

Ergebnisse einer qualitativen Studie

→ **Selbstbild und Medien- nutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft**

Von *Regine Hammeran**, *Deniz Baspinar***
und *Erk Simon****

**Migration und
Integration wichtige
gesellschaftliche
Herausforderung**

Migration und Integration sind zentrale Herausforderungen der gesellschaftspolitischen Entwicklung in Deutschland und Europa. In Nordrhein-Westfalen hat heute beispielsweise jeder vierte Einwohner eine Zuwanderungsbiografie. Die Tendenz ist steigend. Die Medien, insbesondere die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, haben die Aufgabe, diesen gesellschaftlichen Wandel angemessen abzubilden. Aufgrund seines Programmauftrags ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk dazu aufgerufen, den Dialog der Kulturen zu fördern, Hintergründe von Konflikten zu verdeutlichen und das friedliche Miteinander von Menschen unterschiedlicher Herkunft zu unterstützen. Um Programme zu gestalten, die Zugewanderte ansprechen, sind Erkenntnisse über ihre Lebenssituation, ihre Erwartungen und Einstellungen zu den Medien unverzichtbar. Bereits 2002 und 2004 hat der WDR zwei repräsentative Studien über das Medienverhalten von Einwanderern aus Griechenland, Italien, der Türkei und dem ehemaligen Jugoslawien in Auftrag gegeben (1) sowie Programmanalysen zum Bild der Migranten im Fernsehen durchgeführt. (2)

**WDR-Studie zur
Rolle des Fernsehens,
Einstellungen und
Integration junger
Erwachsener
türkischer Herkunft**

Anlässlich der EBU-Medienkonferenz am 23. und 24. November 2006 in Essen wurde vom WDR eine weitere, umfangreiche Studie veranlasst, die sich insbesondere mit der Rolle des Fernsehens im Alltag junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in NRW beschäftigt. Dabei ging es nicht ausschließlich darum, repräsentative Daten und Fakten zu erheben. Ebenso wichtig war es, mit den türkischstämmigen Zuschauerinnen und Zuschauern selbst ins Gespräch zu kommen. Im Rahmen der vorliegenden Studie nehmen deshalb qualitative Methoden der Zuschauerforschung einen breiten Raum ein. Intensiv wurde mit den türkischstämmigen Zuschauerinnen und Zuschauern darüber diskutiert, wie sie sich selbst und ihr Leben in Deutschland sehen und welche Interessen und Wünsche in Bezug auf die Medien bestehen. Anhand von Einzelinterviews wurde die Frage der medienbiografischen Prägung junger türkischer Zuwanderer untersucht. (3) Die Frage „Wie wirken unsere Angebote auf Jugendliche deutscher und türkischer Herkunft?“ wurde exemplarisch am WDR-Fernsehfilm „Wut“ untersucht. (4) Darüber hinaus wurde eine repräsentative Befragung mit türkischstämmigen Zuschauerinnen und Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren durchgeführt. Im Fokus standen dabei

Fragen zu Mediennutzung, Programminteressen sowie Einstellungen zum Fernsehen. Auf der Basis dieser repräsentativen Daten wurde eine Typologie entwickelt, um den Zusammenhang zwischen Integration und Mediennutzung näher zu untersuchen. (5)

Im Rahmen der qualitativen Studie im Auftrag der WDR-Medienforschung mit Fernsehzuschauern türkischer Herkunft, durchgeführt im August 2006 in Köln und Essen, wurde die Lebenssituation und das Selbstbild dieser Zuschauergruppe in Beziehung zur Mediennutzung analysiert. Insgesamt nahmen 57 Personen an diesen leitfadengestützten Diskussionen teil. Es wurden jeweils zwei homogene Gruppen mit türkischstämmigen Personen zwischen 14 und 19, 20 und 29 sowie 30 und 49 Jahren gebildet (vgl. Tabelle 1). Die Gruppen waren jeweils paritätisch mit Männern und Frauen besetzt. Die Gruppendiskussionen wurden von Deniz Baspinar zweisprachig moderiert.

Leben als junge Erwachsene mit türkischer Herkunft in Deutschland

Das Erleben der eigenen Identität trennt die Befragten klar in zwei Gruppen: Während die 14- bis 29-Jährigen deutlich Stellung beziehen, haben sich die älteren Befragten in einer Zwischenlösung zwischen „Integriert-Sein“ in Deutschland und türkischen Wurzeln eingerichtet. Bei der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen erweist sich die Identitätsfrage entsprechend als nicht klar fassbare Größe. Auf die scheinbar einfache Frage „Als was verstehen Sie sich, Türke oder Deutscher?“ gibt es offenbar keine einfache Antwort. Vielmehr haben die Teilnehmer Zwischenlösungen entwickelt, man greift zu Formulierungen, die eine eindeutige Zuordnung vermeiden:

- „Ich bin eher deutsch.“
- „Ich komme aus der Türkei.“
- „Ich bin beides, ein Stück von mir bleibt in der Türkei, ein Stück gehört nach Deutschland.“
- „Heimat ist dort, wo du lebst und wo man sich ernähren kann.“
- „Eine direkte Antwort werden Sie nie kriegen können.“

Die Entscheidung für das „Eine oder Andere“ bringe einen immer wieder in einen Zwiespalt, in dem man sich eigentlich längst eingerichtet haben möchte. So verleugnet man weder seine türkischen Wurzeln noch kann man sich vorstellen, „eines Tages in die Türkei (zurück) zu gehen“. Die (neue) Heimat ist Deutschland, zu der man im Laufe der Jahre eine spezielle Bindung aufgebaut hat, die man – ebenso wie die türkische Herkunft – nicht (mehr) missen möchte. Viele zeigen sich geradezu stolz darauf, „dieses Land mit aufgebaut“ zu haben. Dies zeigt sich an Äußerungen wie den Folgenden:

- „Die doppelte Staatsbürgerschaft würde ideal zu uns passen.“
- „Hier in Deutschland geht es uns gut, wir leben schon so lange hier und haben uns schon richtig integriert, deshalb fühlen wir, dass das hier unser Land ist.“

**Sechs Gruppen-
diskussionen im
Rahmen der qualita-
tiven Studie**

**Unterschiede im
Selbstverständnis
bei jüngeren und
älteren Diskussions-
teilnehmern**

**Selbstverständnis
30- bis 49-Jähriger**

* *result: markt- und medienforschung, Köln.*

** *Diplompsychologin, Köln.*

*** *WDR Medienforschung.*

- „Trotzdem kommen auch immer wieder Sehnsuchtsgefühle hoch, aber dort leben wollen würde ich nicht.“
- „Wir sind ein Teil dieser Gesellschaft.“
- „Wir haben dieses Land gemeinsam mit dem deutschen Volk aufgebaut.“

Dennoch fühlt man sich auch mit der „alten“ Heimat eng verbunden. Innerhalb der Gespräche wird immer wieder eine Sehnsucht nach den türkischen Wurzeln spürbar, die sich auch darin niederschlägt, dass man seinen Urlaub vor allem dazu nutzt, „die Familie in der Türkei wiederzusehen“:

- „Türkei ist eher so ein familiärer Bezug.“
- „Türkei ist Familie, Pflichtgefühl.“
- „Die Türkei ist für mich ein wunderschönes Land, ich kann mir kein schöneres vorstellen.“
- „Meine Heimat ist hier und ich bin Türkin.“

**Verunsicherung
nach dem
11. September 2001**

Vor diesem Hintergrund geben mehrere Teilnehmer der Hoffnung Ausdruck, dass es „irgendwann normal ist“, Deutscher mit türkischer Herkunft zu sein, zu der man „ohne Wenn und Aber stehen kann“. Dies sei zur Zeit weniger der Fall als früher: Als Kind habe man sich in Deutschland heimischer fühlen können, seit den Ereignissen um den 11. September 2001 habe sich der „deutsche Blick auf uns Migranten“ aber stark verändert. Die Mehrheitsgesellschaft lasse es nicht mehr zu, sich „in diesem Land 100-prozentig heimisch fühlen zu können“. Folgende Zitate drücken dieses Gefühl der Migranten aus:

