

## Standortbestimmung der Massenmedien in der Türkei

Die Einführung und breitere Anwendung von neuen Techniken unter anderem auch im Gebiet der Kommunikation und Information verursacht in jeder Gesellschaft bedeutsame strukturelle Änderungen, die im allgemeinen unter dem Stichwort des »Sozialen Wandels« analysiert werden. Die verschiedenen Disziplinen der Sozialwissenschaften wie die Soziologie, Sozialanthropologie, Sozialpsychologie haben sich besonders nach 1930 mit den verschiedenen Aspekten der »Diffusion« und »Adoptierung«<sup>1</sup> von Innovationen, der Vermittlung von neuem Wissen und Errungenschaften mittels der Massenmedien beschäftigt.<sup>2</sup>

In bezug auf den generellen Begriff des Verbreitungsprozesses haben sich besonders im Bereich der Soziologie zwei Schwerpunkte gebildet: einerseits die Forschung über die Auswirkung von neuen Ideen in ländlich-bäuerlichem (ruralem), eher traditionell eingestelltem Milieu, wie etwa den Dörfern Anatoliens, andererseits die empirischen Untersuchungen über den Einfluß der Massenkommunikationssysteme und den Prozeß der öffentlichen Meinungsbildung.<sup>3</sup> Im Gebiet der Sozialanthropologie haben die sogenannten »Diffusionisten« Wandlungen, die sich aus der Begegnung von Kulturen ergeben, untersucht.

Es ist interessant zu bemerken, daß sich relativ wenig Sozialwissenschaftler, dafür eher Politologen mit dem globalen Wechselverhältnis zwischen dem Einbruch von neuen Massenmedien und der Ausweitung der Beziehungs-, Bewußtseins- und Verantwortungsbereiche sowie der Wandlungen in den Funktionen und Strukturen von Sozialgebilden beschäftigt haben. Im Bereich dieser Fragestellung, die kurz als »Modernisierungsprozeß«<sup>4</sup> bezeichnet werden kann, gelten zweifellos G. Almond, L. Pye, D. Lerner und K. W. Deutsch als bahnbrechend. Lerner entwickelt eine physisch wie auch sozial gesteigerte Mobilität des einzelnen aus der Interdependenz folgender Faktoren: Urbanisierung, Industrialisierung, Abschaffung des Analphabetismus, Ausbreitung der Massenmedien.<sup>5</sup> Für Lerner wie für Wilbur Schramm bedeutet die Verbesserung der Kommunikationsstruktur und die dadurch mögliche Vermittlung eines »nationalen Einführungsvermögens« die Vorbedingung der Partizipation und politischen Entwicklung.<sup>6</sup> Auch D. Riesman und M. McLuhan haben aus völlig unterschiedlichen Perspektiven die Auswirkungen der Massenmedien bewertet. Für Riesman sind die Massenmedien die Hauptgestalter eines extrovertierten Nationalcharakters<sup>7</sup>, für McLuhan dagegen ist das alleinige Auftauchen und die Verbreitung bestimmter Massenmedien, wie etwa Hörfunk und Fernsehen, das Kriterium für den Beginn einer neuen Gesellschaftsordnung, die McLuhan mit seiner ihm eigenen Terminologie als »Ende der Gutenberg-Galaxie« bezeichnet.<sup>8</sup>

Die Massenkommunikationsmittel können also als Innovator und Diffusionsinstrumente ebenso wie als Förderer einer allgemeinen politischen und ökonomischen Entwicklung wesentliche Prozesse auslösen. Im Fall von unterschiedlichen, zum Teil unterentwickelten Kommunikationssystemen liegt es auf der Hand, daß die Aus-

wirkungen dieser Medien vor allem auf Grund von tradierten Verhaltensmustern, traditionellen sozio-ökonomischen Strukturen bestimmt und gehemmt werden.

Die türkische Republik ist im Rahmen ihrer 50jährigen Geschichte durch die zielbewußte, voluntaristische, reformfreudige Politik ihres Staatsgründers, Mustafa Kemal Atatürk, einer großen Zahl von institutionellen Änderungen (wie der Einführung des lateinischen Alphabets und der Schulpflicht, der Rezeption des schweizerischen Zivilrechts usw.) unterworfen worden. Im Rahmen dieser Analyse sollen die Auswirkungen der in dieser Zeit an Bedeutung gewachsenen Massenmedien mit Hilfe einiger theoretischer Konzepte und vor allem empirischer Untersuchungen dargestellt werden.

Zur besseren Beurteilung des vorliegenden empirischen Materials werden zunächst die wesentlichen Merkmale »unterentwickelter« Kommunikationssysteme aufgezählt, die mit einigen Einschränkungen und der Erläuterungen von spezifischen Umständen auf die Situation in der Türkei übertragbar sind. Wilbur Schramm hat einen recht umfangreichen Katalog ausgearbeitet, der zur vergleichenden Interpretation hier nochmals zitiert werden soll. Demnach gelten für »unterentwickelte Kommunikationssysteme« folgende Merkmale: 1. Die Geschwindigkeit der Informationsstreuung ist ungleich. 2. Das gesprochene Wort tritt als einzige Informationsmöglichkeit vor allem in ländlichen Gemeinschaften hervor. Nachrichten werden durch Gerüchte, Kommentare der örtlichen Meinungsbilder stark durch persönliche Attitüden und Vorurteile gefärbt. 3. Das Informationsvolumen der Massenmedien und des »face-to-face«-Systems ist unzureichend. 4. Lokale »influentials« (Meinungsführer) übernehmen die Rolle des Informierenden, Interpreten und Beraters. 5. Kommunikationssysteme sind fragmentarisch und zum Teil nicht organisiert. Informationen werden auf lokaler Ebene im Kontext mit sozialen und kulturellen Normen von einer besonderen Gruppe, Elite, interpretiert. 6. Niedriges Niveau der »politischen Kultur« besonders in Agrargemeinschaften trägt zum Unverständnis der nationalen politischen Ereignisse bei. 7. Die von abstrakten Gedankengängen inspirierte, symbolische und abstrakte Informationssprache stößt auf starke Abwehr. Verbal konformistisches Kommunikationsverhalten unterscheidet sich stark von der elektronischen Kommunikation. 8. Informationsempfang wird stark durch Selektion der lokalen »opinion leader« beeinflusst.

#### 1. STRUKTURELLE MERKMALE DES KOMMUNIKATIONSPROZESSES IN DER TÜRKEI

Die Türkei hat ähnlich wie eine Reihe von Ländern des Mittleren Ostens, Asiens und Lateinamerikas zwar die Schwelle zu einer raschen Industrialisierung überschritten, aber noch immer nicht die sozio-ökonomischen, kulturellen und politischen Reste einer feudalen Agrargesellschaft völlig beseitigt. Eine kurze Übersicht der wichtigsten sozialen Indikationen in bezug auf Aufbau, Nutznießung und Verteilung der Massenmedien wird zweifellos die Unterschiedlichkeit und Unausgeglichenheit der Strukturen vor Augen führen.

Das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen in der Türkei betrug 1966 290 \$, dadurch hebt sich die Türkei zwar von den Entwicklungsländern ab, die durchschnittlich ein Pro-Kopf-Einkommen von 160 \$ haben, liegt jedoch im Vergleich mit den westeuropäischen Ländern sehr tief. Die Landwirtschaft ist noch immer der domi-

nierende Sektor im Bereich der Nationalökonomie, sie liefert 40 v. H. der Gesamtproduktion des Landes und beschäftigt 70 v. H. der türkischen Bevölkerung. 1964 wurden in der Türkei 142 kWh Energie je Einwohner verbraucht. Besonders diese Zahl liegt noch unter dem Durchschnitt von 160 kWh für alle Entwicklungsländer (Industrieländer 3530 kWh je Einwohner). Nach den Ergebnissen der Bevölkerungszählungen von 1950, 1955, 1960 und 1965 beträgt der jährliche Bevölkerungszuwachs 2,75 v. H. Unter den 29,4 Millionen Türken im Alter von mehr als 6 Jahren wurden bei der Volkszählung von 1970 4,6 Millionen Männer und 8,7 Millionen Frauen als Analphabeten ermittelt.<sup>9</sup> Zu diesen Faktoren kommen ferner permanente Vorgänge wie intensive Landflucht, zunehmende Arbeitslosigkeit, starke Auswanderungen bei gleichzeitigem Ausbau der Industrie. Alle diese Indikatoren sind sehr stark an den Prozeß der Urbanisierung in der Türkei gebunden; er beeinflußt zugleich die Verbreitung der Massenmedien.

