkischeallgemeine.de/>) ihre deutschsprachigen Vorläufer, die „Osmanische Post“ (1890-1895), das „Konstantinopler Handelsblatt“ (1896), den „Osmanischen Lloyd“ (1908-1918) oder die „Türkische Post“ (1926-1939)<sup>3</sup>. Und damals wie heute gab es an den deutsch-türkischen Medienbeziehungen ein aktives und Politik steuerndes Gestaltungsinteresse der deutschen Regierungen.<sup>4</sup> Benutzten das Auswärtige Amt bzw. der deutsche Botschafter in Istanbul den „Osmanischen Lloyd“ zwischen 1908 und 1918 als aktives Propagandainstrument, so stehen die türkischen Massenmedien seit vielen Jahren im besonderen Mittelpunkt von Forschung, Beratung, Beobachtung/Kontrolle und Kooperation/Konflikt des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung.

So „zitierte“ das Bundespresseamt Aydin Dogan, den Inhaber des mächtigsten türkischen Medienkonzerns und zugleich Herausgeber der türkischen Tageszeitung „Hürriyet“, 2001 zum Bundespräsidenten und zum Bundesinnenminister nach Berlin, um mit ihm über die „nicht integrationsfördernde Berichterstattung der Deutschlandausgabe von Hürriyet“ zu sprechen. Aydin Dogan versprach „beim Bundespräsidenten, den scharfen Ton zu drosseln. Der Chefredakteur der Europaausgabe [...] gelobte drei Wochen später [...], ‚einen völlig neuen Beitrag zum idealen Zusammenleben‘ von Türken und Deutschen zu leisten. Im Oktober musste [er] trotzdem gehen. Mit ihm wurde fast die gesamte Chefredaktion der Europaausgabe ausgewechselt.“<sup>5</sup>

Zwei Dinge können festgehalten werden: 1. Die Intervention deutscher Regierungen in türkische Medienpolitik hat ihre eigene Tradition. In der Gegenwart steht sie freilich in einem seltsamen Bezug zum verfassungstheoretischen Selbstverständnis deutscher Pressepolitik, nämlich der Staats- und Regierungserne nach Art. 5 des deutschen Grundgesetzes. 2. Schiffauers Hinweis auf ein Machtverhältnis zwischen Zentrum und Peripherie zeigt sich hier recht deutlich: Würde ein türkischer Staatspräsident die Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende der Axel Springer AG und damit höchstverantwortliche für die Bild-Zeitung, Friede Springer, nach Ankara „zitieren“, um dort mit ihr über die ausländerfeindliche Berichterstattung dieser Zeitung zu sprechen? Würde sie einer solchen „Einladung“ Folge leisten? Oder: Könnte es sich ein deutscher Bundespräsident leisten, einen Rupert Murdoch wegen dessen Deutschlandberichterstattung in der englischen Zeitung „Sun“ nach Berlin zu „zitieren“?

## **2. Gastarbeiterprogramme der ARD**

Wo immer man Aufsätze über den Beginn der sogenannten Gastarbeiterprogramme im Hörfunk der ARD der frühen sechziger Jahre findet und liest, stolpert man über eine Sprache des „benevolent patriarchy“, eines herablassenden Wohlwollens. Pädagogen, Sozialpolitiker und andere „Gutmenschen“ loben die ARD dafür, dass sie Arbeitsmigranten aus Südeuropa spezielle Hörfunkprogramme in deren Muttersprachen anbietet. Der Süddeutsche Rundfunk machte mit einem italienischsprachigen Angebot am 21. Oktober 1961 den Anfang. Am 21. Mai 1964 koordinierte die ARD bislang vereinzelte Initiativen verschiedener Sendeanstalten zu einem einheitlichen Programm. An diesem Tag wurde auch das erste türkischsprachige Radioprogramm vom WDR in Köln unter dem Namen „Köln Radyosu“ ausgestrahlt.

Bis auf den heutigen Tag gibt es über diese fremdsprachigen Programme für Arbeitsmigranten in Deutschland so gut wie keine wissenschaftliche Fachliteratur. Stattdessen überwiegen kritiklose Apologetik, Lobhudelei und PR-Aufsätze von ARD-Intendanten, Medienpolitikern und vor allem von den fremdsprachigen Journalisten, die in diesen Redaktionen der ARD arbeiteten. Vor diesem Hintergrund kann nicht verwundern, dass es - neben aller lautstark verkündeten integrationspolitischen Notwendigkeit für den

Gastarbeiterrundfunk - ein weiteres, ganz anderes Motiv zur Gründung dieser Radioprogramme gab, das in der Fachliteratur bislang allerdings fast tot geschwiegen wird.

Zwischen der deutsch-türkischen Vereinbarung über die Vermittlung türkischer Arbeitnehmer nach Deutschland vom 30. Oktober 1961<sup>6</sup> und der ersten türkischsprachigen Radiosendung vom WDR in Köln am 21. Mai 1964 lagen knapp drei Jahre ohne türkischsprachige Radioversorgung der türkischen Migranten in der BRD. Und genau in diesen drei Jahren gab es einen typischen Radio-Äther-Krieg zwischen Westdeutschland und Osteuropa. Es war einerseits die Hochzeit der völkerrechtswidrigen Tätigkeit US-amerikanischer Sender wie „Radio Free Europe“ und „Radio Liberty“ von westdeutschem Boden aus<sup>7</sup>, es war andererseits gerade die Zeit, in der einige COMECON-Länder die sogenannten Gastarbeiter in der BRD politisch gezielt mit muttersprachlichen Programmen ansprachen. „Radio Prag“ sendete in italienisch und spanisch, „Radio Budapest“ in griechisch und türkisch<sup>8</sup>.

Erich Rotter vom WDR formulierte damals in einem Kontaktgespräch beim Bundesarbeitsministerium über die Einrichtung fremdsprachiger Radiosendungen: „Von deutscher Seite ging es um die Abwehr unerwünschter politischer Einflüsse aus dem Osten und um die sozial- und gesellschaftspolitische Einordnung der Ausländer“.<sup>9</sup> Rotters Prioritätensetzung in diesem Zitat ist eindeutig: Die anti-kommunistische Argumentation nach außen hat Vorrang vor der sozialpolitischen Argumentation nach innen. Bisheriges Fazit: Die Gründung der sogenannten Gastarbeiterprogramme in den sechziger Jahren durch die ARD erfolgte nicht nur aktiv, freiwillig, planend und gezielt - so die apologetische Selbstsicht ihrer Macher - sondern auch hastig, unfreiwillig und re-aktiv, lediglich einem Druck von außen gehorchend.<sup>10</sup> Mit diesem Politikmuster steht die ARD freilich nicht alleine da. Mit guten Gründen kann man, über die politischen Parteien bis zu den verschiedenen deutschen Regierungen und über den DGB bis zu den Kirchen, den gesamten Zeitraum von 1960 bis heute sehr viel eher als eine Epoche der Re-aktion und Abwehr von Migration charakterisieren als eine der aktiven und antizipierenden Politikgestaltung. Aktiv war diese Migrationspolitik lediglich in den Bereichen der Ökonomie und des Arbeitsmarktes, strukturell re-aktiv war sie stets in den Bereichen Soziales, Gesundheit, Bildung, Kultur und Massenmedien.

### **3. Zangenbewegung Teil 1: Missachtung durch die ARD**

Um aus differenztheoretischer Sicht den enormen Aufschwung eigener türkischer Kultur und Medien in Deutschland der letzten zehn Jahre adäquat begreifen zu können, muss man sich dieses Ergebnis als Resultat einer doppelten Zangenbewegung vorstellen. Über Phasen<sup>11</sup> der Anpassung und Überanpassung (token negroe, Alibi-Neger, Uncle Tom) und eines integrationistischen Miteinander (benevolent patriarchy, „Partnerschaft“ unter deutscher Dominanz) hinweg, sind die neuartigen deutsch-türkischen Medieninhalte, -formate, -organisationen Ausdruck von zwei konträren Bewegungsmustern. Zum einen gibt es in der gesamten deutschen Gesellschaft gegenüber Türken und Muslimen Rassismus, Diskriminierung, Ablehnung, Desinteresse und Unkenntnis (Teil I der Zangenbewegung), zum anderen gibt es auf deutsch-türkischer Seite eine politische Eigendynamik in Richtung auf Selbstbestimmung, kulturelle Würde, Respekt und Autonomie (Teil II der Zangenbewegung). Für den ersten Teil dieser Bewegung steht bei den Massenmedien paradigmatisch die offizielle, die regierungsnahen Medienpolitik in Form der ARD, der zweite Teil der Zangenbewegung lässt sich paradigmatisch an der Erfolgsgeschichte des nur türkischen sendenden „Radyo Metropol FM“ klar machen.

Noch und noch und immer wieder preist die ARD ihre Hörfunkangebote an in Deutschland lebende Migranten als vorbildhaft an: „WDR bleibt Trendsetter bei der Integration ausländischer Mitbürger“<sup>12</sup> oder „Funkhaus Europa: Realisierung einer grenzüberschreitenden Vision“<sup>13</sup>. Das Problematische hinter der PR-Sprache solcher Selbstanpreisungen ist kaum das

methodisch dünne Zahlenmaterial, auf das sich diese positiven Einschätzungen stützen (denn repräsentative Daten z.B. über die Radionutzung von Migranten in NRW gibt es gar nicht), sondern die gesamte argumentative Ausgangsbasis. Es ist nämlich keinesfalls eine sozialpolitische Nettigkeit, dass der WDR spezielle Angebote für Migranten produziert, sondern vielmehr sein gesetzlicher Auftrag. So kennt beispielsweise das WDR-Gesetz von 1998 die Formulierungen, dass „bedeutsame gesellschaftliche Kräfte im Sendegebiet“ und dessen „regionale Gliederung und kulturelle Vielfalt“ berücksichtigt werden müssen. Allgemeiner formuliert: Die adäquate Versorgung von in Deutschland lebenden Migranten mit Rundfunkprogrammen ist Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Grundversorgungsauftrages. Dieser medienpolitische Auftrag für Migranten ist gesetzlich bindende Vorschrift, keinesfalls freiwillige Kür.

Spätestens 1996, als eine WDR-eigene Untersuchung zu dem alarmierenden Ergebnis kam, dass von den einst 60% aller in NRW lebenden Türken das türkischsprachige Hörfunkangebot des WDR nur noch von 3% aller Türken gehört wird<sup>14</sup>, hätten Alarmglocken in Richtung Grundversorgungsauftrag klingeln müssen. Sie taten es nicht. Stattdessen wurde das muttersprachliche Hörfunkangebot für Migranten finanziell und inhaltlich weiter ausgedünnt, und von 1993 bis 1995 sank beim WDR der Anteil ausländischer Mitarbeiter sogar leicht von 3,2% auf 3,0%<sup>15</sup>. Forderte 1994 das damalige Mitglied des WDR-Rundfunkrates, die türkische Schriftstellerin und Journalistin Arzu Toker, Rundfunkräte, in denen Migrantenvertreter juristisch verbindliche Entscheidungsbefugnisse habe<sup>16</sup>, so gleicht demgegenüber die durch den WDR-Intendanten im Mai 2003 geschaffene Position eines WDR-Beauftragten für Integration und kulturelle Vielfalt dem berühmten „zahnlosen Tiger“: Dieser Beauftragte darf „anregen“, „Maßnahmen entwickeln“, „Ansprechpartner sein“, „beobachten“ und „dokumentieren“.

