

Koloniale Abhängigkeit der Massenmedien in der Türkei

Autor(en): **Klitzke, Dietrich**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **35 (1983)**

Heft 10

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932388>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Koloniale Abhängigkeit der Massenmedien in der Türkei

1. Türkisches Kino

Wenn in der Öffentlichkeit vom «Nord-Süd-Konflikt» oder den Spannungen zwischen «Erster-» und «Dritter Welt» die Rede ist, dann wird darunter meistens die wirtschaftliche Abhängigkeit verstanden. Erst seit den letzten paar Jahren wird diese Diskussion um die Frage der kulturellen Eigenständigkeit beziehungsweise des «Kulturimperialismus» seitens der Industrienationen erweitert. Dabei geht es um die Vormachtstellung der USA und der Westeuropäischen Gemeinschaft im *Informations- und Nachrichtensektor*. Aus dieser Position resultiert ein Einfluss auf die politische Willens- und Meinungsbildung in der «Dritten Welt». Zunehmend wird durch die betroffenen Länder auf die Gefahren hingewiesen, die durch die Abhängigkeit im *Unterhaltungsreich* drohen. Wie diese Abhängigkeiten konkret aussehen, soll anhand der audiovisuellen Medien eines Landes, der Türkei, verdeutlicht werden.

Gesellschaftliche und wirtschaftliche Voraussetzungen

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts zeigte das Osmanische Reich immer deutlicher Zerfallerscheinungen. Noch immer feudalistisch organisiert, konnte es den imperialistischen Angriffen der westlichen Industrienationen nicht länger standhalten. Das Interesse am Osmanischen Reich konzentrierte sich zum einen auf die dort liegenden Bodenschätze; zum anderen war der «kranke Mann am Bosphorus» eine Zwischenstation zu den Rohstoffquellen am Persischen Golf. In dem Gerangel um die Gunst der osmanischen Herrscher wechselten die «Sieger» sich ab. Nach Frankreich und England kamen schliesslich das Deutsche Reich und

seine Industriellen zum Zuge. Auch nach dem Sturz des Kalifats und der Gründung der Türkischen Republik 1923 konnten die «fremden Herrscher» nicht mehr abgeschüttelt werden, denn inzwischen war die Auslandsverschuldung zu hoch. Strebte zwar der erste bürgerliche Präsident Kemal Atatürk eine Gesundung des Staatshaushaltes an, was eine Befreiung aus der Fremdbestimmung hätte nach sich ziehen können, so standen Teile seiner innenpolitischen Zielvorstellungen dem diametral entgegen. Dort plädierte er für eine Orientierung am westlichen Vorbild, mit dem Ziel einer Europäisierung auch im kulturellen Bereich.

Kino als Mittel der Public Relation ausländischer Schwerindustrie

Die Präsenz der imperialistischen Staaten am Bosphorus war mit ausschlaggebend dafür, dass sich – fast parallel zu den europäischen Staaten – im Osmanischen Reich das Kino etablieren konnte. Der Expansionsdrang dieser Staaten richtete sich nämlich nicht nur auf die Ausbeutung der Rohstoffquellen, sondern im gleichen Zuge sollten auch Absatzmärkte gesichert werden. In diesem Falle auch für die aufwärtsstrebende französische Kinoindustrie. Es war ein Kameramann Lumière, der am Goldenen Horn den ersten Film in der Türkei drehte und in einem Istanbuler Café die ersten bewegten Bilder vorführte.

Aber erst ein Jahrzehnt später wurde 1908 in Tepebasi (bei Istanbul) das erste lokale Filmtheater eröffnet. Der Initiator war der rumänische Jude Sigmund Weinberg, ein Vertreter der französischen Firma Pathé, die bis 1909 eine Monopolstellung besass. Diese Firma hatte ihre Dienste gänzlich der französischen Schwerindustrie zur Verfügung gestellt.

Im Kampf um die Aufteilung des Weltmarktes – in diesem Falle um die Gunst der osmanischen Herrscher – räumte man der Filmpropaganda besondere Bedeutung ein.