### 1.1 *Urbanisierung*

Während 1960 nur 26,3 v. H. der türkischen Gesamtbevölkerung in Städten lebten, stieg dieser Anteil 1965 auf 29,9 v. H., 1970 auf 35,4 v. H. Die Zuwachsrate der städtischen Bevölkerung betrug zwischen 1960 und 1965 5,2 v. H., von 1965 bis 1970 bereits 6,2 v. H. Dabei besaßen die Großstädte mit einer Bevölkerung von über einer Million Einwohnern nach wie vor die größte Anziehungskraft. In den Jahren 1960 bis 1965 richtete sich die Binnenwanderung zu 36,6 v. H. nach Istanbul, zu 16,5 v. H. nach Ankara und zu 9,6 v. H. nach Izmir. Gleichzeitig stieg die Zahl der Städte mit einer Einwohnerzahl von 50 000 bis 100 000 Einwohner von 6 auf 21. Parallel mit dieser außerordentlich raschen Urbanisierung nahm auch der unbewilligte, illegale, »wilde« Hausbau zu. Mehr als ein Drittel der Ansiedlungen in Ankara (35,5 v. H.), ein Viertel der Häuser in Istanbul, 10 v. H. in Izmir und 5 v. H. in Adana gehören zu der Kategorie, die man als »Übernachtbauten« (gecekondu) oder Favella bezeichnet.<sup>10</sup> Die Zunahme der Großstädte bedeutet gleichzeitig auch das Entstehen von neuen Nachrichtenzentren. Verschiedene Untersuchungen bestätigen die bekannte These, daß solche Quellen von Informationen und Innovationsimpulsen (vor allem in bezug auf die Ausbreitung mehr universalistischer Werthaltungen) in erster Linie von der Diffusionskapazität der Metropolen abhängen.<sup>11</sup> Dies zeigt sich vor allem in der aegaeischen Region, wo eine Anzahl von rasch zunehmenden Provinzzentren auf freiwilliger Basis die Errichtung von Fernsehsendern zu finanzieren bereit ist und unter der breiten Bevölkerung dafür finanzielle Unterstützung findet.

### 1.2 *Veränderungen in den Dörfern*

Neben dieser raschen Urbanisierung muß auch die strukturelle Änderung der Dörfer erwähnt werden. 1965 gab es 35 638 Dörfer mit bis zu 2000 Einwohnern, in ihnen wohnten 20,5 Millionen Menschen. Obwohl diese Zahl noch immer sehr stark auf den agrarischen Charakter der Türkei hinweist, ist aus Tabelle 1 klar zu ersehen, daß ein konstanter Trend in die Richtung zu größeren Dörfern, also kräftigeren sozialen Strukturen geht.<sup>12</sup>

Die Aufgliederung nach Tabelle 1 zeigt zugleich, daß in der Türkei eine ungewöhnlich hohe Urbanisierung im Gange ist, andererseits daneben noch viele agrarische Gemeinschaften, teils noch autarkisch bewirtschaftet, existieren. Allein dieser Kontrast erklärt in vieler Hinsicht die Unausgeglichenheit in bezug auf eine nationale Mei-

<i>Entwicklung der Dorfgrößen in der Türkei zwischen 1940 und 1965</i>					<i>Tabelle 1</i>	
	1940	1945	1950	1955	1960	1965
Zahl der Dörfer (bis 2000 Einwohner)	34 024	34 003	34 252	34 786	34 172	33 138
Einwohner in den Dörfern insges. (in Mill.)		14,0	15,6	17,1	18,8	20,5
davon (in v. H.) in Dörfern mit einer Einwohnerzahl						
bis 50	1,2	0,8	0,4	0,4	0,4	0,4
51–100	14,4	4,9	3,1	2,5	2,9	2,0
101–150	10,0	8,9	7,2	5,9	4,8	4,8
151–500	60,3	60,3	58,7	57,4	55,0	54,8
501–2000	22,9	25,1	30,2	33,5	37,4	37,7
durchschnittliche Zahl der Einwohner je Dorf		413	456	492	533	588

nungsbildung beziehungsweise die großen Hindernisse für eine Verständigung mit den Massen. So kann gesagt werden, daß diese räumliche physische Polarisierung des Landes sich in einem starken Maße auf die Diffusion und Beeinflussungsmöglichkeit der Medien hemmend auswirkt.

## 2. ENTWICKLUNG, AUSBREITUNG UND AUSWIRKUNG DES HÖRFUNKS

Obwohl die Presse – gleichartig wie in allen entwickelten Ländern – das älteste Kommunikationsmittel auch in der Türkei ist, soll in diesem Beitrag dem Rundfunk der Vorrang eingeräumt werden. Es besteht kein Zweifel, daß wie in allen Ländern mit vielen Analphabeten auch in der Türkei der Hörfunk das Medium ist, welches durch seine Möglichkeiten der Ansprache und auf Grund der zusätzlichen Mobilität des Transistorempfängers eine sehr hohe Verbreitung hat und dadurch zum erstenmal in der Geschichte des türkischen Volkes eine Brücke von den kleinsten, isoliertesten Gemeinschaften zu den Informationszentren der Großstädte schlägt. Nicht selten kann man dieses eindrucksvolle Bild sehen, wo ein Hirte ganz allein auf dem Berg-  
hang, umringt von Ziegen, andachtsvoll auf das Radio lauscht oder etwa ein Bauer, den Transistorkoffer auf die Hörner des Büffels hängend, mit dem Holzkarren nach Hause tritt.

### 2.1 Hörfunksender und Hörfunkorganisation

Zur Zeit sind 11 Hörfunkstationen in der Türkei in Betrieb, die im Rahmen einer intensiven Reorganisation stark ausgebaut werden, wobei die Erweiterung der Ausstrahlungskapazität im Vordergrund steht. Obwohl der türkische Hörfunk schon relativ früh, 1927 in Ankara, seine Sendungen aufnahm, konnte bis vor kurzem die »Souveränität im Äther« nicht verwirklicht werden; bis November 1972 waren 4 Millionen türkische Staatsbürger in neun Provinzen des Landes völlig vom nationalen Rundfunknetz abgeschnitten. Das führte zwangsläufig zu einer starken Ausstrahlung von Sendungen in türkischer Sprache durch ausländische Stationen, vor allem der Nachbarländer.<sup>13</sup> In Tabelle 2 werden die zur Zeit in der Türkei arbeitenden Hörfunksender genannt.<sup>14</sup>

## Hörfunksender in der Türkei

Tabelle 2

Sender	Sendeleistung		Wellenbereich
Ankara	1 200	kW	LW
Ankara	100	kW	KW
Ankara	250	kW	KW
Ankara	20	kW	KW
Ankara (II. Programm)	2	kW	MW
Ankara (III. Programm)	0,250	kW	UKW
Istanbul	150	kW	MW
Istanbul (II. Programm)	2	kW	MW
Mudanya + Istanbul	1 200	kW	MW
Izmir	200	kW	MW
Izmir (II. Programm)	2	kW	MW
Antalya	600	kW	MW
Antalya (Provinz)	2	kW	MW
Cukurova (Adana)	300	kW	MW
Gaziantep (Provinz)	2	kW	MW
Van (Provinz)	2	kW	MW
Kars (Provinz)	2	kW	MW
Erzurum	200	kW	LW
Trabzon (Provinz)	2	kW	MW
Diyarbakir	300	kW	MW

Die bis zur letzten Verfassungsänderung autonom arbeitende türkische Hörfunk- und Fernsehanstalt TRT ist jetzt in eine öffentlich-rechtliche Korporation unter Regierungskontrolle umgewandelt worden (Art. 121). Als juristische Begründung für die Abschaffung der Autonomie der türkischen Hörfunk- und Fernsehanstalten wurde der jahrelang andauernde Kompetenzstreit zwischen zwei Ministerien wegen der Kontrollbefugnis über die finanziellen Ausgaben und die Investitionen angegeben. In Wirklichkeit steht hinter dieser Verfassungsänderung von 1971 die Mißbilligung einer autonomen Rundfunk-Verwaltung seitens der inzwischen abgetretenen Regierungspartei, der Gerechtigkeitspartei, die zur Zeit wiederum als Koalitionspartner an der Regierung beteiligt ist.