1999 nahm der WDR Abschied vom alten Gastarbeiterradio und entwickelte mit der Einrichtung des „Funkhaus' Europa“ ein neuartiges Sendeformat. In einer Art Zwei-Säulen-Modell sendet „Funkhaus Europa“ tagsüber ein Tagesbegleitprogramm in deutscher Sprache, und frühmorgens und abends Zielgruppensendungen in anderen Sprachen. Nach dem völligen Ausstieg des Südwestrundfunks (SWR) zum 1. Januar 2003 aus den Fremdsprachenprogrammen der ARD (also auch aus türkischsprachigen Sendungen), sendet die ARD gegenwärtig täglich nur noch 30 Minuten in türkischer Sprache im „Funkhaus Europa“ des WDR und weitere 60 Minuten bei „Radio MultiKulti“ beim SFB 4 in Berlin.

Ganz sicherlich kann der gesetzliche Auftrag der ARD, Migranten in Deutschland mit Rundfunk zu versorgen, nicht nur daran gemessen werden, ob dieser Auftrag nur muttersprachlich erfüllt werden kann. Dennoch sind einige Finanzkalkulationen in diesem Kontext mehr als brisant. Addiert man die geschätzten Jahresprogrammkosten der beiden verbliebenen türkischsprachigen Hörfunksendungen in „Funkhaus Europa“ und „Radio MultiKulti“ zusammen, dann kommt man auf einen Betrag von max. 2 Mio. Euro. Demgegenüber zahlen rd. 700.000 deutsch-türkische Haushalte jedes Jahr rd. 120 Mio. Euro Rundfunkgebühren für Hörfunk- und TV-Nutzung an die Gebühreneinzugszentrale der ARD (GEZ). Ohne hier in eine (notwendigerweise sehr komplexe) Diskussion über die Aufteilung von Rundfunkgebühren einsteigen zu wollen, drängt sich bei diesen Zahlen die Frage auf, was die ARD mit dem Gewinn aus den deutsch-türkischen Gebühren in Höhe von rd. 118 Mio. Euro macht. Nimmt sie diese enorm hohen Einnahmen, die sie aber der einzahlenden Zielgruppe nur wenig in Form von Rundfunk-Programmen zurück gibt, eventuell zur Quersubventionierung anderer Programme, beispielsweise zum Ankauf der Erstverwertungsrechte an den Samstagsspielen der Fußball-Bundesliga in Höhe von 45 Mio. Euro?

Und noch eine weitere, ganz grobe und nur überschlägige Rechnung muss angestellt werden. Multipliziert man die deutsch-türkischen Jahreseinnahmen bei der GEZ in Höhe von 120 Mio.

Euro mit der Zahl der Jahre, die seit dem deutsch-türkischen Anwerbeabkommen von 1961 verstrichen sind, also 42, dann kommt man auf Einnahmen in Höhe von rd. 5 Mrd. Euro. Halbiert man diesen Betrag (ein wenig willkürlich), um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass sich die Zahl der türkischen Haushalte von 1961 bei 0 erst langsam auf gegenwärtig 700.000 erhöht hat, dann bleibt die ARD die Antwort auf die Frage schuldig, was sie mit diesem Betrag von insgesamt 2,5 Mrd. Euro gemacht hat. Warum waren der ARD der Aufbau des dt.-frz. Senders ARTE-TV, die Einrichtung des Kinderkanals mit dem ZDF (KI.KA), die Einrichtung des Fernsehkanals PHOENIX für öffentliche Ereignisse und Dokumentationen und die Investitionen in Neue Medien, besonders Internet, wichtiger als beispielsweise der Aufbau eines dt.-türk. TV-Senders? Ist die Abwanderung deutsch-türkischer Fernsehnutzer zu den türkischen TV-Sendern Kanal D, ATV, Show TV oder Star TV und weg von ARD und ZDF nicht selbst „verschuldet“?

Wo immer man sich in der seriösen, der wissenschaftlichen Literatur zum Thema Migranten und Medien umsieht, da wird die ungeheuerliche Dynamik eines eigenen türkischen Video-, TV-Kabel- oder TV-Satellitenmarktes argumentativ stets an den Mangel von spezifischen Programmangeboten für die deutsch-türkische Bevölkerung durch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten rückgekoppelt. Dazu eine Stimme von vielen: „Das Hauptmotiv der massiven Videonutzung durch die türkische Bevölkerung [...] stellt der allgemeine Mangel an heimatssprachlichen Angeboten im bisherigen Mediensystem dar.“<sup>17</sup> Diese gängige Mangel-Hypothese soll um die oben genannte Argumentationsebene erweitert werden. Es geht nicht nur um einen öffentlich verschuldeten Mangel, vielmehr geht es um eine Vernachlässigung des gesetzlichen Sendeauftrages der ARD, nämlich der öffentlich-rechtlichen Grundversorgung.

Ganz abgesehen von der Frage, ob sich die ARD mit ihrer programmpolitischen Strategie einer nachholenden Entwicklung von dem, was ihr die privatwirtschaftlichen Sender vormachen, nicht sowieso bereits von ihrem Verfassungsauftrag entfernt hat, da sie in ihren Programmen immer mehr nur noch inhaltliche Konvergenzen mit den Privatanbietern liefert<sup>18</sup>, nähren zwei weitere Fakten den auch juristischen Verdacht, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei ihrer Missachtung der Migranten ihrem Sendeauftrag nach dem Prinzip der Grundversorgung kaum, nicht mehr oder überhaupt nicht entsprechen:

1. Aus Kostengründen der Samplebildung wird die TV-Nutzung von nicht der EU angehörenden Migranten (sprich: Türken) im täglichen Fernsehpanel der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) durch die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) nach wie vor nicht erfasst<sup>19</sup>.
2. Nach wie vor läuft eine Anfrage der EU-Kommission an die deutsche Bundesregierung wegen Diskriminierung ausländischer Rundfunkanbieter (sprich: türkische Lizenznehmer) bei Kabel-Belegungsplänen (nach §49 und §226 EGV).

#### **4. Zangenbewegung Teil 2: Eigendynamik**

Mitte der neunziger Jahre des letzten Jhs. „entdeckten“ in Deutschland lebende türkische Werbefachleute, dass es bei den Türken in Deutschland eine ethnisch geprägte Marktnische gibt, die von der deutschen Konsumgüterindustrie vernachlässigt wird. Deutsch-türkisches Ethnomarketing war geboren. Und diese Szene mit einer Vielzahl deutsch-türkischer Kleinunternehmen boomt nach wie vor (Agentur WFP, Berlin; Agentur Beys, Berlin; Agentur Tulay, München; Agentur Sinova, Frankfurt; Data4U, Berlin; SeS & Sutter, Köln; TMM-TurkMedia, Kronberg).

Ende der neunziger Jahre erschienen dann in Deutschland neuartige türkische Lifestyle-Magazine wie „Hayat“. Die erste türkische Zeitschrift in deutscher Sprache“, „etap“. Das

Magazin für modernes deutsch-türkisches Leben“, „Türkis. Kostenloses und unabhängiges Türkisch/Deutsches Deutsch/Türkisches Magazin“. Später dann erschienen die Zeitungen „Perşembe“ als Beilage in der „Tageszeitung“ (taz) und „Dünya Deutschland“ - beide in deutscher Sprache. Zwar gingen die meisten dieser Printmedienprodukte aus unterschiedlichen Gründen wieder ein, doch markieren sie genau wie das Ethnomarketing den Beginn einer neuen, einer Phase von deutsch-türkischer Eigendynamik.

Gegenüber der inneren und äußeren Verkrustung von staatlichen Großinstitutionen wie Parlamenten, politischen Parteien oder öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, deren Handeln ganz wesentlich von Selbsterhaltungsinteressen bestimmt wird und die genau deswegen innovationsträge sind, kann der Markt, weil zwangsweise flexibel, unter bestimmten Umständen emanzipatorische Kräfte entfalten. Sei es bretonischsprachiges Fernsehen in Frankreich (TV Breizh) ([www.tv-breizh.com](http://www.tv-breizh.com)), das sich in einem Markt von 4 Millionen Bretonen seit 2000 erfolgreich gegen die französische Sprachdominanz wehrt, sei es die Renaissance der katalanischen Sprache über ein eigenes Fernsehen nach dem Ende der faschistischen Franco-Ära in Spanien oder sei es Satelliten-Fernsehen in den südindischen Sprachen Telugu, Malayalam, Kannada und Tamil gegen die Hindi-Hegemonie des staatlichen Fernsehens Doordashan und des privatwirtschaftlichen Zee TV: In all diesen Fällen ist es der Markt in Form privatwirtschaftlicher Fernsehfirmen, der sich als Geburtshelfer für ein Menschenrecht auf Muttersprache und ein Selbstbestimmungsrecht nationaler und ethnischer Minderheiten erweist.