Den besonderen Propagandawert des Films erkannten auch die deutschen Industriellen. Zu Hilfe kam ihnen die offene Demonstration von Sympathie für die kriegsführenden Mittelmächte Deutschland und Österreich seitens Enver Paschas bei dessen Besuch in Berlin 1915. Im Zuge der Verträge, welche das Engagement der rheinisch-westfälischen Schwerindustrie im Osmanischen Reich regelten, wurden ähnliche Versprechungen auch der selbst erst im Aufbau begriffenen deutschen Filmindustrie gemacht. So konzentrierte die Deutsche Lichtspielgesellschaft ab 1916 ihre Ausland-Aktivitäten «auf den Balkan und Kleinasien, Gebiete, die die Rhein-Ruhr-Industriellen als ihr ureigenes Betätigungsfeld beanspruchten, und es gelang ihr, den deutschen Anteil an allen Filmvorführungen in Konstantinopel und Kleinasien auf 50 bis 60 Prozent zu steigern» (zitiert nach Jürgen Spiker: *Film und Kapital*, Berlin 1975, S. 23). Der Gründer der Gesellschaft, Ludwig Klitzsch, erkannte schon damals, dass «der Umstand bemerkenswert (sei), dass unsere Feinde sich schon seit Jahren nicht mehr nur an die Handelsinteressen der von ihnen als Absatzgebiet begehrten Nationen wenden, sondern dass sie auch die Öffentlichkeit bearbeiten, um deren Sympathie zu gewinnen, wobei sie ohne Zweifel von der zutreffenden Anschauung ausgehen, dass eine allgemeine Vorliebe der breiten Öffentlichkeit für eine bestimmte Nation deren Absatz steigert ...» (Spiker, ebenda S. 21).

Anfänge der türkischen Filmproduktion

Von dieser Einsatzmöglichkeit des Mediums Film zeigte sich auch der oberste osmanische Kriegsherr sichtlich beeindruckt. Unmittelbar nach seiner Heimkehr beauftragte er Weinberg und den Reserveoffizier Uzkinay mit dem Aufbau einer gleichgestalteten «Zentralen Filmabteilung des Heeres» (MOSD), womit der Grundstein des türkischen Kinos ge-

legt sein sollte. Interessant dabei ist, dass bis zum Jahre 1922 die einheimische Filmproduktion von Gesellschaften betrieben wurde, die vornehmlich *paramilitärischen Charakter* hatten. So wurden bis auf wenige Ausnahmen lediglich Kriegs- und Propagandastreifen gedreht. Zwei Fehleinschätzungen der neuen Herrscher der jungen türkischen Republik sollten für das Kommerzkino von weitreichender Bedeutung werden. Einmal war es der Irrglaube, dass mit der Übernahme europäischer Kultur ein Weg aus der feudalen Rückständigkeit gefunden werden könnte. Zu diesem Zwecke wurden sogar «Kulturgrößen» importiert, die beim Aufbau einer nationalen Kultur mithelfen sollten. Zum anderen zahlte sich die Inkonsequenz in der Strukturierung der nationalen Wirtschaft negativ aus. Offensichtlich war man sich der Bedeutung der nationalen Filmindustrie nicht ganz bewusst; wie sonst wäre es zu erklären, dass sie sich rein privatwirtschaftlich organisieren konnte und nicht wie die anderen entscheidenden Wirtschaftszweige der staatlichen Aufsicht unterstellt wurde.

Die türkische Filmindustrie folgte dem Diktat der *Profitmaximierung*. Nur in jene Vorhaben wurde investiert, die einen berechenbaren Einspielerfolg garantierten. Für Innovationen blieb kaum Spielraum. Was zum Beispiel die *Filmförderung* in den westlichen Kinonationen in Ansätzen zu leisten vermag, nämlich junge Regisseure zu fördern, deren Projekte neue ästhetische Tendenzen sichtbar werden lassen, das ist in der Türkei kaum spürbar. Sicherlich haben gerade sozialengagierte Filmemacher in der Türkei auf eine eigenständige nationale Filmsprache hingearbeitet. Aber ihr Schaffen war in der Türkei immer – sowohl was die inhaltliche als auch die formal-ästhetische Seite anbelangt – in die Aussenseiterrolle gedrängt. Sie sind es auch, die sich in ihren Filmen von dem Einfluss westlicher Kinokultur fernzuhalten versuchten. Dabei sei an die Werke von Yilmaz Güney und Erden Kiral erinnert.