- „Ich bin ein nachgemachter Deutscher.“
- „Ich würde mich als Übergangsgeneration bezeichnen.“
- „In meiner Kindheit habe ich gedacht, dass Deutschland meine Heimat ist. Jetzt werden wir tagtäglich daran erinnert, dass wir hier nur zu Besuch sind.“
- „Wenn man dauernd daran erinnert wird, dass man hier nur Gast ist, wie soll man sich da wohlfühlen?“
- „Es ist noch ein langer Weg, bis wir richtig akzeptiert werden, aber irgendwann muss dieser Prozess ja mal anfangen und wenn man es langfristig betrachtet, werden in 300 Jahren unsere Kinder Hans Aslano oder Peter Yilmaz heißen... wie in Amerika.“

Andererseits sei aber auch die „Ursprungsheimat“ mittlerweile „zu fremd“, um daraus Selbstbewusstsein schöpfen zu können; ein „Zurück“ ist für die meisten undenkbar: „Man ist beiderseits fremd, aber ich bin hier aufgewachsen und ich weiß nicht, ob ich mich in der Türkei integrieren könnte.“

**30- bis 49-Jährige
zeigen gewisse
„Zerrissenheit“
zwischen Einpassung
und Fremdsein**

Die überwiegende Mehrheit der Befragten dieser Altersgruppe hat sich augenscheinlich in ihrer widersprüchlichen Identität eingerichtet. Dennoch wird eine „Zerrissenheit“ spürbar, die nicht zuletzt darin erkennbar wird, dass sich die älteren Befragten stärker um Einpassung bemühen und sich in diesem Bemühen im Gesprächsverlauf auffällig unauffällig zu geben versuchen. Nur wenige verleihen ihrer Enttäuschung, nicht von der „Mehrheitsgesellschaft“ angenommen zu werden, deutlich Aus-

① Teilnehmer der qualitativen Studie mit Fernsehzuschauern türkischer Herkunft

	Basis	14–19 J.	20–29 J.	30–49 J.
Anzahl der Gruppen	6	2	2	2
Teilnehmer gesamt	57	19	18	20
Männer	25	8	8	9
Frauen	32	11	10	11
Haupt-/Volksschule	16	4	6	6
weiterführende Schule ohne Abitur	18	8	3	7
Abitur/Fachhochschule	16	7	7	2
Hochschule/Studium	7	-	2	6

Quelle: WDR-Studie „Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft“, 2006.

druck: Man hat sich die Fremdforderung nach Anpassung längst zu eigen gemacht und fühlt sich gleichzeitig immer wieder ausgegrenzt. Letztendlich besteht der Hauptvorwurf dieser Altersgruppe darin, dass es die Mehrheitsgesellschaft sei, die durch Misstrauen und Vorurteile ein „Wir-Gefühl“ unmöglich mache: Enttäuscht wurde konkret die Hoffnung, dass man als Deutscher gesehen wird, wenn man alle Erwartungen nach Einpassung erfüllt. Tatsächlich aber wird die Fremdwahrnehmung durch die Deutschen als unbeweglich, unveränderbar erlebt. Damit fühlen sich die Befragten einer klassischen Double-Bind-Botschaft ausgeliefert: „Werdet wie wir, ohne dass wir euch jemals als einen von uns akzeptieren würden.“ Die Teilnehmer drücken das unter anderem auch so aus:

- „Man wird nicht Deutscher, sondern bekommt die deutsche Staatsbürgerschaft. Deutscher kann man niemals werden, das geht gar nicht.“
- „Rein äußerlich sieht man ja schon, dass wir keine Deutschen sind.“

Die beiden jüngeren Befragtengruppen sind sich im Vergleich dazu in ihrem Selbstverständnis einig und definieren dies klar und entschieden: Man ist Türke/Türkin. Zaghafte Versuche, sich zum Deutschen zu erklären, gehen im Gelächter der Gruppe unter. Hier reproduziert sich die alltägliche Erfahrung der Türken und Türkinnen in Deutschland: Die Frage nach dem Selbstverständnis ist bereits falsch gestellt, denn sie erlaubt keine freien Antwortmöglichkeiten. Es ist den türkischen Migranten gar nicht erlaubt, sich als Deutsche zu verstehen, denn der Blick der Mehrheitsgesellschaft legt fest: „Du siehst aus wie ein Türke, du hast türkisches Blut, also bist du Türke.“

- „Ich bin für immer und ewig Ausländer, ich werde hier auch nicht als Deutsche angesehen.“
- „Wenn ich einem Deutschen sage, ich bin Deutsche, dann lachen die mich aus.“
- „Ich finde, es klingt ironisch, wenn ich sage, ich bin Deutsche. Man sieht ja, dass ich es nicht bin.“
- „Ein Grund, warum wir uns trotz deutscher Staatsbürgerschaft türkisch fühlen, ist auch, dass wir von der Außenwelt so wahrgenommen werden: Ich sehe so aus, ich habe keinen deutschen Namen.“

**Jüngere Befragten-
gruppen definieren
sich klar als Türken
– weil sie sich so
wahrgenommen
fühlen**

– „Für die Deutschen, für alle ohne Migrationshintergrund, sind alle Schwarzhaarigen Türken, egal, ob das Nordafrikaner, Libanesen oder sonst was sind. Man bleibt immer Türke.“

Türkisch-Sein wird mit Stolz vertreten

Die passiv erlittene Festlegung durch den deutschen Blick wird von den jüngeren Befragten aktiv gewendet in eine trotzig-stolze Haltung: „Ich bin Türke!“:

- „Selbstverständlich bin ich türkisch. Beide Elternteile sind türkisch, ich bin in einer türkischen Familie aufgewachsen, ich bin Muslima, also bin ich auch Türkin.“
- „Ich bin stolz darauf, Türke zu sein!“
- „Man lebt ja die türkische Kultur aus, schon alleine vom Verhalten, vom Temperament, von der Erziehung.“
- „Ich bin Türke, egal ob ich einen deutschen Ausweis habe oder nicht. Die türkische Kultur will ich auch behalten.“

Aber auch Bedauern über Unmöglichkeit eines anderen Selbstverständnisses

Nur in Nebenbemerkungen wird das Bedauern darüber zum Ausdruck gebracht, dass die deutsche Mehrheitsgesellschaft keine Alternative im Selbstverständnis zulasse. So zum Beispiel, wenn man die USA zum Vergleich heranzieht, wo es ungleich einfacher sei, als Migrant Teil der amerikanischen Identität zu werden. Durch eine positive Wendung ergibt sich eine scheinbar entspanntere Haltung, die die Gruppe der 30- bis 49-Jährigen vermissen lässt: Die Jüngeren haben nicht den Anspruch, als Deutsche gesehen zu werden, also kann man auch nicht enttäuscht werden. Die Befragten geben sich „cool“, tun so, als hätten sie keine emotionalen Bindungen zu Deutschland. Man lebt hier, weil man nichts anderes kennt. In diesem Zusammenhang wird allerdings auch bei den jüngeren Befragten deutlich, dass sie ein Leben in ihrem „Paradies Türkei“ nicht wirklich für vorstellbar halten: Urlaubserlebnisse bestätigen, dass man auch dort nicht „als seinesgleichen“ anerkannt werde. So bekennt man sich „irgendwie doch“ zu einer „Heimat Deutschland“, wobei dieses Bekenntnis zumeist entschuldigend klingt:

- „Ich sage es nicht gern, aber Deutschland ist meine Heimat.“
- „Die Türkei ist mein Land. Meine Eltern kommen daher, meine Großeltern kommen daher.“
- „Wenn man im Urlaub in der Türkei ist, sehen die sofort, dass man aus Deutschland kommt.“
- „Meine Heimat ist Deutschland, weil ich hier geboren wurde und ich mich auch nur hier auskenne. In der Türkei wäre alles fremd für mich.“

Was bedeutet Türkisch-Sein für die 14- bis 29-Jährigen?