Emanzipatorisch können privatwirtschaftlich Fernsehkanäle auch dort wirken, wo vorher staatliche Fernsehmonopole eine verkrustete Normenwelt anboten, die mit der Alltagsrealität der Zuschauer keinerlei Gemeinsamkeit mehr hatte. Das galt gerade für die aus Anatolien nach Deutschland gekommenen Türken. Die „glitzernde Moderne“ in Deutschland fand keinerlei Entsprechung im staatlich-türkischen Fernsehen TNT-International. Es waren besonders die privaten türkischen Fernsehsender, die sowohl in der Türkei als auch in der Diaspora in Deutschland eine Art Kulturrevolution einleiteten. Kevin Robins und Asu Aksoy beschreiben diesen Prozess folgendermaßen:

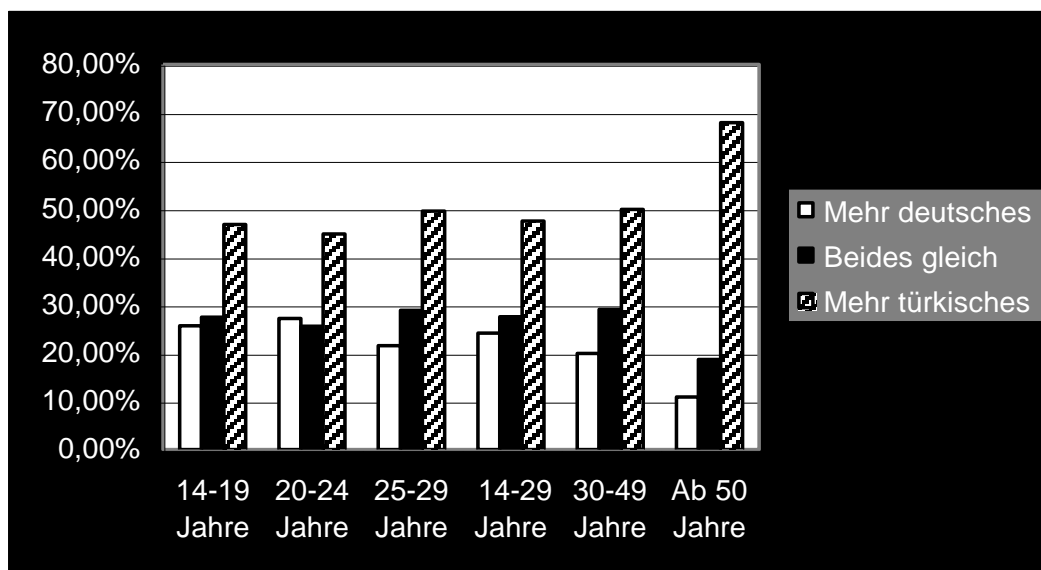
„In gewisser Hinsicht könnten wir die Entwicklung des kommerziellen Fernsehens insofern als ‚Geburtshilfe‘ für eine neue Politik von ‚Turkishness‘ betrachten. Da die kommerziellen Stationen als Piratensender zunächst keinerlei Zensur unterworfen waren, konnten sie Bilder und Stories ausstrahlen, die TRT nie gestattet hätte. [...] All die ‚offiziell Unberührbaren‘, die in der früheren staatlichen Fernsehkultur zensuriert worden waren - KurdInnen, AlevitInnen, Mitglieder religiöser Sekten, Frauen mit Kopftüchern, radikale Feministinnen, Transvestiten, Homosexuelle, ArabeskenkünstlerInnen (die Arabeske war als eine dekadente Musikform verdammt) - zeigten sich jetzt in tagespolitischen Sendungen neuen Stils, in Talkshows und Unterhaltungsprogrammen. [...] Rückblickend kann man [...] sagen, dass private TV-Sender eine wichtige Rolle bei der Unterminierung und Relativierung der staatlichen Kultur gespielt haben, die so, lange Zeit die ‚inoffizielle‘ Seite der türkischen Kultur unterdrückt hatte. Sie haben zur Entwicklung einer weitaus liberaleren Kultur beigetragen, in deren Rahmen sensible Angelegenheiten in Zusammenhang mit Nation, Identität, Religion usw. offener diskutiert werden konnten. Sie waren ein wichtiger Teil eines Prozesses, im Verlaufe dessen sich die Türkei zu einer mehrstimmigen Gesellschaft wandelte.“<sup>20</sup>

Es sind genau diese differenztheoretischen Prozesse (sowohl eine Differenzierung innerhalb der Türkei als auch eine gesuchte und benötigte Differenz gegenüber dem deutschen mainstream), die die dynamische Herausbildung eines eigenen deutsch-türkischen Medienmarktes erklären. Dieser Markt kennt folgende Charakteristika: 1. Deutsch-türkisches Ethnomarketing für deutsche Konsumgüterprodukte in türkischer Sprache. 2. Boom und Bankrott solcher deutsch-türkischer Printmedien, die in Deutschland, nicht länger in der Türkei gemacht werden. 3. Zunehmende Auflagenverluste der Deutschlandausgabe von



„Hürriyet“ (bei nach wie vor politisch-redaktioneller Kontrolle von Istanbul aus) und seit 2002 eine deutschsprachige Beilage in jeder Freitagsausgabe von „Hürriyet“. 4. Enorme Reichweitenverluste des staatlichen türkischen Auslandsfernsehens TRT-International (bis fast in die Bedeutungslosigkeit hinein). 5. Stabiles und Generationen (fast) unabhängiges TV-Nutzungsmuster der Deutsch-Türken. Wie Abb. 2 zeigt, ist dieses in der Tat der Fall. Wer traditionell und leichthin daher behauptet, es sei lediglich eine Frage der Zeit, wann in Deutschland lebende Türken ihr Interesse, türkisch zu sprechen und türkisches Fernsehen zu gucken, verloren hätten, geht an der Empirie vorbei. Alle seit 1992 von dem Marktforschungsunternehmen DATA4U in Berlin erhobenen Daten zur türkischen Fernsehnutzung in Deutschland (das sind inzwischen rd. 100.000 Interviews auf der Basis von CATI-Telefoninterviews) zeigen gleichbleibend folgende Trends: deutsches Fernsehen spielt eine untergeordnete Rolle; türkisches ist bei weitem beliebter als deutsches Fernsehen; auch wenn ältere Deutsch-Türken mehr türkisches Fernsehen gucken als die Altersgruppe der 14-29jährigen Deutsch-Türken, bevorzugt auch diese jüngste Altersgruppe mit knapp 50% das türkische vor dem deutschen Fernsehen.

**Abb. 2: Schauen Sie in der Regel mehr türkisches oder mehr deutsches Fernsehen? Telefonische Umfrage 2001 (Basis: 1.179 Interviews)**



Quelle: Data4U, Berlin.

Wie ist das zu erklären? Offensichtlich ist kulturelle und mediale Integration nicht nur eine Frage von Zeit und Aufenthaltsdauer, sondern bemisst sich außerdem an folgenden Faktoren: Größe der Migrantengruppe und ihres Marktes, kulturelle Nähe und Distanz der Migrantengruppe zur Gastgesellschaft, Sprachkompetenz, Migrationsgrund (zwangswise/freiwillig) und Ankoppelungsmöglichkeit an eine zunehmend internationalisierte Informationsgesellschaft.

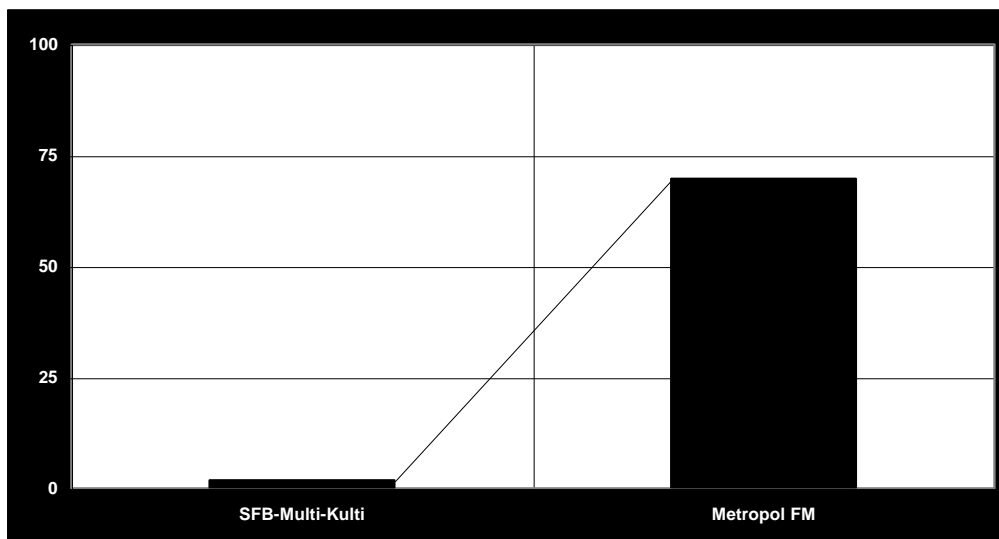
Was sagt die Sozialwissenschaft dazu? Im „Handbuch der Sozialisationsforschung“ heißt es in diesem Kontext:

„Die [...] verstärkte Beschäftigung [...] mit ethnischer Identität wird als Kennzeichen eines sozialen Wandels interpretiert, in dessen Folge Ethnizität und kulturelle Zugehörigkeit zu einer zentralen Dimension politischer Entwicklungen (Nationenbildung, Zusammenleben in Vielvölkerstaaten) und sozialer Bewegungen wird. [...] Diese Diskussion läuft parallel zu einer immer deutlicher werdenden Rückbesinnung auf die kulturelle Tradition der Herkunftskultur selbst in Gruppen, die bereits als assimiliert galten (die dritte

Einwanderungsgeneration). Die Rezeption dieser Entwicklung in der kulturanthropologischen Theoriebildung verläuft eher zögerlich, was K. T. Chun auf eine gewisse Ambivalenz akademischer Kreise gegenüber der Bedeutung solcher primordialer Bindungen begründet sieht, die nicht mit dem Ideal des Weltbürgertums in Einklang stehen. [...] [Sie betrachten] den Rekurs auf Ethnizität als fehlgeleiteten Versuch der Ordnung und Einflussnahme in komplexen sozialen Systemen.“<sup>21</sup>

Wo also die deutsche der US-amerikanischen Sozialwissenschaft provinziell hinterher hinkt und wo wie in Deutschland das normative Menschenbild eines „Weltbürgers“ jede interkulturelle Empirie zur Ideologie verkümmern lässt, da agiert der Markt und nicht die Wissenschaft emanzipativ. Am Siegeszug des ausschließlich in türkischer Sprache sendenden „Radyo Metropol FM“ in Berlin lässt sich der falsche Ansatz traditioneller Modernisierungspolitik im Bereich der Massenmedien paradigmatisch zeigen. Wie Abb. 3 in schöner Eindeutigkeit zeigt, war das so deutsche Konzept eines multikulturellen und transnationalen Radioprogramms bei der deutsch-türkischen Bevölkerung genau in dem Augenblick „weg vom Fenster“ als es eine türkische Alternative gab.

**Abb. 3: Tagesreichweiten Hörfunk. Regionalumfrage Berlin 2000**



Quelle: Data4U, Berlin.

Die SFB-Welle „Radio MultiKulti“ sendet seit 1994, und zwar in 18 Sprachen. Tagsüber gibt es ein deutsches Tagesbegleitprogramm mit viel sogenannter Weltmusik, abends kommen dann 30- oder 60-minütige Beiträge in Türkisch, Kurdisch, Albanisch, Vietnamesisch usw. Mit diesem Format entspricht „Radio MultiKulti“ allen Anforderungen der metropolitanen Moderne und ihrer progressiven Befürworter, wie sie sich am ausgeprägtesten im Umfeld der Partei der Grünen finden. „Radio MultiKulti“ spricht selbstverständlich gerne und stolz von „Internationalität“, „Völkerverständigung und Toleranz“, „Weltoffenheit“, „Globalisierung“ usw., usw. Und bei Legitimations- und Finanzkrisen erhält „Radio MultiKulti“ die selbstverständliche Unterstützung aller „Gutmenschen“: IG Medien, die Ausländerbeauftragten von Bund und Länder, progressive Akademiker, Bürgerinitiativen usw. Nur - und so weit und nicht gut: Die türkische Bevölkerung in Berlin interessierte sich in keiner Form für solche Argumente. Seit Juni 1999 wanderte sie immer mehr, inzwischen nahezu völlig, von „Radio MultiKulti“ zu „Radyo Metropol FM“ ab.