Während im ersten und zweiten Fünfjahresplan nur relativ sehr geringe Mittel für die Rundfunkinvestitionen zur Verfügung gestellt wurden, nahm der Umfang der Infrastrukturmaßnahmen beim Ausbau von Hörfunk- und Fernsehstationen in der Türkei in letzter Zeit erheblich zu. An der Spitze der hierfür Kredithilfe leistenden ausländischen Staaten steht die Bundesrepublik Deutschland.

Seit 1971 ist der Haushalt der TRT durch eigene Einnahmen, die der autonomen Korporation vorher von seiten der Regierung nicht gewährt wurden, von 12 auf 69 Millionen TL jährlich gestiegen. Gleichzeitig wurden lange geplante Investitionspläne im Wert von 150 Millionen TL in konkrete Projekte umgesetzt.<sup>15</sup>

### 2.2 Verteilung von Hörfunkgeräten

Bei der unausgeglichene Verteilung von Hörfunkgeräten in kleinen Gemeinden wie den Bergdörfern in Anatolien entspricht der »gate keeper«-Funktion der Radiobesitzer ein überdimensionaler sozialer Status. Wie zu erwarten ist, wächst die Zahl der Geräte mit der Bevölkerung in den Dörfern. Die von Frederick W. Frey für die MIT unternommene Dorf-Untersuchung in der Türkei hat unter anderem gezeigt,

daß bei einer Durchschnittszahl von 5,4 Apparaten je hundert Personen in der ganzen Türkei dieser Anteil in den Dörfern bis auf 1,7 Apparate absinkt. Die Abhängigkeit von der Dorfgröße ist in Tabelle 3 dargestellt.<sup>18</sup> Sie zeigt ganz klar, daß die Isolierung irgendeiner Gemeinde nicht nur direkt von der Bevölkerungszahl, sondern gleichzeitig auch von der finanziellen Unfähigkeit, ein Nachrichtendifusionsmittel zu beschaffen, abhängt.

In den Städten hat der Hörfunk gleichfalls trotz der großen Anziehung des Fernsehens an Boden gewonnen. Der Grund hierfür liegt vor allem in den niedrigen Anschaffungskosten. Allerdings sind Angaben über die Hörfunkempfänger in Städten und Dörfern außerordentlich lückenhaft, denn bis 1972 waren weder Transistor-koffer noch Fernsehapparate bei der Post anmeldepflichtig. Die vorhandenen Statistiken geben infolgedessen nur Auskunft über Geräte mit Netzanschluß. Während 1963 insgesamt 1,8 Millionen solcher Hörfunkgeräte registriert waren, betrug die Zahl vier Jahre später bereits 2,7 Millionen Stück.

Da das Fernsehen vor allem Zuschauer in Groß- und Mittelstädten erreicht und die Zahl der elektrifizierten Dörfer nach wie vor gering ist, kann postuliert werden, daß die Informationsmöglichkeiten der städtischen Bevölkerung dauernd zunehmen, der Hörfunk aber die einzige Brücke zur Teilnahme am aktuellen Geschehen für das ganze Land bleibt. Doch auch in dieser Beziehung müssen gewisse Einschränkungen beachtet werden. Zunächst darf nicht übersehen werden, daß der Hörfunk vor allem in den Dörfern von Ost- und Südanatolien fast ausschließlich den männlichen Zuhörern dient (in den entfernten Provinzen übersteigt der Anteil von lese- und schreibkundigen Frauen kaum die Grenze von 15 v. H.). Ferner ist zu beachten, daß gemäß Festingers Theorie der kognitiven Dissonanz das Individuum im allgemeinen dazu neigt, Aussagen auszuweichen, die mit seiner kognitiven Struktur nicht übereinstimmen, und solche Aussagen auszuwählen, die zur Erhaltung der kognitiven Konsistenz beitragen. Es kann dementsprechend vermutet werden, daß diese Tendenz sich besonders stark als Abwehrmechanismus in isolierten Dörfern bemerkbar macht und ein wichtiges Hindernis bei der Verbreitung von progressiven Ideen darstellt.

### 2.3 Untersuchungen zur Hörfunknutzung

Da die staatlichen Rundfunkanstalten bis jetzt keine institutionalisierten, periodisch wiederholten Rundfunkhöreruntersuchungen vornahmen, wurde eine Reihe von solchen empirischen Forschungen durch türkische und ausländische akademische Institute realisiert. Die zwei wichtigsten dieser Untersuchungen wurden 1962 im Namen

Ortsgröße		n	Zahl der Dörfer (in v. H. der Dörfer der jeweiligen Größenklasse) mit –		
			– fünf und mehr Hörfunkgeräten	– einem bis vier Hörfunkgeräten	– keinem Hörfunkgerät
1–199	Einwohner	(302)	15	60	25
200–399	Einwohner	(1223)	34	45	21
400–599	Einwohner	(1284)	53	37	10
600–999	Einwohner	(1662)	63	27	10
1000–2000	Einwohner	(1556)	83	13	4

Besitz von Hörfunkgeräten in türkischen Dörfern

Tabelle 3

## Hörfunknutzung in türkischen Dörfern

Tabelle 4

Antworten in v. H. der befragten Dorfbewohner  
auf die Frage: »Wie oft hören Sie Radio?«

	1968	1968	1968	1962
	Männer	Frauen	alle Dorfbewohner	
überhaupt nicht	20,5	51,0	36,0	36,0
einmal monatlich und weniger	3,0	2,0	3,0	15,0
mehrmals monatlich	3,0	2,0	3,0	5,0
einmal wöchentlich	7,0	3,0	5,0	11,0
mehrmals wöchentlich	17,5	10,0	14,0	13,0
täglich	48,0	32,0	40,0	19,0

der staatlichen Planungsanstalt vom Massachusetts Institute of Technology in Cambridge, Mass. (MIT) unter Mitarbeit von Frederick W. Frey und 1968 von einem türkischen Team (ebenfalls in Zusammenarbeit mit dem staatlichen Planungsamt) aus Ahmet Tugac, Ibrahim Yurt, Göl Ergil und Hüseyin Sevil durchgeführt. Beide haben sich intensiv mit dem Problem der Modernisierung in ländlichen Gebieten beschäftigt und dabei den Effekt der Massenmedien zu bewerten versucht.<sup>17</sup> Bei den Ergebnissen trat das starke Gefälle zwischen Mann/Frau nochmals in den Vordergrund (vgl. Tabelle 4).<sup>18</sup>

Aus Tabelle 4 sowie den weiteren Untersuchungsergebnissen lassen sich folgende Entwicklungstrends ableiten: 1. Mehr als die Hälfte der in den Dörfern lebenden Frauen hörten überhaupt kein Hörfunkprogramm. Dies erklärt sich zum Teil, daß die Männer in der Dorfstube, im Dorfcafé usw. Radio außerhalb des Hauses hören. 2. Der Bildungsfaktor spielt eine wichtige Rolle: alphabetisierte Dorfbewohner zeigen eine größere Bereitschaft, Radio zu hören als Analphabeten. Das ergibt sich vor allem aus der Tatsache, daß Nachrichtenvermittlung zu einem erheblichen Maß durch Weitergabe von abstrakten Begriffen verwirklicht wird, solche abstrakte Begriffe für viele jedoch semantisch und dem Denkschema gemäß unvollziehbar sind. 3. Gebiete mit höherem sozio-ökonomischen Entwicklungsgrad zeigen gleichzeitig eine Bereitschaft zur gesteigerten Nutzung der Massenmedien. 4. Bessere sozio-ökonomische Voraussetzungen erleichtern den Kauf von Radiogeräten. 5. Sprachliche Schwierigkeiten und tiefes Bildungsniveau bilden die wichtigsten Hindernisse für die Rezeption von Nachrichten.