Schwierig wird es für die 14- bis 29-Jährigen, ihr Selbstverständnis als Türke zu erklären: Was ist Türkisch-Sein, wenn man schon in (teilweise) dritter Generation in Deutschland lebt? Diese Frage kann kaum einer der Teilnehmer überzeugend beantworten, stattdessen bedienen sie sich der „deut-

schen“ Abstammungslogik: Türke ist man, weil man eben Türke ist. Hier werden sämtliche gängigen Klischee-Versatzstücke aufgefahren: Man sieht so aus, man trägt einen türkischen Namen, das türkische Essen ist „so lecker“, Türken leben einen stärkeren Familienzusammenhalt, man hat mehr Respekt vor den Eltern, man hat mehr „Ehre“:

- „Ich bin Türke, und die Kultur muss man behalten: Türkische Familien stehen zueinander, es ist strenger und das gefällt mir auch. Deutsche ziehen mit 18 von zu Hause aus, so was gibt es bei uns nicht und das will ich auch nicht.“
- „So was (wie Ehrenmorde) ist für mich nicht selbstverständlich, aber ich kann die Familie irgendwie verstehen: Ich würde auch nicht gerne auf die Straße gehen, wenn die Leute mich angucken und über meine Schwester reden.“
- „Bei uns gibt es einen viel stärkeren Familienzusammenhalt, die Deutschen sind alle viel egoistischer.“

Allerdings scheint keines dieser Argumente wirklich spezifisch türkisch, keines ist wirklich belastbar. Als „Anker“ flüchten sich die jungen Befragten daher zur Frage der religiösen Identität, die für die 30- bis 49-Jährigen Teilnehmer spontan eine geringere Rolle spielt („Ich bin zwar als Moslem geboren, aber ich würde mich nicht als Moslem bezeichnen, da ich es nicht praktiziere“): Fast ausnahmslos alle in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre bezeichnen sich als Moslem. Die religiöse Zugehörigkeit ergibt sich automatisch durch die Geburt in eine muslimische Familie, sie grenzt die Befragten eindeutig von der Mehrheitsgesellschaft ab (mehr als dies Haarfarbe oder Namen können) und gibt zudem klare Zugehörigkeitsregeln, die für die Jugendlichen eine Orientierungslinie und zugleich einen „Schutzraum“ bieten. Diesem eindeutigen Bekenntnis zum Islam tut es offensichtlich auch keinen Abbruch, dass die meisten der befragten Teilnehmer dieser Altersgruppe die zuvor gepriesenen Regeln nicht immer einhalten:

- „Man ist Moslem, ob man das lebt oder nicht. Dann ist man halt kein guter Moslem, aber man bleibt es.“
- „Ich bete selten und trinke auch Alkohol, das Einzige, was ich nicht mache, ist Schweinefleisch essen. Aber ich sehe mich trotzdem als Moslem.“
- „Die Religion ist mir schon wichtig, in die Moschee gehen, Gebete lernen.“
- „Wir sind alle Muslime, ich bin zwar nicht der Religiöseste, aber ich glaube an meine Religion.“

Im Verlauf der Diskussionen wird deutlich, dass auch hier (vermutete) Fremdzuweisungen in das eigene Selbstbild übernommen werden: Seit Ereignissen wie am 11. September 2001 werde man in der deutschen Gesellschaft misstrauisch beäugt; man begegne immer wieder dem Vorurteil, (türkische) Ausländer seien latent religiös fanatisch. Man fühle sich unter Generalverdacht gestellt und als potenzieller Terrorist diffamiert:

- „Wenn man religiös leben will, wird man direkt in die Schubladen mit diesen extrem Religiösen gesteckt.“

Religion als Identitätsanker bei jüngeren wichtiger als bei Älteren

(Vermutete) Fremdzuweisungen werden übernommen

– „Ich habe auch mal Kopftuch getragen, aber das ging nicht. Also hier in der Gesellschaft ist das schwer.“

– „Man bekommt dieses Bild aber auch so ein bisschen aufgezwungen. Bei den Juden ist das auch so: Das sind keine Israelis, sondern Juden. Und wir sind Moslems. Bei den Christen ist man Deutscher oder Engländer oder Franzose ...“

Begegnung mit Vorurteilen

Erneut erweisen sich die 30- bis 49-Jährigen in der Frage, ob und in welchem Ausmaß man im Alltagsleben Vorurteilen ausgesetzt sei, als „auffällig unauffällig“. Nur in Randbemerkungen wird deutlich, dass man sich abgewertet fühlt; dass man enttäuscht darüber ist, „in diesem Land so viel geleistet zu haben“ und dennoch als Bürger zweiter Klasse, als „ewiger Gast“ angesehen zu werden. Anders als die ältere Generation haben die Jüngeren kaum das Gefühl, auf ihre „Geschichte“ in Deutschland stolz sein zu können. Dazu trägt auch die erlebte Perspektivlosigkeit bei: Das Gefühl, in einem Land, in dem es wirtschaftlich „nicht zum Besten steht“, geringere Chancen zu haben als Gleichaltrige der Mehrheitsgesellschaft. Entsprechend berichtet diese Gruppe deutlich häufiger von erlebten Vorurteilen:

- „Ich muss mir schon anhören, dass Türken gewalttätig sind und kriminell, von Mitschülern, nicht von Lehrern.“
- „Es ist auch so, wenn ein Türke irgendwas Schlechtes gemacht hat, dann werden alle in dieselbe Schublade gesteckt.“
- „Das ist kein Gefühl, das ist eine Tatsache. Wenn bei uns im Centro was geklaut wurde, dann heißt es sofort, das war ein Türke.“
- „Meiner Mutter und mir ist es schon passiert, dass Deutsche mit uns in so gebrochenem Deutsch gesprochen haben, weil die dachten, „schwarze Haare, die können bestimmt nicht so gut Deutsch.“

Furcht vor Gleichsetzung mit Terroristen

Dabei sei es „völlig egal“, von wem diese Vorurteile stammen, sie gehören zum eigenen Alltag dazu und kommen „von Alten und Jungen“ gleichermaßen. Beängstigend ist für mehrere Befragte hierbei das Gefühl, dass Terroranschläge – „egal von wem sie stammen“ – seit dem 11. September 2001 das Misstrauen gegenüber türkischstämmigen Migranten in der deutschen Gesellschaft verstärken. Man unterstellt dem deutschen Gegenüber, hier nicht zwischen fundamentalistischen Extremisten und „normalen Türken“ bzw. Türkinnen und anderen islamischen Völkern differenzieren zu können.

- „Nach den Bombenanschlägen habe ich mich auch gefragt, wie wohl meine Nachbarschaft mich ansieht, ob die in mir einen potenziellen Täter, einen Schläfer, sehen. Das macht mir zu schaffen.“
- „Diese Bombenleger waren ja Libanesen, aber die Deutschen sagen ‘Schwarzköpfe’. Die unterscheiden da nicht so.“

Wenige Befragte räumen Übersensibilität ein

Nur wenige der jungen Befragten räumen hier auch eine gewisse Übersensibilität ein: Man erwartete die Vorurteile geradezu und fühle sich „sehr schnell angesprochen“, wenn „einer etwas Negatives über einen Türken sagt“. Vereinzelt betonen

die Befragten sogar, dass man auch eine gewisse „Mitschuld“ an den Vorurteilen trage: „Manchmal benehmen wir uns aber auch so, bestätigen diese Klischees auch selber“.