„Radyo Metropol FM“ in Berlin war der erste türkischsprachige Radiosender in Deutschland, der sein 24-Stunden Vollprogramm gezielt über UKW nur für Deutsch-Türken gestaltet. Das Meinungsforschungsinstitut Infratest in München belegte die überaus positive Resonanz in der Hörerschaft in einer umfangreichen Studie im Juni 2002. Der Erfolg dieses Senders hat

drei Gründe: türkische Sprache, türkische Musik und regionaler Bezug. Gegenwärtig hat „Radyo Metropol FM“ über 22.000 Hörer/Stunde unter den in Berlin lebenden rd. 170.000 Deutsch-Türken und rd. 130.000 Stammhörer. Den Berliner Erfolg nahm „Radyo Metropol FM“ zum Anlass, auch in anderen Bundesländern Anträge auf Zuteilung einer Radiofrequenz zu stellen. Seit 2001 gibt es dieses Radio auch in Ludwigshafen für die Deutsch-Türken im Rhein-Neckar-Raum, und im Sommer 2003 bewarb sich „Radyo Metropol FM“ auch in München für die dort lebenden rd. 50.000 türkischsprachigen Personen um eine entsprechende Frequenz.

Spannend ist bei „Radyo Metropol FM“ im übrigen die Frage nach den Besitzverhältnissen. Der 100%-Gesellschafter dieses türkischen Radios ist die Moira GmbH, die wiederum zu 100% Tochter der Medien-Union GmbH in Ludwigshafen ist. Das Herzstück der Medien-Union der Zeitungsverlegerfamilie Schaub ist die „Rheinpfalz“. Daneben gehören der Medien-Union die Schulbuchverlage Westermann, Diesterweg, Schroedel und Schöningh, die „Freie Presse“ in Chemnitz und - über Anteile an der Stuttgarter Südwestdeutschen Medien Holding GmbH - seit 2002 auch Teile der „Süddeutschen Zeitung“ in München. Mit anderen Worten: Jenseits irgendeiner Frage nach der political correctness von „türkischen Medienghettos innerhalb von Deutschland“ nach dem Motto: „Die sollen doch erst einmal Deutsch lernen!“ hat sich mit „Radyo Metropol FM“ eine der größten deutschen Zeitungsgruppen in dem kleinen türkischsprachigen Nischenmarkt fest und erfolgreich etabliert.

## 5. Sprachproblematik

Im Beziehungsgeflecht Migranten und Massenmedien muss Sprache (Sprachkompetenz, Spracherwerb, Zwei- und Mehrsprachigkeit, Schul- und Sprachunterricht, Erst- und Zweitsprache usw.) als eine Schlüsselvariable begriffen werden. Wenn zur Zeit immer wieder berichtet wird, dass sich die Deutschkenntnisse der türkischen Bevölkerung insgesamt im Vergleich zu früher wesentlich verschlechtert hätten, so wird dies gegenwärtig von allen Fachleuten bezweifelt. Wissenschaftliche Untersuchungen zu dieser Frage sind sehr rar. Eine Repräsentativuntersuchung der Friedrich Ebert-Stiftung von 1996 stellte im Rahmen einer Längsschnittbetrachtung einen kontinuierlichen Ausbau der Beherrschung der deutschen Sprache in den Jahren 1980, 1985 und 1995 gerade auch der türkischen Befragten fest. Verfügten 1980 nur 71% der türkischen Befragten über deutsche Sprachkenntnisse, so stieg dieser Anteil auf 96% 1995. Auch in der Qualität der Sprachkenntnisse ist eine deutliche Steigerung festzustellen. Sehr gute und gute Sprachkenntnisse gaben 1980 29% und 1995 46% an.<sup>22</sup>

Dieses ist die eine Seite der deutsch-türkischen Sprachdiskussion: Ein großer Teil der türkischen Bevölkerung in Deutschland verfügt über gute Deutschkenntnisse. Die andere Seite der deutsch-türkischen Sprachdiskussion heißt: Die in Deutschland lebenden Türken bevorzugen türkischsprachige Radio- und TV-Programme eindeutig vor deutschen Angeboten. Wie passen diese zwei Sachverhalte zusammen?

Massenmedien erfüllen (ganz grundsätzlich) zwei sehr unterschiedliche soziale Funktionen. Zum einen informieren sie den Rezipienten über den Anderen - zum anderen dienen sie der Selbstvergewisserung des Rezipienten. Sie exkludieren stets genauso wie sie inkludieren. Im Sinne einer Selbstvergewisserung und -bestätigung erfüllen Medien grundsätzlich und stets auch die Funktion der kulturellen Identitätsfindung und -bestätigung. Im Deutschland der letzten vierzig Jahre konnte man die Identitätsfindungs- und Bestätigungsfunktion der Medien erfolgreich am Aufkommen feministischer resp. spezifischer Frauenmedien verfolgen. Ähnliches vollzieht sich seit längerem im Verhältnis von Massenmedien zu deutsch-türkischen Migranten; sie brauchen Medien besonders in ihrer eigenen Sprache (aber auch mit eigener Musik, eigenen Moderatoren, Talkmastern und Ansagern) um sich wohlfühlen zu

können. Sprache ist nicht nur instrumentell, sondern außerdem auch als ganz wesentlicher Teil von individueller und kollektiver Identitätsbildung zu verstehen. Genau diesem Aspekt von Sprache wird aber bei der Diskussion um türkischsprachige Mediennutzung in Deutschland zu wenig Relevanz beigemessen. Würde man auch diesen Aspekt von Sprache ernst nehmen, dann hieße das, dass nicht nur die deutsche und multi-kulturelle Dimension von Spracherwerb der Migranten in den Medien („Funkhaus Europa“ und „Radio MultiKulti“) gefördert werden müsste, sondern gleichzeitig müssten auch türkischsprachige Medien („Radyo Metropol FM“) wenn schon nicht gefördert, dann aber zumindest politisch positiv gewertet werden.

Integration ist, auch und gerade sprachlich<sup>23</sup>, (wenigstens) ein Zwei-Stufen-Prozess: Nur wer mit sich selbst Eins ist, kann auf den Anderen positiv zugehen; nur wer seine Muttersprache liebt und sie gut beherrscht, verfügt über ausreichende Transfermöglichkeiten in eine Zweitsprache; nur wer sich in eigener Sprache und Kultur Medienkompetenz angeeignet hat, kann diese auf Medien in anderen Sprachen übertragen.

Konträr zu solchen Erkenntnissen aus der Linguistik, aber durchaus konform mit dem politischen Diskurs rund um das Zuwanderungsgesetz und den dort vorgesehenen Deutschkursen für Ausländer, kündigte der Südwestrundfunk (SWR) zum Jahreswechsel 2003 seinen Ausstieg aus der ARD-Gemeinschaftsaufgabe „Hörfunk-Programme für Ausländer“ an. Die Ersparnis von rd. 1 Mio. Euro begründete der SWR mit dem Hinweis darauf, dass diese Sendungen nur noch von rd. 5% der Migranten genutzt würden („vergaß“ aber die doch notwendigen Hinweise darauf, dass diese Programme seit langem nicht mehr über UKW zu empfangen waren und dass beispielsweise Programme mit klassischer Musik oder Jazz von noch weniger als 5% der Radiohörer genutzt werden). Der Stuttgarter Entscheidung folgten sodann in einer Art Kettenredaktion alle ARD-Intendanten. Mit der Aufgabe mutter- und fremdsprachlicher Sendungen durch die gesamte ARD ist die Geschichte des Gastarbeiterrundfunks zu Ende gegangen. Es bleiben z. Zt. nur individuelle Lösungen einzelner ARD-Anstalten. Generell markiert nun das Jahr 2003 für die ARD einen Paradigmenwechsel für die Zielgruppe Migranten: Weg von fremd- und hin zu deutschsprachigem Hörfunk mit interkulturell relevanten Beiträgen.

Gegen die Entscheidung des SWR gab es lebhafteste Proteste, und zwar vom DGB, dem in Darmstadt ansässigen Interkulturellen Rat, verschiedenen kommunalen Ausländerbeiräten und vor allem sehr machtvoll von der Marokkanisch-Deutschen Assoziation für Beratung und Gemeinwesen in Düsseldorf. In dem dort erarbeiteten „Manifest zu Rundfunk-Integrationsprogrammen für Minderheiten“ vom November 2002 heißt es u.a.:

„Wir [...] halten es für wichtig, dass die Förderung der kulturellen Vielfalt in Deutschland [...] und des Integrationsprozesses der hier lebenden Menschen durch Hörfunk- und Fernsehsendungen in deren Muttersprache aufrecht erhalten [...] wird“<sup>24</sup>.

Dieses Manifest gegen die ARD wurde von den wichtigsten 130 Professoren für Migrationsfragen, zehn Vereinen und der Dienstleitungsgewerkschaft ver.di unterzeichnet und mitgetragen. In diesen Protest gegen die SWR-Entscheidung von 2002 gegen muttersprachliche Hörfunkprogramme hätte man gut gerne auch noch den ehemaligen WDR-Intendanten Friedrich Nowotny einbeziehen können, hatte der doch 1989 ausgeführt, dass die Gastarbeitersendungen dazu beigetragen hätten, „das Menschenrecht auf Muttersprache zu verwirklichen“<sup>25</sup>. Ein großes Wort! Doch: „Was kümmert mich mein Geschwätz von gestern?“

Sowohl in der Bilingualismus-Debatte in Schule und Zuwanderungsgesetz als auch in der medienpolitischen Debatte um den Stellenwert von fremdsprachigem Hörfunk und Fernsehen zeichnet sich die gleiche Tendenz ab, nämlich die der Privatisierung von Fremdsprachen.

Auf dem Höhepunkt der kontroversen Diskussion um das Zuwanderungsgesetz machte das Bundesinnenministerium in Bezug auf die geplanten Sprachkurse folgenden Sachverhalt klar. Die dort vorgesehenen Sprach- und Einbürgerungskurse in Höhe von 1.288 Euro pro Jahr pro Migrant betreffen nur die deutsche Sprache. Das Erlernen der Muttersprache sei nicht Aufgabe der öffentlichen Hand sondern der Familien. Das Bundesland Niedersachsen will lt. Kabinettsbeschluss vom Juli 2003 noch einen Schritt weiter gehen. Die Kosten für die Pflichtsprachkurse in Deutsch sollen die Betroffenen selbst zahlen. Bei nachweislich mangelnden Deutschkenntnissen drohen Entzug der Aufenthaltserlaubnis und Sperrzeiten beim Arbeitslosengeldbezug, dürfen Familienangehörige aus dem Ausland nicht nachziehen.