#### 2.4 Regionale Unterschiede des Radiohörens

Wie die Tabelle 5 im Vergleich zwischen Alphabetisierung und regionaler Disparität<sup>19</sup> zeigt, sind die regionalen Unterschiede zum Teil erschreckend groß; selbst dort, wo Fernsehprogramme empfangen werden können, bleibt immerhin die Form der Rezeption, der Selektion, der Interpretation bzw. die geistige Verarbeitung des angebotenen Stoffes offen. Zweifellos bilden vor allem die repetitiven Bilder der Werbung einen Anreiz zu vertikaler Mobilität, die für den Aufbau einer erstrebenswerten Bezugsgruppe von großer Bedeutung sein kann. Nichtsdestoweniger bildet ebenso sehr eine aneinandergereihte Folge von konsumanreizenden, funktionell nicht integrierten Bildern sehr häufig Anlaß zu unreflektierter und irrational motivierter Nachahmung.

2.5 Sprachliche Schwierigkeiten und Bildungsunterschiede

Schwierigkeiten der sprachlichen Verständigung sind sowohl schichtenspezifisch als auch regional begründet. Obwohl 90 v. H. der Bevölkerung Türkisch als Muttersprache angibt, spielt das starke Gefälle des Sprachreservoirs verschiedener Hörergruppen eine sehr wichtige Rolle, zumal es keinerlei darauf abgestimmte unterschiedlich formulierte Programme gibt. Der einzige Unterschied, der zur Zeit beachtet wird, sind exklusive Musiksendungen für Anhänger der klassischen Musik sowie der Pop- und Beat-Musik, die über Ankara II und III, Istanbul II und Izmir II ausgestrahlt werden. Die zeitweise Undurchdringbarkeit dieser sprachlichen Mauer ergibt daraus deutlich, daß die Frage nach sprachlichen Verständigungsschwierigkeiten mit »ja« von 31 v. H. der Befragten in sozio-ökonomisch entwickelten Gebieten, von 44 v. H. in sozio-ökonomisch halbentwickelten Gebieten und 54 v. H. in sozio-ökonomisch unterentwickelten Gebieten der Türkei beantwortet wurde.<sup>20</sup>

Auch in der Attraktivität von informationsbestimmten Programmen im Vergleich mit der Unterhaltungsmusik und Werbung spiegelt sich der regional- und bildungsbedingte Unterschied wider. Funktionell nicht brauchbare Information ist nicht gefragt. Dies zeigt sich sowohl in den Programmen für Aufbauarbeiten in den Dörfern als auch in Werbesendungen und religiösen Sendungen. Interessant an Tabelle 6 ist die

<i>Alphabetisierung von Männern und Frauen in den türkischen Rundfunksendebereichen 1965</i>	<i>Tabelle 5</i>
--	------------------

	Alphabetisierungsgrad (in v. H.)					
	Männer		Frauen		Bevölkerung insgesamt	
	Dörfer	Städte	Dörfer	Städte	Dörfer	Städte
Westanatolien						
Istanbul	65	82	39	58	53	71
Izmir	64	79	35	55	50	67
Südanatolien						
Antalya	60	80	25	52	42	67
Cukurova (Adana)	55	74	17	41	46	58
Mittelanatolien						
Ankara	59	80	27	51	42	66
Ostanatolien						
Erzurum	49	74	13	36	27	58
Diyarbakır	29	61	5	24	17	22

<i>Bevorzugung von Hörfunksendungen in Abhängigkeit von der sozioökonomischen Struktur</i>	<i>Tabelle 6</i>
--	------------------

Programmsparte	Es werden als bevorzugte Sendung genannt (in v. H. der befragten Hörer) in –		
	– entwickelten	– mittel- entwickelten	– unter- entwickelten
	Gebieten der Türkei		
dörflich orientierte Gespräche	7	14	8
Volksmusik	39	33	31
Nachrichten	39	39	39
religiöse Sendungen	4	7	4
Theater	3	3	1
Werbung	2	2	—

Tatsache, daß auf das Dorf orientierte Gespräche sowie religiöse Sendungen eher in halbentwickelten Gebieten Anreiz ausüben, während die Nachrichten überall in gleicher Intensität – auch wenn nicht völlig verstanden – gehört werden.<sup>21</sup>

### 3. FERNSEHEN

Das türkische Fernsehen hat sich im Gegensatz zum Hörfunk erst relativ spät entwickelt. Da es im ersten Fünfjahresplan als eine ungerechtfertigte Investition bezeichnet wurde, konnte die damals autonome TRT ihre technische und finanzielle Forderung nach Aufbau und Ausbau eines über die ganze Türkei verbreiteten Fernsehnetzes erst gegen Ende des zweiten Fünfjahresplans durchsetzen. In gewissem Sinne kann man erst nach der militärischen Intervention vom 12. März 1971 von einer regelmäßigen systematischen Fernsehpolitik sprechen, der größte Teil der Expansion des türkischen Fernsehens wurde von dem nach dem Eingriff ernannten Intendanten General Musa Ögün vollzogen. Heute wird das Fernsehpublikum in der Türkei auf rund 8 Millionen geschätzt.

Zwar begannen bereits 1954 an der Technischen Universität Istanbul Versuchsendungen für die Öffentlichkeit, doch nahmen offizielle Stellen sehr lange Zeit keine Notiz davon. Die Entwicklungshilfe der Bundesrepublik Deutschland hat hier eine bahnbrechende Rolle gespielt. Durch das Abkommen im Rahmen der technischen Hilfe vom 9. April 1963 wurde zunächst in Ankara ein experimentelles Fernsehbildungszentrum errichtet und der Sender Erzurum technisch ausgerüstet. Ein zweites Abkommen von 1967 mit der Bundesrepublik Deutschland sah die Errichtung eines Fernsehstudios sowie die Entsendung von drei Experten vor. Auf dieser Grundlage konnte ab 31. Januar 1968 in Ankara versuchsweise das türkische Fernsehen beginnen. Ein drittes Abkommen vom 16. Juni 1970 ermöglichte die Errichtung eines zweiten Senders in Istanbul und sah verschiedene Projekte für technische Ausrüstungen vor.<sup>22</sup> Gegenwärtig sind sieben türkische Städte an das von Ankara auf Kanal 5 gesendete einheitliche Programm angeschlossen, das an fünf Tagen der Woche ausgestrahlt wird (vgl. Tabelle 7).<sup>23</sup> Da die Elektrifizierung noch nicht sehr weit fortgeschritten ist, kann in der Provinz Ankara nur in 11 Dörfern dieses Programm gesehen werden. Da der einzige Empfänger in der Dorfschule aufgebaut ist, besteht das Publikum dieser Sendungen hauptsächlich aus Männern. Die Planungsabteilung des türkischen Fernsehens will im Rahmen ihres Ausbauprogramms in den kommenden Jahren vor allem die Küsten- und Grenzgebiete bevorzugen, um die Bevölkerung dort von den ausländischen Fernsehprogrammen aus Bulgarien, der Sowjetunion, aus Rumänien, Zypern und Syrien wegzuführen.

*Fernsehsender in der Türkei*

*Tabelle 7*

	Band	Kanal	Sendeleistung
Ankara	III	5	5 kW
Istanbul	I	4	500 kW
Izmir	III	10	700 kW
Eskisehir	III	5	5 kW
Edirne	III	9	5 kW
Balikesir	III	6	700 kW
Kirikkale	III	10	700 kW

*Rundfunkentwicklung in der Türkei 1960–1972*

Tabelle 8

	Hörfunkgeräte		Fernsehgeräte	
	in 1000	je 1000 Einwohner	in 1000	je 1000 Einwohner*
1960	1 352	49	—	—
1968	2 933	87	—	—
1969	3 030	88	—	0,7
1972 (März)	3 856	103	102	2,7

in den Provinzen mit Fernsehversorgung

Mit dem Ausbau der Fernsehübertragungszentren nahm auch die Zahl der Empfänger stark zu, die erst seit März 1972 gebührenpflichtig wurden. In den Provinzen mit Fernsehsendern entfallen nach der letzten Zählung im Durchschnitt auf 1000 Einwohner 2,7 Fernsehgeräte (vgl. auch Tabelle 8).<sup>24</sup>

Dieser Überblick zeigt ganz klar, daß sich vor allem das Fernsehen fast ausschließlich an ein urbanisiertes Publikum richtet. Da sich das türkische Fernsehen betont bemüht, keinerlei Kontroversen durch Information entstehen zu lassen und unterschiedliche politische Meinungen und Kommentare nur ganz selten gesendet werden, außerdem Bildungsprogrammen und der Unterhaltung ein großer Raum eingeräumt wird, wirkt sich das an und für sich provokative Medium Fernsehen als »Hauskino« aus, statt zu einem geistig anregenden »Vergrößerungsglas der Außenwelt« zu werden.