Viele Befragte – und in diesem Fall nähern sich die Altersgruppen deutlich an – machen vor allem die Medienberichterstattung für die vorurteilsbeladene Haltung der deutschen Mehrheitsgesellschaft verantwortlich. Vieles werde „sehr übertrieben“ dargestellt, egal, ob es sich um Terroranschläge, Ehrenmorde oder den Gammelfleischskandal handele. Fernsehen oder Presse generalisierten, indem Moslems „oder der Islam generell“ für alles verantwortlich gemacht werde. Dies belegen folgende Aussagen:

- „Das ist ein gefundenes Fressen für die Presse, wenn so etwas gebracht wird, dass da jemand umgebracht worden ist. Da nimmt man keine Rücksicht auf die Menschen, auf die Kultur.“

- „In den Nachrichten kommen die Türken meistens in Zusammenhang mit Gammelfleisch vor. Vorher war es die Rütli-Schule oder die Ehrenmorde. Aber die guten Sachen fallen nie auf, zum Beispiel, dass die beste Abiturientin in Deutschland eine Türkin war.“

- „Moslems werden in die Bösen-Schiene gesteckt. Die Medien sind dafür verantwortlich, dass viele Deutsche, die keine Ahnung haben, denken ‘Scheiß-türkischer Moslem’. Die werden manipuliert, und das tut weh.“

- „Es hat mit dem 11. September angefangen. Da hieß es, die Leute, die religiös sind, Islamisten, sind gleichzeitig Terroristen. Religion ist gleich Terrorismus. Das ist wie ein medialer Kreuzzug.“

- „Die deutschen Mitbürger wissen das ja nicht besser, die bekommen das von den Medien ja so vorgegeben.“

Mediennutzung

Im Blick auf die allgemeine Mediennutzung unterscheiden sich die drei Altersgruppen, wobei der Unterschied zwischen den ganz jungen (14- bis 19-Jährigen) und den älteren (30 bis 49 Jahre) Teilnehmern am größten ist. Die Altersgruppe 20 bis 29 Jahre nimmt eine Mittelposition ein, die sich von den Altersgruppen darüber und darunter lediglich graduell unterscheidet. Für die 14- bis 19-jährigen Befragten ist der Computer – in der subjektiven Einschätzung – das wichtigste Medium, das auch tagsüber den größten Raum einnimmt. Man nutzt hier vor allem das Webportal MSN, um mit Freunden, aber auch der Familie in der Türkei zu kommunizieren. Für viele Befragte ist das Internet die „Nachrichtenquelle Nr. 1“: Zum einen erhält man von den in der Türkei lebenden Familienangehörigen alles „Wissenswertes“ über dort stattfindende Ereignisse, zum anderen gelange man automatisch beim Einloggen an „die wichtigsten Neuigkeiten“:

- „Nach der Schule sofort ins Internet, MSN und alles abchecken.“

Kritik an Medienberichterstattung

Kritik an Aussagen

Computer und Internet für 14- bis 17-Jährige am wichtigsten

- „Internet, wenn ich bei MSN bin, dann schreibe ich mit meiner Tante, die wohnt in Istanbul, oder meinen Cousinsen, Cousins.“
- „Ich nutze das Internet auch für Nachrichten, Google, mich interessiert halt, was alles passiert ist.“

Geringe Radio- und Zeitungsnutzung bei jungen Leuten

Radio und Zeitungen nehmen bei den jungen Probanden lediglich eine untergeordnete Position ein: Wer bereits Auto fährt, hört währenddessen Radio. Die Jüngeren bevorzugen MP3-Player mit selbst zusammengestellter Musik, Radio wird vor allem im Beisein der Familie gehört. Tageszeitungen empfindet man als „Pflicht“, die man „allenfalls für die Schule“ erfülle.

- „Radio läuft bei uns immer in der Küche oder wenn wir mit dem Auto herumfahren.“
- „Radio höre ich auf dem Weg zur Arbeit und manchmal bei der Arbeit.“

Fernsehen ist für die Jüngeren reines Unterhaltungsmedium

Das Fernsehen ist für die 14- bis 19-Jährigen Befragten in erster Linie reines Unterhaltungsmedium, das „leere Zeiten“ überbrücken soll und vor allem abends eingeschaltet wird. Hier dient es einerseits der Familienzusammenkunft, andererseits als „Einschlafhilfe“:

- „Fernsehen gucke ich, wenn mir langweilig ist.“
- „Fernsehen gucke ich jeden Tag, aber eigentlich nur abends, vor dem Schlafengehen. Ich kann sonst nicht einschlafen.“

30- bis 49-Jährige zeigen „klassische“ Radio- und TV-Nutzung

Die 30- bis 49-Jährigen weisen eine „klassische“ Nutzung von Radio und Fernsehen auf: Morgens, auf der Fahrt zur Arbeit und zum Teil während der Arbeit wird Radio gehört: Es überwiegen deutschsprachige Sender wie Eins Live oder Radio Köln. Traditionell hören einige außerdem abends – bevor das Fernsehen das Radio ablöst – die Sendung „Köln Radyosu“ bei Funkhaus Europa. Anschließend geht es mit den Fernsehnachrichten weiter, um schließlich im Kreis der Familie etwas zur Entspannung (Serien, Spielfilme) anzuschauen:

- „Morgens höre ich Radio. Abends gucke ich gerne Fernsehen.“
- „Während der Fahrt zur Arbeit definitiv Radio, später lese ich die Zeitung und abends gucke ich Fernsehen. Erst, um mich zu informieren, danach einen schönen Film oder so.“
- „Radio, wenn ich bei meinen Eltern bin, das ist so Tradition, die hören schon seit 1970 „Köln Radyosu“, das war in meiner Kindheit Pflichtprogramm.“

Auch Zeitungen werden von ihnen regelmäßig gelesen

Auch die Tageszeitung wird regelmäßig konsumiert, parallel werden deutsche und türkische Zeitungen gelesen, um sich „sowohl über das Land, in dem ich lebe, als auch über das Land, aus dem ich komme“, zu informieren. Das Internet wird vor allem genutzt, um türkische Zeitungen, die im deutschen Handel nicht erhältlich sind, zu lesen:

- „Internet, da gucke ich auch die türkischen Zeitungen sehr gerne an.“

- „Ich lese deutsche und türkische Zeitungen, man muss sich ja informieren, was hier so los ist, und ich will auch wissen, was in der Türkei gerade so läuft.“

Die „mittlere“ Befragtengruppe der 20- bis 29-Jährigen nutzt Fernsehen und Internet nahezu gleichberechtigt. Dabei dient das Internet vor allem der Informationsaufnahme; diese Altersgruppe geht hier allerdings etwas gezielter vor als die jüngeren Teilnehmer: Es werden zum Beispiel Seiten von Spiegel, Stern oder Focus aufgesucht. Nur vereinzelt werden türkischsprachige Seiten genutzt, dies vor allem, weil man sich der Sprache nicht ausreichend mächtig fühlt. Das Fernsehen wird von dieser Altersgruppe ähnlich wie bei den jüngeren Befragten vor allem zu Unterhaltungszwecken genutzt. Hoch im Kurs stehen hier die Musiksender, aber auch – vor allem abends – Serien- bzw. Spielfilmangebote:

- „Über das Internet kann man die Nachrichten ganz aktuell lesen, zum Beispiel bei Stern.de.“
- „Weil mein Türkisch zu schlecht ist, gehe ich fast nur auf deutsche Seiten.“
- „Fernsehen abends, zum Entspannen, eigentlich jeden Tag.“
- „Hauptsächlich MTV, also Fernsehen.“

Das Radio ist den 20- bis 29-Jährigen tendenziell etwas wichtiger als den 14- bis 19-Jährigen. Gehört werden fast ausschließlich deutschsprachige Anbieter. Zeitungen werden auch bei dieser Altersgruppe kaum genutzt.

Fernsehnutzung

Deutsche und türkische Fernsehsender werden gleich häufig genutzt. Oberste Priorität haben hier bei allen Altersgruppen die privaten Fernsehsender: ProSieben und atv sind die beliebtesten Sender. Alle Befragten geben an, die türkischen Fernsehsender vor allem zusammen mit der ganzen Familie anzuschauen. Die 20- bis 49-Jährigen sehen sich hier auch den Fernsehnachrichten verpflichtet, die sie sich allerdings häufig von den Eltern erklären lassen, da die eigene Sprachkompetenz zumindest bei schwierigeren Themen oft nicht ausreiche:

- „Türkische Kanäle gucke ich nur mit meinen Eltern zusammen, manchmal verstehe ich auch gar nicht, was die da so sagen.“
- „Bei den türkischen Nachrichten ist es auch so, dass Hochtürkisch gesprochen wird. Da fallen Fachbegriffe, die ich nicht immer verstehe und dann kann ich bei meinem Vater nachhaken, um es besser zu verstehen.“

Aber auch neben den Nachrichten wird türkisches Fernsehen gerne genutzt. Dabei ist die Rezeption fiktionaler Angebote fest im türkischen Familienkontext verankert: Türkisches Fernsehen bietet Familienfernsehen im klassischen Sinn. Man sitzt mit mehreren Generationen vor dem Fernseher und kann sichergehen, dass die Sendungen familien-tauglich sind:

- „Wenn man mit den Eltern guckt, hat man auch dieses türkische Gefühl, es wird türkisch ge-“

20- bis 29-Jährige nutzen Fernsehen und Internet gleichberechtigt

Deutsches und türkisches Fernsehen gleich häufig genutzt

Nutzung türkischer Nachrichten

sprochen, man sitzt mit der Mama zusammen, man umarmt die Mama.“

– „Ein bisschen türkisches Fernsehen oder ein bisschen türkisch reden im Alltag muss sein, dann ist man wieder stark.“

– „Mir gefallen die türkischen Serien besser, die beschreiben so einen bestimmten Lebensstil.“

– „Türkisches Fernsehen legt mehr Wert auf die eigene Kultur, da muss man auch keine Sorgen haben, sich das mit den Kindern anzugucken, das ist stärker zensiert.“

– „Deutsche Soaps oder Telenovelas sind nicht einen Deut besser oder schlechter als die türkischen Serien, aber mehr was für Teenager. Türkische Serien sprechen die ganze Familie an.“

Türkische Serien und Spielfilme sehr beliebt

Im Zentrum der Fernsehrezeption stehen türkische Serien und alte türkische Spielfilme. Alle Altersgruppen, egal ob Mann oder Frau, Akademiker oder Handwerker, sehen diese Angebote, die sich inhaltlich um eine endlose Variation der klassischen Themen „unglückliche Liebe, Familie, Traditionen, Intrigen und Dramen“ drehen. Die derzeit ausgestrahlten Serien bieten damit eine inhaltliche Fortführung der alten türkischen Spielfilme an, von denen vor allem die jüngeren Gruppen schwärmen:

– „Diese türkischen Schnulzen, das nimmt einen mit, man sieht, wie es früher war, romantische, unglückliche Liebesgeschichten. Das finde ich schön, wenn man das so nachempfinden kann.“

– „Bei jedem Film bin ich mitten drin.“

– „Ich gucke mir gerne die alten türkischen Filme an, die sind immer schön traurig und romantisch.“

Türkisches Fernsehen spricht Emotionen an

Das türkische Fernsehen wird durch eine durchgehend emotionale Qualität geprägt, man erlebt die Dramatisierungen und Zuspitzungen zwar immer wieder als „übertrieben“, kann sich dem aber nur schwer entziehen:

– „Türkisches Fernsehen ist viel emotionaler, man kann mitweinen, mitleiden, das ist zum Kotzen gut.“

– „Ich gucke gerne diese türkischen Serien, da gibt es Komödien, die sind so überspitzt, die bringen mich sehr zum Lachen.“

– „Es ist einfach viel emotionaler, wir Türken mögen so was, darüber weinen, Mitgefühl zeigen. Ich kann mich nicht erinnern, dass ich bei einer deutschen Serie mal gelacht hätte oder traurig geworden bin.“

Wertvorstellungen türkischer Serien von älteren Befragten als überholt betrachtet

Inhaltlich bieten die türkischen Serien mit ihrer Familienzentrierung die Möglichkeit, sich bestimmter Wertvorstellungen zu vergewissern. Gleichzeitig ist deutlich spürbar, dass diese sich im Verfall befinden. Dies wiederum können die älteren Gruppen deutlicher sehen, während die jungen Befragten in einer Idealisierung türkischer Traditionen verhaftet sind, auch weil sie daraus die eigene Identität schöpfen. Die türkischen Serien bieten das einmalige Angebot, gleichzeitig ideale Wertvorstellungen und Realität in einem zu verkörpern: Während auf der Leinwand erbauliche Werte vorgelebt werden, zeigen die türkischen Seriendarstel-

ler im realen Leben vor den Augen des Publikums, dass es von Zeit zu Zeit auch ganz „moderne“ Liebesirungen- und wirrungen gibt. Das verfolgt man genauso aufgeregt wie die Seriengeschichten. Die „Ausfälle“ werden gesellschaftlich bestraft (die Darsteller müssen die Serie verlassen) und man kann sich wieder eines gemeinsamen Wertefundamentes vergewissern. Kritische Äußerungen zur permanenten Reproduktion bestimmter traditioneller Familienbilder durch das Fernsehen kommen paradoxerweise von der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen: Sie beklagen, dass die eigenen Kinder durch das Fernsehen mit eigentlich überholten Traditionen neu konfrontiert werden, bei denen man als Eltern- generation den Anspruch hatte, sie überwunden zu haben:

– „In türkischen Serien werden gewisse Regeln vermittelt, Treueregeln zum Beispiel, in deutschen Serien betrügt jeder jeden“ (14 bis 19 Jahre).

– „In diesen Serien wird die türkische Kultur gezeigt, wie wir sie eigentlich gar nicht gelebt haben. Unsere Kinder bekommen da etwas zu sehen, was in der Form eigentlich gar nicht mehr stattfindet“ (30 bis 49 Jahre).

– „Eigentlich ist es schlimm, wir erleben hier diese ganzen türkischen Traditionen viel stärker als die Türken in der Türkei. Die Türkei hat sich weiterentwickelt, ist viel moderner geworden als wir hier und bei uns ist die Tradition stehen geblieben“ (30 bis 49 Jahre).

Das türkische Fernsehen bedient vor allem Bindungswünsche: Es ermöglicht das Zusammenkommen als Familie vor dem Fernseher, es thematisiert unentwegt familiäre Bindungen, es betont die Einheit, es nimmt jeden einzelnen Zuschauer hinein, man wird zum Teil einer Zuschauergemeinde. Im deutschen Fernsehen begeistern sich die Befragten vor allem für Starmagazine, Spielfilme und Serien – bei den fiktionalen Angeboten handelt es sich allerdings vor allem um amerikanische Produktionen:

– „MTV, diese Starsachen, was macht Paris Hilton, wie lebt P. Daddy?“

– „Ich finde diese Starmagazine immer spannend, 'Exklusiv' oder 'taff'.“

– „'Gilmore Girls', das muss ich einfach sehen, ich bin so ein kleiner Serienfreak.“

– „'Gilmore Girls', 'Desperate Housewives', 'King of Queens', amerikanische Serien am liebsten oder türkische Serien gucke ich auch sehr gerne.“

– „'King of Queens' könnte man am ehesten mit diesen lustigen türkischen Serien vergleichen, das ist schon fast Kult.“

Im direkten Vergleich mit dem türkischen Fernsehen nimmt sich das deutsche Programm wie eine Brechtsche Inszenierung aus, in der die Verfremdungseffekte das Einswerden des Zuschauers mit dem Geschehen unterbinden sollen. Beim deutschen Fernsehen ist man sich „bewusst“, dass es sich um Fernsehen handelt. Man klagt über „Kälte“

Im deutschen Fernsehen vor allem Starmagazine und US-Serien genutzt

Deutsche Serien werden als fremd erlebt

und „kalte Leute“, über „blasse Farben“. Die Geschichten in deutschen Serien werden als fremd erlebt: Es geht oft nur ums Fremdgehen. Man kann sich nicht in derselben Weise in die Geschichten einklinken, wie in die der türkischen Sendungen:

- „Deutsche Serien sind kalt, da geht es immer nur ums Fremdgehen.“
- „Ich finde auch, die Farben bei den deutschen Serien sind irgendwie blasser, kälter. Da kommen so gar keine richtigen Gefühle auf.“
- „Deutsche Fernsehserien sind wie ein Kühlschrank.“

Deutsches Fernsehen glaubwürdiger

Gleichzeitig wird deutsches Fernsehen als inhaltlich substanzieller erlebt, als klarer und glaubwürdiger. Das deutsche Fernsehen neigt nicht zur Emotionalisierung und Übertreibung, vielmehr geht es um Wissensaneignung, um Differenzierung, um das Realitätsprinzip. Entsprechend werden, wenn deutsche Formate genutzt werden, vor allem „weiterbildende“ Sendungen, wie „Galileo“, „Welt der Wunder“, „Menschen – Länder – Abenteuer“, „Markt“, „Wiso“, etc. genannt:

- „Deutsches Fernsehen bringt Tatsachen auf den Punkt, bringt mehr Informationen, ist wahrheitsorientierter. Aber auch trockener.“
- „Im türkischen Fernsehen wird immer maßlos übertrieben.“
- „Was mir an den deutschen Sendern gefällt: Da gibt es wirklich Information. Man kann sich wirklich was anschauen und kriegt auch wirklich Wissen vermittelt.“
- „Sogar deutsche Boulevardsendungen sind besser, weil man wirklich Informationen bekommt. Bei türkischen Magazinen wird ja nur erzählt, wer mit wem wo einen Kaffee getrunken hat.“

Viel Spaß haben die Befragten aller Altersgruppen außerdem an den „Auswanderer-Sendungen“ im deutschen Fernsehen. Hier amüsiert man sich vor allem über misslungene Versuche der Protagonisten, sich in der neuen Heimat zu integrieren: „Es ist witzig zu sehen, wie die sich da nicht anpassen wollen, da haben die ganze Zeit welche geheult, obwohl sie es freiwillig gemacht haben.“ Für die Befragten scheint deutsches Fernsehen psychologisch gesehen für Individualisierungsprozesse zu stehen. Dazu passt auch, dass viele Probanden eine Trennung praktizieren: In ihrem Zimmer oder ihrer eigenen Wohnung wird deutsches Fernsehen, mit den Eltern werden hingegen türkische Programme genutzt. Diejenigen Probanden, die einen erkennbar „deutschen“ Lebensstil mit deutlicher (auch demonstrierter) Distanz zur türkischen Herkunft zeigen (zumeist Akademiker), geben an, überwiegend deutsches Fernsehen zu sehen.

Ö.-r. Programme als seriös und glaubwürdig wahrgenommen

In der Wahrnehmung der Senderlandschaft werden private und staatliche Sender auf türkischer Seite sowie private und öffentlich-rechtliche Sender auf deutscher Seite getrennt. Privatsender sind bunter und unterhaltsamer, öffentlich-rechtliche Sender

werden dagegen als nüchterner, seriöser und glaubwürdiger erlebt. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen steht bei den Befragten aller Altersgruppen vor allem für deutsche Produktionen, die Kernkompetenz liegt bei Informationsangeboten:

- „ARD fängt man mit 35 an zu gucken und dann bis ans Lebensende.“
- „Die Öffentlich-rechtlichen gucken gebildete Leute, da kann man richtig was lernen.“
- „ARD und ZDF ist für Leute, die sich für Politik interessieren.“
- „Die sind seriös, glaubwürdig und objektiv.“

Auf „Klatsch und Tratsch“, der die ganze Familie in Aufruhr versetzt und für gemeinsame Gesprächsthemen sorgt, verzichtet das öffentlich-rechtliche Fernsehen nach Einschätzung der Befragten nahezu vollständig. Von einigen Befragten wird dies mit einem gewissen Bedauern festgestellt, da entsprechende Angebote gern zusammen mit der Familie gesehen werden.

Das WDR-Fernsehen gilt in den Augen der Befragten als ebenso seriös und glaubwürdig wie ARD oder ZDF. Allerdings hebt sich der WDR als Sender insgesamt von den übrigen Anbietern insofern ab als er „der einzige Sender ist, der sich detailliert mit Migranten in Deutschland auseinandersetzt“. Diese positive Einschätzung wird zum einen auf die Hörfunkprogramme – insbesondere Funkhaus Europa – bezogen:

- „Die sind fast die einzigen, die auch mal Beiträge zur Türkei bringen.“
- „Der WDR steht für das Multikulturelle.“
- „Das ist der einzige, der sich mit Migranten beschäftigt. Ich habe nicht das Gefühl, dass bei den anderen Sendern Migration überhaupt noch ein Thema ist.“
- „Die haben immer viel für uns getan, die haben ja auch Funkhaus Europa als Radiosender.“
- „Der WDR macht sehr viele Sendungen über uns und für uns.“

Wahrnehmung des WDR

Aber auch das WDR-Fernsehen hat beim Thema Migration ein ausgesprochen positives Image:

- „Das Thema Migration wird im Fernsehen oft einseitig dargestellt. Aber der WDR stellt Pro und Kontra gegenüber. Die versuchen schon, verschiedene Perspektiven anzuschauen.“
- „Typisch für den WDR ist das Multikulturelle, das sieht man auch an aktuellen Sendungen und den Dokus.“
- „Wenn ich mir beim WDR einen Beitrag zur Türkei ansehe, dann sehe ich das bewusster und konzentrierter an als ein Boulevard-Magazin.“
- „Ich finde ‘Cosmo-TV’ sehr gut, zum Beispiel deutsch-türkische Nachrichten über Schulen, Fördervereine, halt deutsch-türkische Verhältnisse“.

Positives Image

Informationssendungen und Fernsehnachrichten

Die Befragten legen eine recht breite Definition an, wenn sie über Informationssendungen sprechen. So zählen neben Wissenschaftsmagazinen wie „Galileo“, „Welt der Wunder“, „Menschen – Länder – Abenteuer“ auch Sendungen wie „Wer wird

Millionär?“, „Genial daneben“, aber auch „Stern-TV“- bzw. „Spiegel-TV“- und „Fokus-TV“ zu Sendungen, die informieren bzw. „weiterbilden“:

- „Welt der Wunder“, ‚Galileo‘. Ich liebe solche Sachen, die gucke ich halt auch bewusst, da lernt man richtig was dabei.“
- „Für mich gehört auch ‚Wer wird Millionär?‘ dazu, da kann ich auch noch was lernen, von dem ich vorher nichts wusste.“
- „Ich gucke gerne über Themen, über die ich nichts weiß, weil ich auch dazulernen möchte.“

Den Begriff Nachrichten dagegen fassen die Teilnehmer enger: Hier handelt es sich konkret um die Vermittlung tagesaktuellen Geschehens. Insbesondere jüngere Probanden subsumieren unter den Oberbegriff Nachrichten auch Sendungen wie „Punkt 12“, „taff“ und „Explosiv“. Sie heben hervor, dass es sich hier um Nachrichtensendungen handle, die thematisch „auch uns Jüngere“ berücksichtigen. Regierungspolitische Ereignisse dagegen interessieren vor allem die jugendlichen Befragten kaum. Entwicklungsbedingt steht ihnen alles, was sich mit Fragen beschäftigt, die sich unmittelbar auf ihr eigenes Dasein beziehen, näher. Sie sind hier „ganz bei sich“, fühlen sich von Weltnachrichten eher gelangweilt, weil kaum direkt betroffen.

20- bis 49-Jährige nutzen vor allem deutsche Fernsehnachrichten

Während die jugendlichen Teilnehmer Fernsehnachrichten nur wenig aktiv einschalten, nutzen die 20- bis 49-Jährigen vor allem deutsche Nachrichtensendungen. Türkische Nachrichten werden von dieser Gruppe allerdings als Ergänzung herangezogen. Einerseits, wenn man detaillierte Informationen über Vorgänge in der Türkei haben möchte, andererseits, um eine andere Sicht auf weltpolitische Vorgänge zu erhalten.

- „Wenn es um allgemeine Themen geht, gucke ich die deutschen Nachrichten, wenn es um den Nahen Osten geht, gucke ich beide Seiten.“
- „Ich gucke auch türkische Nachrichten, ich will ja auch wissen, was in der Türkei abgeht.“
- „Ich muss verschiedene Quellen haben, damit ich mir ein besseres Bild von den jeweiligen Themen machen kann.“
- „Bei Themen, die uns betreffen, vergleiche ich deutsche und türkische Nachrichten, um beide Perspektiven zu sehen.“

Deutsche und türkische Nachrichten werden verglichen

Alle Befragten – unabhängig vom Alter – geben an, Nachrichten, die unmittelbar mit ihnen bzw. der Türkei zu tun haben, zu vergleichen: Hier verlässt man sich nicht nur auf deutsche Nachrichtenquellen, zumal diese zum Beispiel im Blick auf den Libanon-Konflikt zu einseitig erscheinen:

- „Die deutschen Nachrichten versuchen, neutral zu sein, aber sie stellen immer die Libanesen als die Bösen dar.“
- „Deutschland darf nicht kontra Israel sein, wegen der Vergangenheit.“
- „Was die Juden angeht, dürfen die deutschen Medien ja auch nicht alles sagen, das ist nicht neutral.“
- „Wenn was in der Türkei passiert, guckt man automatisch, ob die das auch im deutschen Fernse-

hen zeigen und vergleicht das dann, ob die was Falsches sagen.“

Darüber hinaus bekunden die Befragten ein generelles Interesse an Ereignissen in der Türkei, über die man durch das türkische Fernsehen besser und umfangreicher unterrichtet werde als dies für das deutsche Fernsehen möglich wäre. Die jugendlichen Befragten beschaffen sich diese Informationen weniger über Presse oder Fernsehen; für sie sind in dieser Hinsicht Gespräche mit Verwandten in der Türkei via Internet die bessere Nachrichtenquelle. In Bezug auf die Nachrichten bei den deutschen Sendern werden die öffentlich-rechtlichen als glaubwürdig und objektiv wahrgenommen.