Aller höchst gelungenen PR- und Hochglanzrhetorik über Sprachenreichtum und die fröhlich-friedliche Multikulti-Gesellschaft des Berliner Bundesbildungsministeriums im Europäischen Jahr der Sprachen 2001 zum Trotz wird überall und gerade im muttersprachlichen Bereich gekürzt: So beschloss der Landtag NRW Ende 2002 die Lehrerstellen für den muttersprachlichen Unterricht um 1/3 zu kürzen (das sind rd. 450 Lehrkräfte), obwohl ein Gutachten der Universität Münster der Düsseldorfer Landesregierung bereits 1996 gravierende Defizite in der Schulpolitik für ausländische Kinder vorgehalten und vorgerechnet hatte<sup>26</sup>. Solche Konzepte und Kürzungen kommen im übrigen zu einem Zeitpunkt, an dem das schlechte Abschneiden gerade der ausländischen Kinder in der Pisa-Studie zu gegenteiligen finanziellen Konsequenzen hätte führen müssen. Während der (links-liberale) Bildungsforscher Prof. Dr. Klaus Klemm eine zusätzliche Investition von 30 Mrd. Euro für notwendig hält, damit Deutschland das Ausgabenniveau des Pisa-Siegers Finnland erreicht<sup>27</sup>, rechnet der (konservative) Sozialwissenschaftler Prof. Dr. Meinhard Miegel der Öffentlichkeit vor, dass für die im Zuwanderungsgesetz vorgesehenen Sprach- und Integrationskurse das Vierfache an Finanzmitteln vorgesehen werden müsste, damit eine „wirkliche Integration“ möglich werden könne<sup>28</sup>.

Was für Fremdsprachen in der Schul- und Zuwanderungsdebatte gilt, trifft gleichermaßen auf die Mediendebatte zu. Fremdsprachliche Angebote gibt es hier nur noch auf privatwirtschaftlicher Ebene, entweder aus der Türkei (kommerzielle TV-Sender und privatwirtschaftliche Presse) oder aus Deutschland (Radyo Metropol FM der deutschen Medien-Union). Würde die ARD ihrem Grundversorgungs- und Integrationsauftrag gegenüber den in Deutschland lebenden Migranten nachkommen, dann müsste sie ein Hörfunkvollprogramm entwickeln und finanzieren, das folgenden Kriterien genügt: 1. Vielsprachigkeit, 2. eigenständige musikalische Profilbildung, 3. hohe technische Erreichbarkeit. Zwar müsste die ARD dann dafür weitaus mehr Geld ausgeben als den Betrag von knapp 5 Mio. Euro, den sie bislang für die Gemeinschaftsaufgabe „Radioprogramme für Ausländer“ ausgegeben hat, doch wäre das durchaus finanzierbar. Wie die weiter oben erwähnten Beispiele zeigen konnten, hat die ARD in den letzten zwanzig Jahren viel teurere Projekte als ein derartiges Radiovollprogramm für Migranten entwickelt. Das Fazit ist einfach: Regierungen, politische Parteien und ARD haben keinerlei politisches Interesse an einem solchen Rundfunk.

Und mit diesem letzten Hinweis bewegt sich die kontinuierliche Dynamik der beiden Zangenbewegungen von Mangel und Eigendynamik auf einer nun höheren Schleife wiederum seinem ersten Zustand von Defizit und Vernachlässigung zu.

## **6. Die Studie des Bundespresseamtes (BPA) von 2001: Ideologieproduktion**

Ende 2000 wurde im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung (kurz: Bundespresseamt) eine repräsentative Umfrage zur Mediennutzung und sozialen Integration der türkischen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland durchgeführt (n = 1.842 Befragte, persönliche Interviews). Im folgenden Jahr wurden die

Ergebnisse veröffentlicht.<sup>29</sup> An dieser Stelle geht es nicht um eine wissenschaftliche Gesamtwürdigung dieser Studie, sondern um a) eine Diskussion der dieser Studie zugrunde liegenden zentralen wissenschaftstheoretischen Annahmen, b) eine Methodenkritik, c) eine Diskussion wichtiger Einzelergebnisse und d) der medienpolitische Funktionalisierung dieser Studie durch Dritte.

Die Autoren dieser Studie verzichten explizit auf eine normative Theorie von Integration, sondern definieren demgegenüber:

„Vielmehr wird ein Modell zur Beschreibung und Klassifizierung des individuellen Integrationszustandes angewandt, um typische Integrationsstadien in der türkischen Bevölkerung in Deutschland zu identifizieren. Diese Identifikation erfolgt auf der Basis der konkreten Lebenssituation, der Sprachkompetenz und Einstellungen zum öffentlichen Leben in Deutschland. Die identifizierten ‚Integrationstypen‘ werden dann im Hinblick auf ihre Mediennutzung untersucht und verglichen. Integration wird in diesem Kontext nicht als absolute, sondern als relative Größe verstanden, nämlich als Abweichung einer Person vom Durchschnitt der gesamten zu untersuchenden Gruppe - in diesem Fall der türkischen Bevölkerung in Deutschland.“<sup>30</sup>

Aus wissenschaftstheoretischer Sicht ist dieser Ansatz aus mehreren Gründen fragwürdig. 1. Eine Position von wertfreier Empirie ohne Normativität kann nach dem gehaltvollen sogenannten Positivismusstreit zwischen Theodor W. Adorno, Hans Albert und Karl R. Popper von 1961 in dieser Radikalität eigentlich von niemand mehr ernsthaft formuliert werden. 2. Wer in der Sozialwissenschaft eine bestimmte Größe lediglich als Abweichung von einer anderen Größe definiert, auch wenn das nur statistisch geschieht, steht (wenn auch unbewusst) in einer ganz bestimmten soziologischen Denktradition von Devianz und Abweichung. Besonders im Gender- und im interkulturellen Bereich kann diese Denktradition zu mehr als fatalen Konsequenzen führen. Da das Selbst des zu untersuchenden Objektes bei dieser Devianzperspektive nicht erfasst werden kann, ist es nur eine Abweichung von etwas Anderem, aber eben nichts Eigenes. 3. Die (theoretisch nicht begründete) Annahme, man könne zu empirisch begründeten und validen Aussagen über Integration dann gelangen, würde man sie an den Größen „konkrete Lebenssituation, Sprachkompetenz und Einstellungen zum öffentlichen Leben in Deutschland“ messen, ist voluntaristisch. 4. Eine Studie, deren Erkenntnisinteresse am Begriff der Integration ausgerichtet ist, wird zu Aussagen über Integration kommen. Was aber macht ein solches Erkenntnisinteresse dann, wenn Realität und Experten begründet nachweisen können, dass die Kategorie Integration irrelevant für viele untersuchten Details ist, wenn sich das Erkenntnisinteresse stattdessen z.B. an solchen Kategorien wie Selbstbestimmung oder Respekt oder Wohlbefinden orientiert hätte?

Methodenkritisch ist zweitens ein schwergewichtiger Einwand gegen diese Studie vorzutragen, da die Interviewer dieser Studie Deutsche und nicht Deutsch-Türken waren.<sup>31</sup> Die Forschungsliteratur der interkulturellen, empirischen Sozialforschung (besonders aus den USA) über Verzerrungen der Ergebnisse für den Fall, dass der Interviewer eine andere ethnische Zugehörigkeit aufweist als der Interviewte, ist mehrere Meter lang. Es ist unverständlich, dass diese Literatur nicht zur Kenntnis genommen, dass insofern Verzerrungen (unbekannten Ausmaßes) in Kauf genommen wurden. Unverständlich bleibt auch, warum dieses Methodenproblem nicht wenigstens erwähnt wurde. Bleibt die Validität der Daten dieser Studie deswegen offen, so ergibt sich zusätzlich ein Problem wissenschaftlicher Ethik. Gerade in der interkulturellen empirischen Sozialforschung (wiederum besonders in den USA) gibt es inzwischen den ethischen Standard, Wissenschaftler der zu untersuchenden Ethnie nicht nur gleichberechtigt als Interviewer einzusetzen, sondern sie von Projektbeginn an als gleichberechtigte Partner am Forschungsdesign zu beteiligen.<sup>32</sup>

Drittens sind einige zentrale Ergebnisse dieser Studie deswegen zu kritisieren, weil sie in starkem Widerspruch zu den Ergebnissen anderer Studien stehen und weil sie aufgrund der bislang dargelegten theoretischen und methodischen Zweifel nicht valide sind. Die beiden Autoren formulieren u.a.:

„In der türkischen Bevölkerung in Deutschland ist die Gruppe am größten, die türkische und deutsche Medien nutzt. Jeder zweite Türke ist in seiner Mediennutzung ‚zweisprachig‘. Am seltensten ist die ausschließliche Nutzung türkischsprachiger Medien (17%). Deutlich größer ist die Gruppe der in Deutschland lebenden Türken, die ausschließlich deutschsprachige Medien nutzt (28%). Auf dieser Grundlage [...] ergibt sich die Rangliste der deutsch- und türkischsprachigen Medien in diesem Bevölkerungssegment. Sie wird angeführt von deutschen Fernsehprogrammen (70% Stammnutzer); das türkischsprachige Fernsehen liegt auf dem zweiten Rang (58%). An dritter Stelle liegt das deutschsprachige Radio (37%). Noch vor dem türkischsprachigen Radio (15%) sind - gleichrangig - die deutsch- und türkischsprachigen Tageszeitungen platziert (jeweils 29%).“<sup>33</sup>

An anderer Stelle ziehen die beiden Autoren folgendes Fazit:

„Will man vor allem die Bevölkerungssegmente erreichen, die das größte Potential für eine weitergehende Integration darstellen, wird man sowohl türkisch- als auch deutschsprachige Medien nutzen müssen. Eine Konzentration auf türkischsprachige Medien wäre in diesem Zusammenhang ebenso ein falscher Weg wie eine ausschließlich auf deutsche Medien ausgerichtete Kommunikationsstrategie. Denn diejenigen, die ausschließlich türkische Medien nutzen, sind für integrationspezifische Kommunikationsabsichten kaum (mehr) zugänglich. Und diejenigen, die fast nur noch deutsche Medien nutzen, sind längst in der deutschen Gesellschaft angekommen.“<sup>34</sup>

Diese (integrationsfreundlichen) Ergebnisse und Interpretationen stehen in Kontrast zu den Daten des privaten Berliner Forschungsinstituts Data4U (siehe Abb. 2 und Abb. 3). Dieses Argument ist deswegen wichtig, weil Data4U in Deutschland eine Art „kleiner Monopolist“ von validen Mediendaten über den Medienkonsum der deutsch-türkischen Bevölkerung ist und seit 1992 kontinuierlich zu gegenteiligen Ergebnissen kommt, nämlich der Präferenz von türkischsprachigen vor deutschen Medienangeboten. Die Validität der Mediendaten von Data4U ist aus mehreren Gründen wahrscheinlich höher als die der BPA-Studie: Data4U arbeitet ausschließlich im Arbeitsgebiet der deutsch-türkischen Medienbeziehungen, während die beiden Autoren der Regierungsstudie vor dieser Arbeit keinerlei Projekterfahrung mit deutsch-türkischen oder türkischen Medien hatten; Data4U arbeitet nur mit deutsch-türkischen Interviewern, die BPA-Studie hatte deutsche Interviewer; als privates Marktforschungsinstitut ist Data4U bei seinen privaten Auftraggebern aus der TV-Industrie bei Strafe eines Auftragsentzugs einer höheren Validität verpflichtet als universitäre Akademiker einer politischen Institution gegenüber. Des weiteren schließlich gehen die integrationsfreundlichen Daten der Studie des Presse- und Informationsamtes insofern völlig an der Realität vorbei, als sie weder den nachweislichen Erfolg des türkischsprachigen Radiosenders „Radyo Metropol FM“ erklären können, noch den zahlreicher türkischsprachiger TV-Werbepots in türkischen TV-Sendern für Deutsch-Türken von namhaften deutschen Großunternehmen und Marken wie DaimlerChrysler, Otelo (Acor), Unilever, Procter & Gamble, Henkel (Persil, Pril usw.) (Und diese Unternehmen überprüfen - im Gegensatz zur BPA-Studie - genau, wo sie ihre Werbegelder investieren.)