#### 4. FILM

Die türkische Filmindustrie liegt völlig in privaten Händen. Nach einer Steuerermäßigung von 1948 für den Betrieb von Filmtheatern begann die jährliche Produktion zu steigen. Die Türkei gehört mit einem Output von etwa 300 Filmen pro Jahr zu den zehn größten filmerzeugenden Nationen der Welt.<sup>25</sup> Es muß jedoch hinzugefügt werden, daß die dreifache Zensur – bei der Vorlage des Filmmanuskriptes, bei den Dreharbeiten und bei der Filmvorführung – die Darstellung jedes gesellschaftlichen Problems verhindert. Nichtsdestoweniger sind türkische Filme von der urbanen wie von der ländlichen Bevölkerung sehr gefragt. Exportgeschäfte mit der Bundesrepublik Deutschland bringen türkische Filme regelmäßig auch in die Kinos der größeren deutschen Städte. Auch Griechenland und Länder des Mittleren Ostens gehören zu den Importeuren von türkischen Filmen. Da der Film als Bildmedium mehr als alle anderen Medien Verhalten und Erwartungsmodelle zu projizieren und auf diesem Wege indirekt auf das Individuum zu wirken vermag, ist die Feststellung interessant, wie sich der Kinobesuch ausgebreitet hat.

Aus Tabelle 9 ergibt sich ein klares Beispiel für die Anpassung von unterschiedlichen kulturellen Gepflogenheiten.<sup>26</sup> In einer stark nach Geschlechtern segregierten Gesellschaft ist der gemischte Besuch eines schwach beleuchteten oder dunklen und geschlossenen Raumes an und für sich eine Zumutung, der den Abbau von bestimmten Tabus voraussetzt. Auch hier spielen das Bildungsniveau sowie die regionalen Unterschiede eine wichtige Rolle. Während unter der lese- und schreibkundigen Dorfbevölkerung 83 v. H. der Männer und 58 v. H. der Frauen das Kino besucht hatten, haben sich nur 20 v. H. der lese- und schreibkundigen Frauen und 44 v. H. der männlichen An-

## Kinobesuch in türkischen Dörfern

Tabelle 9

	Antworten in v. H. der befragten Dorfbewohner auf die Frage »Waren Sie jemals im Kino?«	
	ja	nein
Männer (1968)	75,0	25,0
Frauen (1968)	26,5	73,5
alle Dorfbewohner (1968)	51,0	49,0
alle Dorfbewohner (1962)	43,0	57,0
Dorfbewohner 1968 in –		
– entwickelten Gebieten	62,0	38,0
– mittelerentwickelten Gebieten	52,0	48,0
– unterentwickelten Gebieten	40,5	59,5

alphabeten vor die weiße Leinwand getraut. Für den Kinobesuch in der Türkei ist das Vorhandensein von Freilichtkinos von Bedeutung, sie sind in Anatolien außerordentlich beliebt und werden viel mehr von Frauen und ganzen Familien besucht als geschlossene, richtige Kinos.

Abstinenz gegenüber dem Film ist unter anderem damit zu erklären, daß der Film ähnlich wie stark auf photographischen Aufnahmen beruhende Fernsehsendungen eine Bildsprache entwickelt hat und häufig Symbole verwendet, die zum Verstehen des Geschehenen wichtig sind. Fehlt das Verständnis für diese Symbole, so bleibt der ganze Film völlig außerhalb des kognitiven Prozesses. Wie Erich Feldmann mit Recht betont, erweitert oder verändert der Film die soziale Vorstellungswelt des einzelnen, vorausgesetzt, daß der Übergang aus der alten zur neuen Vorstellungswelt durch eine Aufschlüsselung der Symbole und kulturunterschiedlichen Stereotypen vollzogen ist. Ohne diese Schulung vermag die Leinwand nur zusammenhanglose Vorgänge darzubieten, fehlende Bezugsbegriffe produzieren lediglich visuelle Mosaiken.

## 5. PRESSE

Das älteste Kommunikationsmittel, die Presse, soll an letzter Stelle bewertet werden, denn in Ländern wie der Türkei mit teilweise schwach ausgebauten Straßen- und Transportsystemen und einer relativ hohen Quote von Analphabetismus beschränkt sich die Funktion der Presse zwar nicht ausschließlich auf die städtische Bevölkerung, dient aber der Gesellschaft in einer sehr unterschiedlichen Art. Statt Ausdrucksmittel der *lokalen* öffentlichen Meinung zu werden, verharrt sie im Status einer stark rivalisierenden Nationalpresse mit ausgeprägten weltanschaulichen Tendenzen und sieht ihre Aufgabe darin, eher politische Meinungen zu verstärken als Informationen zu verbreiten.

Zwar zeigt die Alphabetisierung in der Türkei ein stetiges Wachstum, doch ist dieser Prozeß sehr langsam. Lese- und schreibkundig waren 1950 33 v. H. der türkischen Bevölkerung, 1955 40,5 v. H., 1960 39,5 v. H. und 1965 48,7 v. H. Die letzte Volkszählung von 1970 zeigt, daß von 29,4 Millionen über 6 Jahre alten Türken 13,3 Millionen (4,6 Millionen Männer / 8,7 Millionen Frauen) Analphabeten waren.<sup>27</sup>

Im Gegensatz zu der in der westlichen Welt offensichtlichen Pressekonzentration und des sich daraus ergebenden Zeitungsschwundes hat sich das Zeitungswesen in der

Türkei quantitativ weiter entwickelt. Während in der Einparteienperiode in der Türkei 1946 nur 194 Zeitungen und 332 Zeitschriften veröffentlicht wurden, stieg diese Zahl ein Jahr später nach dem Übergang zum Mehrparteiensystem auf 322 Zeitungen und 379 Zeitschriften an. Zwanzig Jahre später – 1967 – wurden in der Türkei 1099 Zeitungen und 1125 Zeitschriften verlegt. Unter den 1099 Zeitungen sind 411 Tageszeitungen. Parallel zu dieser quantitativen Zunahme muß auch das Wachstum der Auflagen berücksichtigt werden. Während 1950 die höchste Auflage einer Tageszeitung 50 000 kaum überstieg, ist zwanzig Jahre später eine Höchstauflage von 550 000 Stück anzutreffen. Dies bedeutet eine Verzehnfachung der Auflage zwischen 1950 und 1970.<sup>28</sup>

Das zeigt aber zugleich, daß sich eine Elitepresse in eine Massenpresse verwandelt hat. Allerdings darf hierbei nicht übersehen werden, daß man in der Türkei kaum oder gar nicht von einer lokalen Presse sprechen kann. Ein Teil der lokalen Tagesblätter wird überhaupt nicht auf den Markt gebracht bzw. an den Kiosken oder durch Straßenverkäufer vertrieben; sie erscheinen lediglich, um von der offiziellen Anzeigensubvention zu profitieren und haben einen ganz kleinen Stamm von Abonnenten. Die Tatsache, daß in der Türkei eine eigenartige Politik der staatlichen Anzeigensubvention betrieben wird, durch die eine Reihe von lebensunfähigen Zeitungen künstlich am Leben erhalten wird, löste bereits in den fünfziger Jahren starke politische Kontroversen aus, wobei die Regierungspartei der Zeitungspatronage durch ungleiche Subventionen beschuldigt wurde. Nach der Revolution vom 27. Mai 1960 wurde dieses Mittel des administrativen Ermessens durch die Institutionalisierung der offiziellen Anzeigen aufgehoben.<sup>29</sup> Zur Zeit kommen alle Zeitungen, die länger als sechs Monate bestehen, in den Genuß dieser Anzeigensubvention, die allerdings weniger zu einem Pluralismus der politischen Ansichten als zu einer Inflation des Zeitungswesens beiträgt.