- „Insgesamt kommen die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender schon sehr glaubwürdig rüber.“
- „Die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender sind eher objektiv, da wird auch hinterfragt, bei den Privaten ist es einseitiger, oft auch ein bisschen sensationsheischend. Aber mir gefällt das, das ist nicht so steif.“

Allerdings wird auch im Zusammenhang mit den Nachrichten die Emotionalität des türkischen (privaten) Fernsehens hervorgehoben. Es scheint, als könne die dramatisierende Form der Nachrichtenvermittlung mehr Aufmerksamkeit erregen:

- „Türkische Nachrichten sind emotionaler, man kriegt automatisch eine Gänsehaut. Ich kann mich nicht erinnern, dass ich bei deutschen Nachrichten mal geheult hätte, bei türkischen aber schon sehr oft.“
- „Deutsche Nachrichten gucke ich mir auch an, aber da gibt es gar nichts Bewegendes.“
- „Türkische Nachrichten sind emotionaler, der Sprecher ist selbst immer fast am Heulen, wenn er die Nachrichten präsentiert. ARD oder ZDF halten eher Distanz.“

Gleichzeitig werden die Nachrichten der türkischen Privatsender aber auch oft als „zuviel“ erlebt. Bilder und Berichterstattung können belastend wirken, oft werden die Nachrichten der türkischen Privatsender daher auf der Suche nach Entlastung nur „portionsweise“ rezipiert (man schaltet häufiger hin und her). Offenbar folgen auch die Nachrichtensendungen der Logik des gesamten türkischen Fernsehangebots: Die Vermittlung wird als dramatisch, zu Herzen gehend und damit Mitgefühl erweckend erlebt.

Deutsches Fernsehen

Die Darstellung türkischen Lebens im deutschen Fernsehen erleben die Befragten überwiegend als unbefriedigend. Man hat den Eindruck, hier würden in erster Linie Klischees geschürt; alles, was man bisher gesehen habe (egal, ob fiktionale Angebote oder Dokumentationen), werde aus „deutscher Sicht“ erzählt und bediene „nur das, was die Deutschen sehen wollen“:

Großes Interesse an Ereignissen in der Türkei

Nachrichten im türkischen (Privat-)Fernsehen emotionalisieren

Darstellung von türkischstämmigen Menschen im deutschen Fernsehen unbefriedigend

- „Wenn Dokumentationen aus der Türkei gebracht werden, nehmen sie jedes Mal die hintersten Dörfer. Das ärgert mich, wir haben doch auch schöne, moderne Städte, warum werden die nicht gezeigt?“
- „Die meisten müssen die Rolle des Klischeetürken spielen: ‚Ey, hast du meine Schwester angeguckt?‘“
- „Ich habe im Film noch nie einen türkischen Rechtsanwalt gesehen oder einen Geschäftsmann, außer einem Dönerladen-Besitzer oder einem Gemüsehändler.“
- „Entweder sie zeigen die flippigen türkischen Mädchen, die die Disco besuchen oder die voll verschleierte Frauen und die Männer mit den Bärten. Aber dazwischen gibt es ja noch eine Mittelschicht, die sich integrieren will, die sich hier ein Leben aufgebaut hat. Die werden irgendwie ausgeblendet. Man zeigt immer nur die Extreme.“

**Bekannte türkische
Gesichter im
deutschen Fernsehen**

Den Probanden fallen spontan eine Reihe von türkischen „Repräsentanten“ im Fernsehen ein: Nazan Eckes, Gülcan Karahanci, Erol Sander, Erdogan Atalay, Kaya Yanar, Django Asül, Sibel Kekilli, Bushido, Eko Fresh, Kool Savas und Cem Özdemir. Allen Befragten gemein ist ein gewisser Stolz, den man verspüre, wann immer man einen Türken im Fernsehen zu erkennen glaubt:

- „Das macht mich stolz, weil man sieht, was die zustande gebracht haben. Da sieht man mal, dass Türken auch was erreichen können, die sind nicht immer nur arbeitslos.“
- „Ich finde es schön, wenn ein Türke auch mal Hauptdarsteller ist. Wie bei ‚Alarm für Cobra 11‘, da wird auch mal gezeigt, dass ein Türke es geschafft hat, der erfüllt nicht das Klischee.“
- „Das macht mich richtig stolz, wenn ich die sehe!“

**Jüngere wünschen
sich „echte Türken“**

Dies ist vor allem für die 14- bis 29-Jährigen eine wichtige Frage: „Woran erkennt man jemanden als Türken?“ In der Auseinandersetzung damit, welche türkischstämmige Person in der Öffentlichkeit als „echter Türke“ gelten kann, spiegelt sich ihre eigene Suche nach einer klar definierbaren Identität wider:

- „Bei der WM hatte die Gülcan die ganze Zeit ein deutsches Trikot an und hat immer gesagt, ‚ich bin für mein Land, für Deutschland‘. Aber ihr richtiges Land ist doch trotzdem die Türkei. Sie hat getan, als ob sie eine richtige Deutsche ist, das fand ich nicht gut.“
- „Ich glaube, Erol Sander ist Halbtürke, wegen dem Namen und auch, weil er sich nicht richtig als Türke präsentiert... der sieht nicht türkisch aus, der ist so verdeutscht.“
- „Es gibt leider viele türkische Gesichter, die gar nicht mehr nach türkisch aussehen, deshalb erkennt man die ja oft gar nicht. Und ich möchte schon gerne erkennen, wer aus meinem Heimatland stammt.“

- „Was mich nervt, sind Schauspieler, die kein Türkisch mehr können. Dann ist er für mich kein Türke mehr, weil er seine Kultur nicht mehr hat, der hat nur noch seinen türkischen Namen.“

Die jungen Befragten haben den Anspruch, einerseits türkische Figuren im Fernsehen auf Anhieb als solche identifizieren zu können („die sollen auch eine Art Sprachrohr für uns sein“), andererseits dürfen diese Figuren jedoch nicht das Klischeebild des „Assi-Türken“, den man üblicherweise im Fernsehen zu sehen bekomme, transportieren („es soll ja auch deutlich gemacht werden, dass der Standard-Türke nicht der Assi mit den zurückgegelten Haaren und dem Goldkettchen ist“). Türkische Figuren im deutschen Fernsehen ermöglichen so offenbar die projektive Bearbeitung der eigenen Identitätsfrage, wobei sich die jüngere Gruppe mit den Türken und Türkinnen im deutschen Fernsehen deutlich kritischer und differenzierter auseinandersetzt als die Älteren. Die Älteren erleben die Existenz türkischer Gesichter im deutschen Fernsehen eher als den – allerdings noch zaghafte – Beleg einer türkischen Erfolgsgeschichte in Deutschland. Entsprechend kritisieren die älteren Teilnehmer, dass in Anbetracht der Tatsache, dass der Anteil der türkischen Bevölkerung bei über zwei Millionen liege, immer noch zu wenige türkische Gesichter im Fernsehen vertreten seien. In ihrer Wahrnehmung gehören Türken im Fernsehen genauso zur Normalität wie im deutschen Alltag:

- „Ich finde, es gibt zu wenige türkische Leute im Fernsehen. Bei fast drei Millionen türkischen Mitbürgern sind es zu wenige.“
- „Es muss sein, dass Türken im Fernsehen vertreten sind, es ist aber auch ein bisschen verspätet. Früher war man schon stolz, wenn man einen türkischen Namen im Abspann gesehen hat.“
- „Da gibt es doch auch die türkische Sprecherin beim ZDF, die etwas ältere Dame, seriöse Ausstrahlung. Das spricht ja auch für uns, dass wir uns integrieren können, wenn man uns lässt.“
- „Es ist eigentlich nichts Besonderes dabei, sollte normal sein ... Aber man freut sich trotzdem, es ist ein schönes Gefühl, wenn ich die da sitzen sehe.“

Fazit

Starke Unterschiede sind im Blick auf das Selbstverständnis zwischen den jüngeren und älteren Teilnehmern der Studie festzustellen. Die 30- bis 49-Jährigen (erste und zweite Generation der in Deutschland lebenden Türken und Türkinnen) entwickeln differenziertere Zwischenlösungen bei der Identitätsfrage: Sie fühlen sich einerseits in Deutschland recht gut integriert, bekennen sich aber auch zu ihren türkischen Wurzeln und haben eine starke Bindung an die Türkei. Sie haben sich als „Türken in Deutschland“ eingerichtet und gestalten ihren Alltag souverän. Jugendliche im Alter zwischen 14 und 29 Jahren (fast ausnahmslos in Deutschland geboren und hier in zweiter bzw. dritter Generation lebend) bekennen sich dagegen unmittelbar und offensiv zum „Türkisch-Sein“, sie definieren sich stark über die Herkunft und die Reli-

**Zu wenige türkische
Gesichter im
deutschen Fernsehen**

**Selbstverständnis
Jüngerer und Älterer
ist verschieden**

gion. Beide Gruppen empfinden Enttäuschung darüber, von der deutschen Mehrheitsgesellschaft nicht als gleichwertig angesehen zu werden – die Reaktion darauf fällt aber unterschiedlich aus. Ältere vertreten eher die Meinung, dass Aufstiegschancen, Teilhabe an der Gesellschaft und Integration in die deutsche Gesellschaft möglich sind. Jüngere sehen ihre Zukunftschancen kritischer und ihre eigene Situation prekär. Dies führt zu einer trotzig-stolzen Haltung in Bezug auf die eigene Identität, die eher eine Abgrenzung von der deutschen Gesellschaft signalisiert: „Ich bin Türke.“

Identität über Religionszugehörigkeit

Da die ethnische Zugehörigkeit keinen ausreichenden spezifischen Identitätsbezug liefert, definieren sich die jungen Befragten stärker über die religiöse Zugehörigkeit: Obwohl der islamische Glaube nicht immer streng nach Vorschrift gelebt wird, sehen sich alle als Moslems. Für Ältere spielt die religiöse Identität zwar auch eine wichtige Rolle, sie haben sich aber – trotz der erfahrenen Enttäuschungen – in dem ihnen zugeschriebenen „Zwiespalt“ als Deutsch-Türke eingerichtet. Die meisten Befragten haben in ihrem Alltag Bekanntschaft mit Vorurteilen und Diskriminierungen gemacht. Sie haben das Gefühl, dass sich die Situation diesbezüglich seit Anfang der 90er Jahre und insbesondere nach dem 11. September 2001 noch einmal deutlich verschlechtert hat.

Jüngste Altersgruppe auf der Suche nach Identität

Auch dem Fernsehen wird vorgeworfen, Stereotype und Klischees über die Türkei zu reproduzieren. Nicht nur in Nachrichten, auch in fiktionalen Sendungen wird die Darstellung von Türken und Türkinnen oft als einseitig, eindimensional und klischeebeladen kritisiert. Darüber hinaus erscheint ihnen die Präsenz „türkischer Gesichter“ im Fernsehen in Relation zum türkischstämmigen Anteil an der Gesamtbevölkerung in Deutschland als zu gering. Junge Befragte stellen türkische TV-Persönlichkeiten auf den Prüfstand: Wer von ihnen entspricht dem Bild des Türken oder der Türkin, ohne ins Klischee abzugleiten? In dieser Auseinandersetzung spiegelt sich ihre eigene Suche nach einer klar erkennbaren Identität wider. Ihnen ist es wichtig, dass ein Türke als solcher „erkennbar“ ist, indem er der Sprache mächtig ist, die Kultur in ihren wichtigsten Aspekten lebt und seine Herkunft nicht verschweigt. Türkische Menschen in den Medien sollten Identifikationsmöglichkeiten bieten und der deutschen Gesellschaft ein vorurteilsfreies Bild vermitteln.

Starke Unterschiede in der Mediennutzung zwischen ganz Jungen und älteren Befragten

Starke Unterschiede sind im Umgang mit (elektronischen) Medien zwischen sehr jungen und älteren Befragten zu verzeichnen: Für die 14- bis 29-Jährigen ist das Internet – zumindest in der subjektiven Wahrnehmung – das wichtigste Medium. Es dient der Kommunikation (oft mit Familienangehörigen

in der Türkei), Nachrichtenrezeption (oft unspezifisch über Schlagzeilen) und der Unterhaltung (Spiele, Musik etc.). Fernsehen wird dagegen vor allem als Unterhaltungsmedium genutzt, wobei im deutschen Fernsehen insbesondere amerikanische Spielfilme und im türkischen Fernsehen Serien gesehen werden. Die 30- bis 49-Jährigen weisen dagegen eher eine „klassische“ Mediennutzung auf: Morgens Radio/Tageszeitung, abends Fernsehen (sowohl zur Information als auch zur Unterhaltung). Am türkischen Fernsehen schätzen die Befragten die Emotionalität, die nicht nur über fiktionale Angebote, sondern auch über Nachrichten, Magazinsendungen usw. vermittelt wird. Türkisches Fernsehen bietet Familienfernsehen im klassischen Sinne. Es bedient vor allem Bindungswünsche, ermöglicht das Zusammenkommen der Familie vor dem Fernsehgerät, thematisiert familiäre Bindungen und betont die Einheit: Man wird zum Teil einer Zuschauergemeinde.

Deutsches Fernsehen dagegen steht für Sachlichkeit und Distanz, dies gilt sowohl für Informations- als auch für fiktionale Sendungen. Deutsches Fernsehen gilt inhaltlich als substanzieller, klarer und glaubwürdiger. Psychologisch gesehen steht das deutsche Fernsehen für die Befragten damit stärker für Individualisierungsprozesse. Im Vergleich der Fernsehsender wird die Emotionalität der türkischen Privatsender sowohl bei Unterhaltungs- als auch bei Informationssendungen hervorgehoben. Beim deutschen Fernsehen wird klar zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern unterschieden. ARD und ZDF stehen vor allem für Informationssendungen, die als glaubwürdig, objektiv und seriös wahrgenommen werden. Gleiches gilt für das WDR-Fernsehen, dem außerdem eine besondere Kompetenz beim Thema Migration zugeschrieben wird. Sowohl die Hörfunkprogramme – insbesondere Funkhaus Europa – als auch das WDR-Fernsehen werden als Programme wahrgenommen, die sich intensiv um die Interessen der Migranten und Migrantinnen kümmern.

Deutsches Fernsehen steht für Sachlichkeit und Distanz

Anmerkungen:

- 1) Vgl. den Beitrag von Thomas Windgasse in diesem Heft.
- 2) Vgl. Krüger, Udo Michael Krüger/Erk Simon: Das Bild der Migranten im WDR Fernsehen. Ergebnisse einer empirischen Programmanalyse. In: Media Perspektiven 3/2005, S. 105–144.
- 3) Vgl. Göring, Reinhold: Heterogene Medienwelten – Medienbiografien junger Erwachsener türkischer Herkunft. In: Zwischen den Kulturen: Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen. WDR 2006.
- 4) Vgl. Simon, Erk/Regine Hammeran: Wie wirkt „Wut“? Ergebnisse einer qualitativen Studie mit deutschen und türkischstämmigen Jugendlichen zum WDR-Fernsehfilm „Wut“. In: Zwischen den Kulturen: Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen. WDR 2006.
- 5) Vgl. den Beitrag von Joachim Trebbe und Hans-Jürgen Weiß in diesem Heft.