Fasst man all diese Bedenken zusammen, dann liegt der Verdacht nahe, dass die Ergebnisse der Studie des Presse- und Informationsamts ideologischer Natur sind. Der oben bereits als Fazit zitierte Satz der Autoren: „Denn diejenigen, die ausschließlich türkische Medien nutzen, sind für integrationspezifische Kommunikationsabsichten kaum (mehr) zugänglich“ wird

von den eigenen Daten kaum abgedeckt, wohl aber entspricht dieses statement der gegenwärtigen political correctness rund um die Debatte des Zuwanderungsgesetzes.

Viertens - und relativ unabhängig von der bislang vorgetragenen Kritik - muss schließlich danach gefragt werden, wie die Ergebnisse der BPA-Studie von dritten Akteuren für eigene Zwecke politisch instrumentalisiert wurden. Da gibt es beispielsweise den einmütigen und seltsamen Schlußschluss zwischen der Türkischen Botschaft und der „Tageszeitung“ (taz). Frohlockt die türkische Botschaft, dass man nun endlich schwarz auf weiß wisse, dass es lediglich unbewiesene Behauptungen seien, dass eine große Mehrheit der Türken nur türkisches Fernsehen gucke<sup>35</sup>, sekundiert die taz dieser Aussage mit der zustimmend gemeinten Überschrift „Berieselung gern auf Deutsch“<sup>36</sup>.

Ausgesprochen fragwürdig ist die Nutzung von Teilergebnissen der Studie des Presse- und Informationsamtes durch Mitarbeiter einzelner ARD-Anstalten. So verweist beispielsweise Gualtiero Zambonini, WDR-Beauftragter für Integration und kulturelle Vielfalt und Leiter der Programmgruppe „Funkhaus Europa“, darauf, dass diese Studie ergeben habe, „dass sich ‚Funkhaus Europa‘ bei den türkischen Hörern großer Beliebtheit erfreut: als zweites meist gehörtes Programm nach ‚EinsLive‘“<sup>37</sup>. Zambonini irrt. Laut entsprechender Tabelle in der BPA-Studie<sup>38</sup>, steht „Funkhaus Europa“ nur an dritter Stelle. Und wie das Beispiel der Konkurrenz von „Radio MultiKulti“ und „Radyo Metropol FM“ (siehe Abb. 3) gezeigt hat, ist genau diese Tabelle aus der Studie des Bundespresseamtes über die von Deutsch-Türken in NRW am häufigsten gehörten Radiosender deswegen unsinnig, weil es in NRW keine türkischsprachige Radiokonkurrenz zu „Funkhaus Europa“ gibt. (Wo es nur Birnen gibt, kann man Äpfel nicht messen.) Auch in der Diskussion um den Ausstieg des Südwestrundfunks aus dem Gemeinschaftsprogramm der ARD für Fremdsprachen übernimmt die Studie des Bundespresseamtes politische Legimitationsfunktion. Dazu wiederum Gualtiero Zambonini: „Spätestens seit der jüngsten Untersuchung des Bundespresseamtes über das Medienverhalten der Türken in Deutschland aus dem Jahr 2001 wissen wir, dass ein gewichtiger Teil türkischer Leser und Zuschauer in Deutschland deutschsprachige Zeitungen und Fernsehprogramme nutzt.“<sup>39</sup>

Was also ist das Fazit dieser Studie des Bundespresseamtes? „Die türkische Medienintegration qua Massenmedien in Deutschland ist gelungen. Es besteht kein weiterer politischer Handlungsbedarf.“ Und was ist der Tenor des politischen Diskurses rund um diese Studie? „Türkischsprachige Medien sind überflüssig.“

## **7. Deutsch-Türken und andere Minderheiten in Deutschland**

Jenseits der sehr engen juristischen Definition von Minderheit<sup>40</sup>, ist es in den Sozialwissenschaften notwendig, den Minderheitenbegriff im Kontext von Sprach- und Kulturzugehörigkeit zu definieren, ihn im historischen Kontext zu erörtern. In Deutschland lassen sich unter dieser Perspektive verschiedene Arten von Minderheiten charakterisieren: traditionelle Minderheiten (Dänen, Friesen, Sorben, Roma und Sinti), besondere Minderheiten (Juden), Arbeitsmigranten der jüngeren deutschen Geschichte seit 1955 (Italiener, Spanier, Portugiesen, Griechen, Jugoslawen, Türken) und Spätaussiedler aus Osteuropa.

Der sozialwissenschaftliche Diskurs über das Verhältnis von Minderheit zur der sie umgebenden Mehrgesellschaft lässt sich traditionellerweise entlang von zwei recht unterschiedlichen Paradigmen führen. Da gibt es zum einen das Integrationsparadigma und zum anderen das der Selbstbestimmung. Das Integrationsparadigma ist interaktionistisch, assoziativer Natur, kennt asymmetrische Beziehungen und diskutiert unterschiedliche Grade und Formen von Anpassung zwischen Minderheit und Mehrheit. Das Paradigma der Selbstbestimmung dagegen betont kulturelle Dimensionen wie Sprache, Kultur, Religion und Identität, ist eher relativistisch als universalistisch, setzt auf Autonomie, Eigenverantwortung



und Selbstverwaltung. (Als „Selbstbestimmungsrecht der Völker“ in der UN-Charta hat das Paradigma der Selbstbestimmung im übrigen auch eine wichtige juristische Dimension.)

Verteilt man nun die beiden Paradigmen Selbstbestimmung und Integration auf die Minderheiten in Deutschland, dann lässt sich folgende Zweiteilung beobachten. Das Paradigma Selbstbestimmung gilt für die traditionellen deutschen Minderheiten der Dänen (50.000), der Friesen (50-60.000 Nord- und 2.000 Ostfriesen), der Sorben (60.000) und die Volksgruppe der Roma und Sinti (70.000), die besondere Minderheit der Juden (vor der Öffnung Osteuropas 27.000; gegenwärtig 98.000), die Spätaussiedler aus Osteuropa<sup>41</sup> (3,1 Mio.) und - als politisch wichtigster Sonderfall - für den Rechts- und Kulturanspruch aller aus Polen, der Tschechoslowakei und anderen osteuropäischen Ländern zwangsweise vertriebenen Deutschen.

Dass die Ebenen Selbstbestimmung, autochthone Sprach- und Kulturförderung dem deutschen Gesetzgeber durchaus bekannt sind, zeigt beispielsweise Art. 5 des Rahmenübereinkommens des Europarates zum Schutz nationaler Minderheiten von 1995, dem Deutschland 1997 per Gesetz beitrug:

"Die Vertragsparteien verpflichten sich, die Bedingungen zu fördern, die es Angehörigen nationaler Minderheiten ermöglichen, ihre Kultur zu pflegen und weiterzuentwickeln und die wesentlichen Bestandteile ihrer Identität, nämlich ihre Religion, ihre Sprache, ihre Traditionen und ihr kulturelles Erbe, zu bewahren."

Vergleichbar argumentierte bereits die UNESCO-Konvention gegen Diskriminierung im Unterrichtswesen von 1960. Die Vertragsstaaten kommen in diesem Abkommen darin überein,

"dass es wesentlich ist, den Angehörigen nationaler Minderheiten das Recht zuzuerkennen, ihre eigene Erziehungsarbeit zu leisten, hierbei Schulen zu unterhalten und im Einklang mit der innerstaatlichen Politik in Erziehungsfragen ihre eigene Sprache zu gebrauchen und zu lehren."

Es gibt also sogar im Menschen- und Völkerrecht die Rechtsfigur eines Sprachenrechts - freilich greift sie deswegen meistens nicht, weil sie oft mit dem Problem nationaler Minderheiten verbunden ist und eine europaweite, einheitliche und verbindliche juristische Definition von Minderheit bislang nicht möglich war. Deutschland hat bei der Ratifizierung des Rahmenübereinkommens des Europarates zum Schutz nationaler Minderheiten von 1995 in einer eigenen Fußnote<sup>42</sup> festgelegt, dass es in Deutschland nur die folgenden nationalen Minderheiten gibt: Dänen, Sorben, Friesen, Sinti und Roma. Aus dieser Festlegung und Definition folgt, dass diese Minderheiten in Deutschland auch einen einklagbaren Rechtsanspruch auf die Förderung von Schulen und Medien in ihren eigenen Sprachen haben. So gibt in Schleswig-Holstein die dänische Minderheit die dänischsprachige Zeitung „Flensborg Avis“ heraus. Diese wiederum ist Anteilseigner am privaten Radio-Sender „Radio Schleswig-Holstein“, der täglich eine dänischsprachige Nachrichtensendung gestaltet. Bei den Sorben gibt es die sorbische Tageszeitung „Serbske Nowiny“ und die Wochenzeitung „Nowy Casnik“.

Auch für die in Deutschland lebenden Juden gibt es über das Paradigma der Selbstbestimmung einen Anspruch auf Förderung der eigenen Kultur. Mit der Unterzeichnung des Staatsvertrages zwischen Deutschland und dem Zentralrat der Juden am 6. Juni 2003 verpflichtet sich der deutsche Staat zur Erhaltung und Pflege des deutsch-jüdischen Kulturerbes, zum Aufbau einer jüdischen Gemeinschaft, einer eigenen Hochschule für jüdische Studien und eines eigenen Archivs zur Erforschung der Geschichte der Juden in Deutschland.