In diesem Zusammenhang ist die Fragestellung wichtig, wer was in der türkischen Presse am meisten liest. Ein Teil der national verbreiteten Zeitungen, vor allem die eher magazinähnliche Boulevardpresse, wird durch Speziallastkraftwagen im ganzen Lande verteilt (Zeitungen wie »Hürriyet«, »Günaydın«, »Tercüman« werden sogar mit auf dem Luftweg transportierten Matern am gleichen Tag in Frankfurt gedruckt und in der Bundesrepublik Deutschland verkauft).

Interessant wiederum ist die Aufteilung der Zeitungsleser auf dem Land nach Geschlecht. Tabelle 10 über die Zeitungslektüre von männlichen und weiblichen Dorf-

*Zeitungslektüre in türkischen Dörfern*

*Tabelle 10*

Antworten in v.H. der befragten Dorfbewohner auf die Frage  
»Wie oft lesen Sie Zeitung?«

	1968 Männer	1968 Frauen	1968 alle Dorf- bewohner	1962 Männer	1962 Frauen
überhaupt nicht	18	44	20	29	72
einmal monatlich und weniger	21	20	21	22	13
mehrmals monatlich	11	9	11	15	6
einmal wöchentlich	27	13	24	18	13
mehrmals wöchentlich	12	8	11	10	3
täglich	15	5	13	6	2

bewohnern weist nochmals auf die große Diskrepanz zwischen Frauen und Männern hin. Sie spiegelt nicht nur die absolute Abstinenz eines beachtlichen Teils von Frauen wider, sondern deutet auch auf eine ausgesprochene Indifferenz unter den potentiellen Zeitungsläserinnen.<sup>30</sup> Wie bei den oben zitierten anderen Medien spielt auch hier wiederum die regionale Situation die wichtigste Rolle. Während in entwickelten Gebieten der Anteil der wöchentlich und öfter Zeitunglesenden an der Gesamtbevölkerung 67 v. H. beträgt, fällt dieser Anteilssatz bis auf 29 v. H. in den unterentwickelten Gebieten.<sup>31</sup> Es ist offensichtlich, daß Faktoren wie ein ganzjährig offenes und benutzbares Straßennetz, enger Kontakt mit der Großstadt, persönliche Aufgeschlossenheit gegenüber der Außenwelt zusammen mit einem erhöhten sozioökonomischen Status das Ausmaß der Begeisterung für eine aktive Kommunikation anspornen oder verhindern.

Frederik W. Frey hat in seiner Untersuchung von 1962, die sich auf die Modernisierungstendenzen der türkischen Dörfer beschränkte, nachgewiesen, daß die Hälfte der bäuerlichen Bevölkerung in Dörfern lebt, wo das Maximum des Zeitunglesens »einmal wöchentlich« betrug. Andererseits stellte Frey auch fest, daß ein Drittel aller Dorfbewohner höchstens einmal im Monat eine Zeitung vor die Augen bekam. Trotz einer raschen Zunahme der Zeitungsauflagen hat sich dieses Verhältnis nicht sehr geändert, vor allem nicht in den isolierten, von den Hauptstraßen völlig abgeschnittenen Bergdörfern. Eine neuere umfangreiche Untersuchung, die sich lediglich mit den Problemen dieser Bergdörferbewohner beschäftigt, hat unter anderem versucht, den oben erwähnten sporadischen und extrem reduzierten Kontakt über die Zeitung durch eine Frage über das Zuhören beim »Vorlesen aus Zeitungen« festzustellen. Interessant bei der Aufstellung hierüber in Tabelle 11 ist weniger der relativ geringe Unterschied zwischen Berg- und Taldörfern, sondern der hohe Anteil von Dorfbewohnern, Männern wie Frauen, die Nachrichten durch einen Vorleser/Vermittler aufnehmen, sich also freiwillig damit auch einer anschließenden Interpretation des Vorgelesenen zu unterwerfen bereit sind.<sup>32</sup> Diese Gewohnheit weist gleichzeitig auf die ungenügende Schulbildung hin, die es einem durchschnittlichen Dorfbewohner nicht ermöglicht, relativ schnell zu lesen und

Zuhörer beim Vorlesen aus Zeitungen in türkischen Gebirgsdörfern

Tabelle 11

		Antworten der Bergdörferbewohner in v. H. auf die Frage nach dem Zuhören beim Vorlesen aus Zeitungen	
		ja	
Gebirgsdörfer in Wäldern			
Männer	69		31
Frauen	43		56
alle Bewohner	53		47
Gebirgsdörfer außerhalb von Wäldern			
Männer	79		20
Frauen	40		59
alle Bewohner	53		47
Gebirgsdörfer in Tallagen			
Männer	63		37
Frauen	38		61
alle Bewohner	46		53

*Aktives und passives Zeitunglesen in türkischen Dörfern*

Tabelle 12

	Zuhörer beim Vorlesen von Zeitungen in v. H.
Analphabeten	
männlich	68,0
weiblich	39,5
lese- und schreibkundige Nichtleser von Zeitungen	
männlich	69,0
weiblich	51,0

dadurch vor allem seine Schreib- und Lesefertigkeit über Jahre hinweg aufrecht zu erhalten. Der hohe Prozentsatz interpretierten Vorlesens deutet auf ein krasses psychologisches Bedürfnis des Verstehen-Wollens als der geistigen Schwelle kognitiver Wahrnehmung hin.

Relevant ist in diesem Zusammenhang wiederum das Bildungsniveau und die Geschlechtszugehörigkeit. Während bei den Frauen ein Minimum von Schulausbildung Voraussetzung für ein Interesse gegenüber dem aktuellen Ereignis der Außenwelt ist, zeigt sich unter den Männern – ob Analphabet oder nicht – eine typische Haltung: Die vorwiegend für die städtische Bevölkerung und gleichzeitig intellektuelle Elite bestimmte Presse benützt ein Vokabular, das sowohl semantisch als auch konzeptionell weitere Erklärungen benötigt – sobald irgendeine Information aus dem Rahmen der alltäglichen Ereignisse herausfällt, empfindet sowohl der ungeschulte als auch der geschulte Bauer das Bedürfnis nach erläuterndem Kommentar (vgl. Tabelle 12). Bei der weiblichen Landbevölkerung darf nicht übersehen werden, daß ein Teil der für Hausfrauen – weltweit – feststellbaren apolitischen Haltung gleichzeitig auch von der Familienstruktur abhängig ist. Eine umfangreiche familiensoziologische Untersuchung ergab, daß zur Zeit in der Türkei die patriarchalisch bestimmte Familie noch immer mit 39,5 v. H. aller Familien in den Großstädten und mit 68,0 v. H. in den Dörfern vertreten ist. Diese Familienstruktur trägt eine sehr differenzierte Autoritätsstruktur, die unter Umständen einen Kontakt mit der Außenwelt ausschließen kann. Diese Verbote können sich z. B. auf den Kinobesuch oder den Empfang der Fernsehprogramme innerhalb des Dorfes beziehen. Im Rahmen einer Teiluntersuchung auf diesem Gebiet wurde mir mehrfach folgende Antwort gegeben: »Selbst wenn der Transistor in der Küche läuft und Nachrichten gibt, hören wir nicht zu, weil wir das Gesagte nicht verstehen und es uns außerdem nicht angeht.«

## 6. MEDIENNUTZUNG IM VERGLEICH

Ein summarischer Überblick über den Konsum von Massenmedien zeigt die Abhängigkeit von Alter und Einkommen. Das Fortbestehen der patriarchalischen Struktur in ländlichen Gebieten reduziert das Interesse an politischen Dingen, das vor allem in den höheren Altersstufen anzutreffen ist.

Aus Tabelle 13 ergibt sich die Tatsache, daß das Lebensalter sich diametral auf die Presse einerseits, auf Rundfunk und Kino andererseits auswirkt.<sup>33</sup> Während die jüngere Generation sich mehr auf die auditiven und visuellen Medien konzentriert, gewinnt die Presse erst mit zunehmendem Alter an Gewicht. Unter Berücksichtigung

des Bildungsgrades zeigt sich eine größere Diskrepanz zwischen geschulten und ungeschulten weiblichen Dorfbewohnern. Sowohl der Presse als auch dem Film gegenüber bleibt die Mehrheit der weiblichen Dorfbewölkerung völlig indifferent.