Auf der anderen Seite der Zweiteilung der Paradigmen stehen die Arbeitsmigranten der jüngeren deutschen Geschichte seit 1955: Italiener (610.000), Spanier (127.000), Portugiesen (131.000), Griechen (359.000), ex-Jugoslawen (1 Mio.), Türken (2 Mio.). Für sie gilt das Paradigma der Integration, und nicht das der Selbstbestimmung. Und genau deswegen haben sie keinen Rechtsanspruch auf Kultur- und Medienförderung in ihren eigenen Sprachen. Erfährt die Eröffnung des Jüdischen Gymnasiums in Berlin große öffentliche Zustimmung, begegnet man türkischsprachigem Fernsehen mit Ängsten vor einer Parallelgesellschaft, erhält die Minderheit der Sudetendeutschen große öffentliche Finanzmittel zur Pflege ihres Brauchtums, so gibt es kein vergleichbares Recht für Deutsch-Italiener oder Deutsch-Portugiesen, wird der Bau einer Synagoge ganz selbstverständlich mit öffentlichen Mitteln subventioniert, geht der Baugenehmigung für eine Moschee eine jahrelange Kette von Gerichtsprozessen voraus.

Diese Paradigmen-Zweiteilung ist aus vielen Gründen problematisch. 1. Für die subjektiv davon betroffenen Menschen ist eine unterschiedliche Behandlung ihrer Anliegen je nach Zuhörer zu unterschiedlichen Arten von Migrationsgruppen nicht nachvollziehbar. Viele von ihnen müssen die unterschiedliche Behandlung als Rassismus und Diskriminierung empfinden. 2. Quantitativ betrachtet, kommen gerade große Migrantengruppen, nämlich die Arbeitsmigranten der jüngsten deutschen Geschichte, nicht in den Genuss öffentlicher Mittel zur Pflege eigener Sprache und Kultur. 3. Da hinter der Zweiteilung der beiden Migrantengruppen auch (nicht nur) eine Zeitachse steht, muss danach gefragt werden, wie viel Zeit verstreichen muss, bis aus den Migranten der jüngeren deutschen Geschichte alte Minderheiten werden?

### **Die Emergenz des Neuen**

Das Neue, das Eigene und das Besondere einer deutsch-türkischen Medienkultur gründet zunächst einmal im Alten. Gute 150 Jahre nach Heinrich Heines schlaflosen Sorgen um ein „Deutschland in der Nacht“ benennt der deutsch-türkische Dichter Hasan Özdemir dieses Alte in seinem Gedicht „Nacht in Deutschland“:

karanlık içinde almanya  
yanıyor - yanıyor hala  
üşüyorum ben

deutschland in der nacht  
es brennt es brennt noch  
ich friere

ne de uzun bir gece  
sonbaharda  
yamıyor - yamıyor hala

was für eine lange nacht  
jetzt im herbst  
es brennt es brennt noch

olmak ya da olmamak  
soru değil bugün  
asıl soru  
günün nerede kaldığı.

sein oder nicht sein  
ist heute  
nicht die frage  
die frage ist  
wo bleibt der tag.<sup>43</sup>

Das Neue, das sich gegen das Alte absetzt, ist nicht ein unbequemer Platz zwischen zwei Stühlen, sondern ein Hocker dazwischen. Dieser Hocker ist ein wenig unbequem, er ist aber der einzige Platz, den man wirklich gut kennt, sozusagen eine sichere Insel. Deutsch-türkische Schriftsteller, Intellektuelle und Künstler wie Zafer Şenocak (Dichter und Publizist), Renan Demirkan (Schriftstellerin), Dilek Zaptcioglu (Journalistin und Schriftstellerin), Kemal Kurt (Autor), Fatih Akin (Filmregisseur), Cartel (Musikband), Feridun Zaimoglu (Journalist und

Clown), Buket Alakus (Filmregisseurin) oder Serdar Somuncu (Schauspieler und Satiriker) stehen in ihrer jeweils eigenen Art für diesen Aufbruch, nämlich für „eine neue vertürkte oder verdeutschte Sprache“<sup>44</sup>.

Deutsche Besitzstandswahrer können und wollen dieses Neue nicht sehen. Man wird sie daran nicht hindern können.

Dieses fremde Neue ist in Deutschland längst anwesend. Es ist aber per se nichts Positives. Wo dieses Neue als türkische Muttersprache daher kommt, haftet ihm eine eigenartige Ambivalenz an. Als Selbstversicherung im Eigenen und als dynamisches Moment von Selbstbestimmung ist es Ausdruck von Freude und Lebenskraft, von gesicherter Kommunikation in einer unsicheren Umgebung, von „freier“ Kommunikation jenseits „deutscher Dominanz“. Das Ambivalente rührt nicht aus dem Gegensatz zur deutschen Sprache, sondern daher, dass die Domäne der Fremdsprachen in Deutschland zunehmend privatisiert wird. Wo sich das Instrument des Marktes gerade gegenüber Minderheiten zunächst einmal als Befreiungsmoment für eigene Sprache und Kultur anbietet, verkommt gerade dieses Instrument im Laufe von Zeit zu einer Fessel. Kommunikation wird dann ihres Charakters von Öffentlichkeit beraubt.

## Anmerkungen

---

- <sup>1</sup> Schiffauer, Werner: Verborgene Gemeinsamkeiten von Ost und West. Die Medienrevolution hat auch die geistige Landschaft in der islamischen Welt gravierend verändert, in: Frankfurter Rundschau, 18. Juni 2002; vgl. auch Schiffauers Standardwerk, in dem er (gegen Wilhelm Heitmeyer) zeigen kann, dass die deutsche Moderne sehr viel eher in der Lage ist, Strömungen eines gewaltbereiten Islamismus zu pazifizieren, als dass diese Strömungen in der Lage sind, die deutsche Gesellschaft zu radikalieren: Die Gottesmänner. Türkische Islamisten in Deutschland. Eine Studie zur Herstellung religiöser Evidenz, Frankfurt: Suhrkamp 2000.
- <sup>2</sup> Die Orient- und Ostasienabteilung der Bayerischen Staatsbibliothek in München (Winfried Riestler M.A.) konnte leider keine biographischen Angaben des Redakteurs und Herausgebers Dr. M. Saadi ausfindig machen. „Die neue Türkei. Illustrierte unabhängige Deutsch-Türkische Wochenschrift“ ist vorhanden in der Staatsbibliothek zu Berlin. Diese Zeitung erschien lediglich mit einem einzigen Heft, nämlich im Jahrgang 1 mit Nummer 1 vom 1. Februar 1917 (Signatur: 1: gr 2° Krieg 1914-31156-Nr. 47 und 1a: gr 2° U1 8310/20).
- <sup>3</sup> Vgl. dazu die folgenden drei Spezialdissertationen: Dahlhaus, Friedrich: Möglichkeiten und Grenzen auswärtiger Kultur- und Pressepolitik, dargestellt am Beispiel der deutsch-türkischen Beziehungen 1914-1928, Frankfurt: Peter Lang Verlag 1990; Farah, Irmgard: Die deutsche Pressepolitik und Propagandatätigkeit im Osmanischen Reich von 1908 – 1918, unter besonderer Berücksichtigung des „Osmanischen Lloyd“, Beirut: Orient-Institut und Stuttgart: Franz Steiner Verlag 1993; Gencer, Mustafa: Bildungspolitik, Modernisierung und kulturelle Interaktion. Deutsch-türkische Beziehungen (1908 - 1918), Münster: LIT Verlag [2002].
- <sup>4</sup> Das herausragendste Beispiel für die Vereinnahmung der türkischen Presse in deutschem Interesse ereignete sich unter Bismarck. Während des deutsch-französischen Krieges 1870/71 hatte sich der türkische Zeitungsverleger Ali Efendi mit seiner Istanbuler Zeitung „Basiret“ propagandistisch auf die Seite Preußens geschlagen. Bismarck schenkte dem türkischen Verleger aus Dank für dessen publizistische Unterstützung eine große Zeitungsdruckmaschine. Vgl. dazu Böer, Ingeborg; Haerkötter, Ruth; Kappert, Petra und Adatepe, Sabine (Hrsg.): Türken in Berlin 1871-1945. Eine Metropole in den Erinnerungen osmanischer und türkischer Zeitzeugen, Berlin: Walter de Gruyter 2002, S. 23ff.
- <sup>5</sup> Sämtliche Zitate in diesem Absatz sind aus dem Artikel von Busse, Eva: Dankeschön, Deutschland! Die mächtige türkische Zeitung „Hürriyet“, die früher als integrationsfeindlich galt, schlägt nun versöhnliche Töne an, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10.1.2002, S.3.
- <sup>6</sup> Vgl. Bundesarbeitsblatt, 10. Februar 1962, S. 69-71.
- <sup>7</sup> Vgl. Becker, Jörg: US-amerikanischer Einfluß auf die Medien, in: Eckart Spoo (Hrsg.): Die Amerikaner in der Bundesrepublik. Besatzungsmacht oder Bündnispartner? Köln: Kiepenheuer & Witsch 1989, S. 141-165.
- <sup>8</sup> Zusammen mit Dr. Şeref Ateş von der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Gazi Universität in Ankara plane ich ein Forschungsprojekt über diese türkischen Programme von „Radio Budapest“. Wir haben inzwischen einige türkische Journalisten ausfindig machen können, die in den frühen sechziger Jahren bei „Radio Budapest“ gearbeitet haben und deren Erfahrungen wir aufarbeiten und systematisieren wollen.

- 
- <sup>9</sup> Zit. nach Brüning, Jens B. und Nax, Wilfried: Integration durch Information? Zur Situation der ausländischen Arbeitnehmer und der Angebote der Massenmedien, in: *Medium. Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film und Presse*, Nr. 12/1975, S. 5.
- <sup>10</sup> Eine Gewichtung dieser beiden Faktoren zueinander ist aufgrund der schlechten Forschungslage gegenwärtig nicht möglich.
- <sup>11</sup> Ein Fünf-Phasen-Modell der Medienbeziehungen zwischen Deutschland, der Türkei und seinen Migranten habe ich in folgendem Aufsatz entwickelt: Türkisch-deutsche Medienbeziehungen: Phasen und Systematik, in: Heribert Schatz, Christina Holtz-Bacha und Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2000, S. 106-115.
- <sup>12</sup> N.N.: Mehrsprachiges Radio, in: *WDR Print*, März 2003, S. 1.
- <sup>13</sup> Zambonini, Gualtiero: Realisierung einer grenzüberschreitenden Vision, in: *Tendenz. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien*, Nr. 1/2002, S. 22-23.
- <sup>14</sup> Vgl. Eckhardt, Josef: Nutzung und Bewertung von Radio- und Fernsehsendungen für Ausländer, in: *Media Perspektiven*, Nr. 8/1996, S. 451-461.
- <sup>15</sup> Vgl. Ouaj, Jamil: More Colour in the Media. Employment and access of "ethnic minorities" to the television industry in Germany, the UK, France, the Netherlands and Finland, Düsseldorf: The European Institute for the Media 1999, S. 36.
- <sup>16</sup> Vgl. Toker, Arzu: Der ethnozentrische Blick, in: Winkler, Beate (Hrsg.): *Was heißt hier fremd? Thema Ausländerfeindlichkeit: Macht und Verantwortung der Medien*, München: Humboldt 1994, S. 76.
- <sup>17</sup> Roters, Gunnar: *Publikum ohne Programm? Einer repräsentative Studie zur Mediennutzung und -beurteilung der türkischen Bevölkerung von Berlin*, Berlin 1990, S. 90.
- <sup>18</sup> Vgl. u.a. Merten, Klaus: *Konvergenz der deutschen Fernsehprogramme*, Münster: LIT-Verlag 1993; ders. et al.: *Veränderungen im dualen Hörfunksystem*. Münster: LIT-Verlag 1995; Hallermann; Karin; Hufnagel, Ariane; Schatz, Kurt und Schatz, Roland: *Grundversorgung. Pflichten und Rechte. Eine Langzeit-Inhaltsanalyse zum Informationsangebot von ARD und ZDF. Mit einer Stellungnahme von Prof. Dr. Ernst Gottfried Mahrenholz*, Bonn: InnoVatio Verlag 1998.
- <sup>19</sup> Bei der Frage, ob die türkische Bevölkerung im täglichen Fernsehpanel mit erfasst wird oder nicht, geht es nicht nur um Statistik, sondern vor allem um viel Geld.

Das illustriert die folgende Begebenheit. Im Dezember 1995 wurde ich zu einem Gespräch in die Direktion eines großen privaten deutschen TV-Senders eingeladen. Man erklärte mir dort Aufgabe und Funktion des täglichen TV-Panels. Da dieser Sender damals in der deutsch-türkischen Zuschauergunst weit vor den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern rangierte, die türkische Bevölkerung im TV-Panel aber nicht berücksichtigt würde, seien die Zuschauerzahlen bei diesem Sender wahrscheinlich viel höher als im bisherigen Panel ausgewiesen. Mit anderen Worten: Man habe im Werbefernsehen drastische Mindereinnahmen. Aus diesen Gründen habe man großes Interesse daran, dass im zukünftigen TV-Panel auch die Deutsch-Türken miterfasst würden. Weil aber die Zuschauerraten beim eigenen Sender dann höher seien, müssten sie bei den öffentlich-rechtlichen Sendern entsprechend niedriger sein, was auf eine entsprechende Minderung der Werbeeinnahmen bei diesen Sendern hinaus laufen müsse. Und genau aus diesem Grund würden sich die öffentlich-rechtlichen Sender weigern, die Deutsch-Türken in das TV-Panel zu integrieren. Da nun ich eine Dissertation über Rassismus geschrieben habe, sei gerade ich besonders glaubwürdig, eine Studie über diese Zusammenhänge zu verfassen, um den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern den Vorwurf des Rassismus machen zu können. Ich verneinte die Frage dieses deutschen Privat-TV-Senders, ob ich bereit sei, eine solche Studie zu verfassen.

Das GfK-Panel umfasst gegenwärtig 5.640 Testhaushalte. In diesem Panel gibt es nur 140 Testhaushalte, in denen die Hauptverdiener EU-Ausländer sind, obwohl fast ein Zehntel der Gesamtbevölkerung keinen deutschen Pass hat. Die Unterrepräsentierung von Ausländern im GfK-Panel hängt damit zusammen, dass sich die GfK bei ihren Basisdaten auf Bundestagswahlkreise bezieht, also nur Wahlberechtigte erfasst. Wie repräsentativ also die GfK-Zahlen sind, ist reine Glaubenssache, zumal es keine nationalen Vergleichsdaten gibt.

- <sup>20</sup> Robins, Kevin und Aksoy, Asu: „Abschied von Phantomen“: Transnationalismus am Beispiel des türkischen Fernsehens, in: Busch, Brigitta; Hipfl, Brigitte und Robins, Kevin (Hrsg.): *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*, Klagenfurt: Drava Verlag 2001, S. 89f.
- <sup>21</sup> Krewer, Bernd und Eckensberger, Lutz H.: *Selbstentwicklung und kulturelle Identität*, in: Hurrelmann, Klaus und Ulich, Dieter (Hrsg.): *Handbuch der Sozialisationsforschung*. 5. Aufl., Weinheim: Beltz Verlag 1998, S. 593f.

- 
- <sup>22</sup> Vgl. Mehrländer, Ursula; Ascheberg, Carsten und Ueltzhöffer, Jörg: Repräsentativuntersuchung '95: Situation ausländischer Arbeitnehmer und ihrer Familienangehörigen in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung 1996.
- <sup>23</sup> Hier sei nur cursorisch auf wenige wichtige linguistische und pädagogische Fachliteratur zum Thema Mehrsprachigkeit verwiesen: Fromeyer, Meral: Blatt oder Seite? Ayprak veya Sayfa?, in: Deutsch lernen, Nr. 1/1993; Tracy, R.: Vom Ganzen und seinen Teilen: Überlegungen zum doppelten Erstsprachenerwerb, in: Sprache und Kognition, Nr. 1-2/1996, S. 70-92; Heintze, Andreas: Das Kreuzberger Modell einer zweisprachigen Alphabetisierung und Erziehung türkischsprachiger Kinder: Geschichte, Konzeption und Sichtweisen beteiligter LehrerInnen, in: Heintze, A. et al. (Hrsg.). Schule und multiethnische Schülerschaft. Frankfurt: IKO-Verlag für Interkulturelle Kommunikation 1997; Siebert-Ott, Gesa: Zweisprachigkeit und Schulerfolg, Soest: Landesinstitut für Schule und Weiterbildung 2001.
- <sup>24</sup> Dieses Manifest findet sich auf folgender Homepage: [www.marokko-dabg.de](http://www.marokko-dabg.de) (Abruf 10. Juli 2003).
- <sup>25</sup> Zit. nach Becker, Jörg und Salamanca Orrego, Daniel Federico: Geschichte und Geschichten. Der Westdeutsche Rundfunk Köln. Warum hast Du so große Ohren? Warum hast Du so große Augen?, Köln: WDR 1997, S. 55.
- <sup>26</sup> Vgl. Schumann, Brigitte: Migrantenkinder besser fördern, in: Neue Deutsche Schule, Nr. 4/2003, S. 19.
- <sup>27</sup> Vgl. Schwarzkopf, Andreas: Ein Problem, zwei Lösungsansätze, in: Frankfurter Rundschau, 6. März 2003, S. 5.
- <sup>28</sup> Kummer, Jochen: Integration von jungen Ausländern teurer als geplant, in: Welt am Sonntag, 16. Februar 2003, S. 4.
- <sup>29</sup> Weiß, Hans-Jürgen und Trebbe, Joachim: Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland, Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2001.
- <sup>30</sup> Trebbe, Joachim: Mediennutzung und Integration. Eine Integrationstypologie der türkischen Bevölkerung in Deutschland, in: Donsbach, Wolfgang und Jandura, Olaf (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie, Konstanz: UVK-Verlag 2003, S. 417.
- <sup>31</sup> Bei deutschen Marktforschungsunternehmen, die das Konsumverhalten von Deutsch-Türken untersuchen, gilt inzwischen folgende Erfahrungsregel. Bei deutsch-türkischen Interviewern, deren Muttersprache Türkisch ist, die aber über deutsch-türkische bi-linguale Kompetenz verfügen, zieht es rd. 80% der interviewten deutsch-türkischen Bevölkerung vor, in türkischer, nicht in deutscher Sprache zu antworten. Dies ist ein weiterer, wichtiger Indikator dafür, dass Interviewer und Interviewter die gleiche Muttersprache sprechen sollten, um Realitätsverzerrungen bei den Interviewten so klein wie möglich zu halten.
- <sup>32</sup> Vgl. einleitend dazu folgenden einschlägigen Sammelband aus den USA von Narula, Uma und Barnett Pearce, W. (Hrsg.): Cultures, politics, and research programs: an international assessment of practical problems in field research, Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates 1990.
- <sup>33</sup> Weiß, Hans-Jürgen und Trebbe, Joachim: Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, in: Meier-Braun, Karl-Heinz und Kilgus, Martin A. (Hrsg.): Integration durch Politik und Medien? 7. Medienforum Migranten bei uns, Baden-Baden: Nomos Verlag 2002 (= SWR Schriftenreihe Grundlagen, Bd. 3), S.46.
- <sup>34</sup> Weiß, Hans-Jürgen und Trebbe, Joachim: Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland, Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2001, S. 54.
- <sup>35</sup> Vgl. Botschaft der Republik Türkei (Hrsg.): Zur Integration der Türken in Deutschland. Allgemeine Behauptungen und Ergebnisse von Studien, Berlin: Botschaft der Republik Türkei 2002.
- <sup>36</sup> Vgl. Grimberg, Steffen: Berieselung gern auf Deutsch, in: Die Tageszeitung, 19. Juni 2001, S. 6.
- <sup>37</sup> Zambonini, Gualtiero: Realisierung einer grenzübergreifenden Vision, in: Tendenz. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, Nr. 1/2002, S. 23.
- <sup>38</sup> Vgl. Weiß, Hans-Jürgen und Trebbe, Joachim: Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland, Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2001, Tabelle 52b, S. 116.
- <sup>39</sup> Zambonini, Gualtiero: Deutsch plus Muttersprache hilft Migranten, in: Funkkorrespondenz, Nr. 37/2002, S. 8.
- <sup>40</sup> Vgl. z.B. Blumenwitz, Dieter: Minderheiten- und Volksgruppenrecht. Aktuelle Entwicklungen, Bonn: Kulturstiftung der deutschen Vertriebenen 1992.
- <sup>41</sup> Vgl. Becker, Siegfried: Kulturbewahrung bei ethnischen Minderheiten in der SU/GUS. Stellungnahme zum Begriff der deutschen Kultur im Bundesvertriebenen- und -flüchtlingengesetz (BVFG), in: Jahrbuch für deutsche und osteuropäische Volkskunde. Jahrgang 40, 1998, S. 27-51.

- 
- <sup>42</sup> Vgl. Erklärung der Bundesrepublik Deutschland bei der Zeichnung des Rahmenübereinkommens zum Schutz nationaler Minderheiten am 11. Mai 1995, in: Bundesministerium der Justiz (Hrsg.): Schutz nationaler Minderheiten in Europa. Texte, Materialien, Erläuterungen zum Rahmenübereinkommen des Europarats zum Schutz nationaler Minderheiten, Bonn: Bundesministerium der Justiz o.J., S. 96.
- <sup>43</sup> Özdemir, Hasan: Zur schwarzen Nacht flüstere ich deinen Namen. Gedichte, Berlin: Das Arabische Buch 1994, S. 14-15.
- <sup>44</sup> Alakus, Buket: Plastikköpfe und Grenzüberflieger, in: Zeitschrift für Kulturaustausch, Nr. 1/2002, S. 129.

Quelle: Jörg Becker und Reinhard Behnisch (Hrsg.): Zwischen kultureller Zersplitterung und virtueller Identität. Türkische Medienkultur in Deutschland. Band III, Rehburg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum 2003 (= Loccumer Protokolle, 16/02).