Die Abhängigkeit des Medienkonsums vom Einkommen wurde sowohl im Rahmen der Dorfuntersuchungen als auch in einer Fallstudie über die Massenkommunikationsmittel in der Stadt Izmir festgestellt. Die Resultate in den Dörfern wie in der Großstadt haben den von Lazarsfeld in seinem SES-Schema einbezogenen Faktor des Einkommens bestätigt und vertieft. Steigendes Einkommen fördert in beiden Milieus das Interesse an den Medien und verstärkt die Exponierung gegenüber allen Medien (vgl. Tabelle 14).<sup>34</sup> Die Korrelation zwischen höherem Einkommen und differenzierter

*Mediennutzung bei türkischen Dorfbewohnern nach Alter, Geschlecht und Bildungsgrad (1962)*

*Tabelle 13*

	Anteil in v. H. derer, die –		
	– Zeitungen mindestens einmal wöchentlich lesen*	– Hörfunk wenigstens einmal wöchentlich hören	– jemals ein Kino besucht haben
schreib- und lesekundige Männer			
16–19 Jahre	49	72	80
20–29 Jahre	54	74	93
30–49 Jahre .	52	74	89
50 Jahre und älter	54	75	70
männliche Analphabeten			
16–19 Jahre	15	39	44
20–29 Jahre	22	52	78
30–49 Jahre .	23	54	67
50 Jahre und älter	24	53	47
schreib- und lesekundige Frauen			
16–19 Jahre	24	62	53
20–29 Jahre	27	48	49
30–49 Jahre .	30	53	53
50 Jahre und älter	22	33	44
weibliche Analphabeten			
16–19 Jahre	7	33	15
20–29 Jahre	8	34	19
30–49 Jahre .	6	30	19
50 Jahre und älter	6	27	17

\* Bei Analphabeten bedeutet Zeitungslektüre Zuhören beim Vorlesen von Zeitungen.

*Mediennutzung nach der Einkommenshöhe in Izmir (1968)*

*Tabelle 14*

Monatseinkommen	Anteil in v. H. der jeweiligen Einkommensgruppe			
	Zeitungsleser	Zeitschriften- leser	Bücherleser	Rundfunk- hörer
0– 500 TL	65	47	55	84
501–1500 TL	80	64	72	96
1501–3000 TL	92	79	88	99
über 3000 TL	91	60	91	97

Presseauswahl zeigt sich ebenfalls in der Zahl der regelmäßig gelesenen Tageszeitungen. Während bei niedrigerem Einkommen nur 22 v. H. der Stadtbevölkerung eine zweite und nur 2 v. H. eine dritte Zeitung lesen, steigt dieser Anteil bei der höchsten Einkommenskategorie auf 35 v. H., die eine zweite, 5 v. H., die eine dritte, und 1 v. H., die eine vierte Zeitung regelmäßig beziehen.

Die hier angeführten ausgewählten Beispiele deuten klar darauf hin, daß in Staaten im Umbruch, die von einer Agrarstruktur zusammen mit einer nicht vollständig industrialisierten urbanisierten Gesellschaft bestimmt sind, ein unvollständiges fragmentarisches Kommunikationssystem mit sehr starken individuellen Bindungen und auf persönlicher Ebene weiter geführter Information für die große Mehrheit der Bevölkerung die Regel ist. Ein relativ hohes Interesse gegenüber dem politischen Geschehen ergibt zusammen mit einem sehr tiefen Niveau an politischer Bildung meist einen starken Drang zum Parochialismus, einer mangelhaften Integration gegenüber den Forderungen des nationalen Aufbaus und der notwendigen Reformen. Analytische Feststellungen deuten darauf hin, daß die Kommunikationsmittel vor allem ein kognitives Bild über das politische Parteiensystem und die staatlichen Leistungen vermitteln. Massenmedien haben unter solchen Umständen nur einen geringen Einfluß auf die Entwicklung kommunaler Verantwortung, kommunaler Effizienz, politischer »empathy«, d. h. der Fähigkeit, sich in unbekannte, neue Situationen zu versetzen, auf Innovationsmotivationen, Vermittlung von Aufstiegswünschen usw.

Weil das Kommunikationssystem der Massenmedien auf nationaler Ebene organisiert und zentral geleitet ist, vermag es nicht für die in Dörfern lebenden, ganz oder teils isolierten Gemeinschaften eine Rückkoppelung zu den politischen Kernereignissen und Kräften zu schaffen. Das »feedback« verläuft vielmehr durch hierarchische soziale Strukturen der Parteiorganisationen oder durch Dorfeliten. Mit anderen Worten: Vor allem in hetero-kulturellen Gesellschaften – falls ihre Programmierung nicht auf schichten-spezifische Merkmale hin tendiert – dienen Massenkommunikationsmittel der reinen Steigerung des Informationskonsums. Dabei ist der Besitz von Hörfunk- und Fernsehgeräten gleichzeitig offensichtliches Statussymbol. Der grassierende Parochialismus und die überwiegende Benützung von traditionell orientierten Stereotypen reduziert den Impakt der primären Informationsfunktion: dem einzelnen zu ermöglichen, sich eine Meinung zu bilden.

Wirkungen der Massenkommunikationsmittel hängen somit in erster Linie von der sozialen Kontrolle ab. Verhaltensänderungen ohne strukturelle Änderung bleiben zwangsläufig Wunschbilder. Andererseits kann ein intensiver Ausbau von Massenkommunikationsmedien zur Verfestigung des »status quo« beitragen, die bestehende soziale Kontrolle vervielfachen und dadurch die konservierenden sozialen Kräfte zusätzlich stärken. Daß hierbei unter Umständen ausländische Hilfe eine nicht zu unterschätzende Rolle bei der Stärkung solcher Abhängigkeitsverhältnisse zu spielen vermag, darf nicht übersehen werden.<sup>35</sup>

Aus diesen allgemeinen Bemerkungen und dem dargestellten empirischen Material ist leicht zu ersehen, daß in der Türkei noch auf geraume Zeit die Situation dualistisch sein wird: Während in den urbanisierten Zentren und Gebieten des Landes die Mas-

senmedien bereits Instrumente der Informationsvermittlung und Meinungsbildung sind, werden sie in den kleineren isolierten Gemeinschaften der Dörfer noch ignoriert oder nur fragmentarisch konsumiert.

#### ANMERKUNGEN

Der vorstehende Beitrag ist die durchgesehene, gekürzte Fassung eines Vortrages über »Sozialen Wandel und Massenkommunikationsmittel in der Türkei«, der auf Einladung von Prof. Dr. Dr. Roegele im Rahmen der Veranstaltungen des Instituts für Zeitungswissenschaft Anfang Dezember 1972 an der Universität München gehalten wurde.

- 1 Everett Rogers: Diffusion of Innovation. Glencoe, Ill.: The Free Press 1963.
- 2 vgl. Melvin L. de Fleur: Mass Communication and Social Change. In: »Social Forces«, Vol. 44 (1966), No. 3, S. 314–326.
- 3 vgl. Elihu Katz: Die Verbreitung neuer Ideen und Praktiken. In: Wilbur Schramm (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsforschung. München: Juventa Verlag 1964, S. 101 f.
- 4 vgl. Ithiel de Sola Pool: Communication and Development. In: M. Weiner (Hrsg.): Modernization: The Dynamics of Growth. New York: Basic Books 1966, S. 58–109.
- 5 vgl. Daniel Lerner: The Passing of Traditional Society. Glencoe, Ill.: The Free Press 1958.
- 6 Daniel Lerner / Wilbur Schramm (Hrsg.): Communication and Change in the Developing Countries. Honolulu 1967, S. 5 f.
- 7 vgl. David Riesman: The Lonely Crowd. New Haven: Yale University 1950.
- 8 Marshal McLuhan: Understanding the Media. New York: Mac Graw-Hill 1964, S. 25 ff.
- 9 Statistical Yearbook of Turkey 1968. Ankara: State Institute of Statistics, Publ. No. 580, S. 30.
- 10 Yeni Strateji ve Kalkınma Planı. 3 cü Beş Yıllık Plan [Dritter Fünfjahresplan]. DPT. Bd. 3, S. 949, 952.
- 11 Über die Ausstrahlungen von Informationen durch die ägäische Metropole Izmir in bezug auf Auswanderungsabsichten in die Bundesrepublik Deutschland vgl. Dietrich Bartels: Türkische Gastarbeiter aus der Region Izmir. Zur räumzeitlichen Differenzierung der Bestimmungsgründe ihrer Aufbruchentschlüsse. In: »Erdkunde. Archiv für wissenschaftliche Geographie«, Bd. XXII/Lfg. 4 (1968).
- 12 Tabelle 1 nach State Statistics Institute: Census of 1965. Nr. 537, DIE, S. 56.
- 13 Diese Provinzen waren bis Anfang November 1972 Burdur, Denizli, Giresun, Hakkari, Malatya, Muğla, Ordo, Sivas, Uşak; vgl. Cevat Geray: Halkı Egiticî Yayınların Planlaması ve Radyo Bölgelerine göre Türkiye nin toplumsal özellikleri [Planung von Bildungsprogrammen für Hörfunk und Fernsehen und die soziale Struktur der Türkei]. Amme İdaresi Dargis C. 4 Sayı 4 (1971), S. 36–66.
- 14 nach »Milliyet« vom 22. Oktober 1972, S. 5.
- 15 Die Konzentration von Hörfunkempfängern auf die drei Großstädte Istanbul, Ankara und Izmir ist auffallend. 1959/60 befanden sich 43 v. H. aller Hörfunkgeräte in den Provinzen Ankara, Istanbul und Izmir, die andererseits nur von 10 v. H. der Gesamtbevölkerung der Türkei bewohnt werden. Transistorgeräte (erst seit März 1971 anmeldepflichtig), die sich relativ rasch und weit ausgebreitet haben, machten andererseits neue Investitionen notwendig.
- 16 Tabelle 3 nach Frederick W. Frey: The Mass Media and Rural Development in Turkey. Center for International Studies / M.I.T., Report No. 3, S. 14.
- 17 Die Untersuchung von Frey (vgl. Anm. 16) wurde 1962 durchgeführt, die ersten Ergebnisse wurden 1966 veröffentlicht. Ein zweites Team wiederholte dieselbe Studie 1968. Ihre Ergebnisse sind in dem folgenden Band veröffentlicht: A. Tuğaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: Türk köyünde Modernleşme Eğilimleri Araştırması. Ankara 1968: Rapor I, DPT, No. 860.
- 18 Tabelle 4 nach A. Tuğaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: a. a. O., S. 201.
- 19 Tabelle 5 nach Cevat Geray: a. a. O., S. 48 (Tabelle 9).
- 20 A. Tuğaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: a. a. O., S. 201.
- 21 Tabelle 6 nach A. Tuğaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: a. a. O., S. 199.
- 22 vgl. Oya Tokgöz: Türkiye ve Ortadoğu ülkelerinde Radyo-Televizyon sistemleri. SBF yayını. Ankara 1972. S. 70 f.
- 23 nach »Milliyet« vom 16. November 1972.
- 24 Tabelle 8 nach Dritter Fünfjahresplan (vgl. 10), S. 868.
- 25 Die türkische Filmindustrie hat seit ihrem Gründungsjahr 1914 bis Mitte 1973 3177 Filme gedreht, davon 3105 bis Ende 1972 und 73 in den ersten sechs Monaten des Jahres 1973. 1914 und 1918 wurde nur je ein Film produziert, 1915, 1920, 1925–27, 1930/31 und 1935/36 wurde überhaupt kein Film in der Türkei gedreht. Mit einer Jahresfilmproduktion von 300 Stück im Jahre 1972 wurde das bisherige Maximum erreicht. Wendepunkt in der Entwicklung des türkischen Films ist das Jahr 1960, als nach der Revolution vom 27. Mai und der Proklamation der neuen Verfassung, die einen sehr reichhaltigen Katalog von Grundrechten und Freiheiten ent-

hielt, die Durchschnittszahl auf weit über 100 Filme jährlich anstieg. 1973 ist dagegen erstmalig ein Rückgang zu verzeichnen, verursacht durch den Einbruch des türkischen Fernsehens und die wirtschaftliche Krise (Quelle: »Cumhuriyet« vom 5. Juni 1973).

Die Entwicklung der türkischen Filmindustrie nach Produktionsjahren zeigt die folgende Aufstellung:

1914	1	1934	3	1954	54 (farbig 2)
1915	–	1935	–	1955	64
1916	2	1936	–	1956	52
1917	2	1937	1	1957	60
1918	1	1938	2	1958	80
1919	3	1939	4	1959	71
1920	–	1940	4	1960	68
1921	3	1941	1	1961	116
1922	2	1942	4	1962	127
1923	3	1943	2	1963	125 (farbig 1)
1924	1	1944	2	1964	178 (farbig 1)
1925	–	1945	3	1965	214 (farbig 2)
1926	–	1946	6	1966	238
1927	–	1947	12	1967	206 (farbig 7)
1928	1	1948	16	1968	177 (farbig 24)
1929	2	1949	18	1969	229 (farbig 56)
1930	–	1950	21	1970	225 (farbig 78)
1931	–	1951	32	1971	266 (farbig 138)
1932	1	1952	52	1972	298 (farbig 156)
1933	7	1953	50 (farbig 1)		

Wie bereits betont, machen diese Zahlen deutlich, daß der Aufstieg der Produktion der türkischen Filmindustrie vorwiegend von einer gesicherten demokratischen Grundordnung abhängig ist. Sowohl kurz nach 1950, wo der Übergang vom Einparteiensystem zu einem Multipartismus zu verzeichnen ist, als auch in den Jahren nach der Verkündigung einer neuen und liberalen Verfassung nimmt die Filmproduktion stark zu. Der Trend zum Farbfilm ist auffallend. Vor allem in den kleineren Städten Anatoliens hat der türkische Film eine große Anziehungskraft. In der Bundesrepublik Deutschland gibt es in München, Köln und Berlin eine Reihe von Kinos, die ausschließlich türkische Filme vorführen und von türkischen Gastarbeitern stark besucht werden.

26 Tabelle 9 nach A. Tugaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: a. a. O., S. 203 und 204.

27 Institute of Statistics: Census of Population, 25. 10. 1970.

28 vgl. Onder Şenyapılı: 1970 lerin başında sayında Türk basını. Amme İdaresi Dergisi, Cilt 4, Sayı 4, Aralık 1971, S. 67. Die Expansion der türkischen Presse wurde von der Unesco als »phänomenal« bezeichnet; vgl. Unesco (Hrsg.): World Communications. Paris: Unesco 1964, S. 330.

29 Nermin Abadan: Basın ve Haberleşme hürriyeti. İnsan Hakları. Ankara 1970: Ankara Hukuk Fakültesi Yayını, S. 106.

30 Tabelle 10 nach A. Tugaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: a. a. O., S. 191; Frederick W. Frey: a. a. O., S. 192.

31 vgl. A. Tugaç / I. Yurt / G. Ergül / S. Sevil: a. a. O., S. 192.

32 Tabelle 11 nach DPT: Orman köylerinin sosyo-ekonomik durumu [Die sozioökonomische Situation der Gebirgsdörfer]. Diese Studie schließt sich als 3. Band an die bereits oben erwähnte, von A. Tugaç und seinen Mitarbeitern erarbeitete Studie der Modernisierungstendenzen in den türkischen Dörfern an. Von 33 138 Dörfern in der Türkei werden 5020 Dörfer in Wäldern und 8280 außerhalb von Wäldern als Gebirgsdörfer klassifiziert. Die Bevölkerungszahl dieser Dörfer beträgt 4,5 Millionen Einwohner, die der gesamten türkischen Dorfbevölkerung 20,5 Millionen.

33 Tabelle 13 nach Frederick W. Frey: a. a. O., S. 69 (Tabelle 27).

34 Tabelle 14 nach Oguz Arı: İzmir 'de Kitle Haberleşmesi. Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları. Ankara 1972, S. 72 (Tabelle VII). – Die Untersuchung wurde innerhalb einer größeren Studie über den sozialen Wandel der Stadt Izmir von einem Team des Vereins für Sozialwissenschaften 1968 unternommen.

35 vgl. Otto A. Baumhauer: Erziehungsfernsehen in der Dritten Welt. In: »Entwicklung und Zusammenarbeit« (Bonn), Nr. 5/1973, S. 5–7.