Als cleverer Geschäftsmann entpuppte sich schnell der Istanbuler Theaterdirektor Muhsin Ertuğrul, der sich auf Jahre

hinaus eine Monopolstellung erwirtschaftete. Das damit eingespielte Vermögen erlaubte ihm zwar auch, sich ausserhalb des kommerziellen Kinos umzutun, was sich durch seine intensive Beschäftigung mit der sowjetischen Kinoästhetik belegen liesse; doch lässt sich gerade auch an seiner Person die nachhaltige Wirkung des Dogmas der Orientierung an europäischen Vorbildern nachzeichnen.

Ertuğrul war nämlich ein hervorragender Kenner der europäischen und US-amerikanischen Kinoszene. Diese Kenntnisse hatte er sich zum einen bei seinen Auslandsaufenthalten erwerben können, zum anderen drangen immer mehr ausländische Produktionen auf den heimischen Markt und überflügelten die eigene nationale Angebotskapazität bei weitem. Die Einspielquoten ermunterten schliesslich auch den Regisseur und Geschäftsmann Ertuğrul, drei internationale Kinoerfolge zu plagiiieren. 1934 realisierte er nach der Vorlage von René Clairs «Le million» «*Milyon avcileri*» (*Millionenjäger*); diesem folgte schon ein Jahr später 1935 «*Aysel, batakli damin kizi*» (*Aysel, das Mädchen...*) in Anlehnung an den schwedischen Film «Tösen froan Stormyrpet» (Das Mädchen vom Moorhof, 1917) von Victor Sjöström.

Für das dritte Plagiat, dem Victor Flemings «The Way of all Flesh» (1927) als Vorlage diente, liess sich Ertuğrul fünf Jahre Zeit. Schienen bei den Vorgängern die Einspielquoten ausschlaggebend zu sein, so besass «*Sehvet kurbani*» (*Opfer der Lüsterheit*) eine neue Qualität. Der Filmemacher begnügte sich nicht damit, sich nur der Fabel zu bedienen. Er ging so weit, dass er Flemings Hauptdarsteller Emil Jannings bis ins Detail, bis in die Maske, imitierte. Mit dieser «Ehrerbietung» ebnete Ertuğrul den Weg für viele Schauspieler der Nachfolgegenerationen.

Türkisches Hollywood: Yesilcam

Spätestens seit Ende der dreissiger Jahre ist das Kino in der Türkei das Massenunterhaltungsmittel Nummer Eins geworden. In Yesilcam, einer Strasse von Istanbul, bildete sich ein Zentrum der türki-

schen Filmindustrie mit Büros und Agenturen. Dabei konnte die einheimische Kinoindustrie den Anforderungen und Nachfragen der Bevölkerung kaum gerecht werden. Dafür gab es verschiedene Gründe. Einmal musste die Türkei die Rohmaterialien für die Filme importieren. Aufgrund der desolaten gesamtwirtschaftlichen Situation war dies in ausreichendem Masse kaum möglich. Die Folge war, dass die türkischen Filmemacher gegenüber ihren ausländischen Kollegen mit einem Bruchteil von Material bei der Herstellung eines Filmes auskommen mussten. So ist das Schnittverhältnis in der Türkei heute noch etwa zwei zu eins, für einen Meter Endfassung können also maximal zwei Meter Rohmaterial verwendet werden. Die Knappheit an Rohmaterial schlägt sich entsprechend auf die Qualität der Filme nieder.

Hinzu kommt, dass in der Türkei die Filme hauptsächlich von den Verleihfirmen, den Kreditanstalten und Kinobesitzern, finanziert werden. Diese haben wenig Interesse an «experimentellen Filmen», sondern möchten so schnell wie möglich den Kapitalrückfluss garantiert sehen. So bleibt den Regisseuren zum Teil nichts anderes übrig, als ihre Filme nach alten bewährten Mustern zu stricken, um so eine schnelle Amortisation zu garantieren. Unter diesen Voraussetzungen kommt es in der Türkei zu regelrechter Fliessbandproduktion. Die abgedrehten Filme entsprechen in der Regel der internationalen Qualifikation von B- oder C-Movies.

Es ist durchaus keine Seltenheit, dass in einheimischen Produktionen Sequenzen ausländischer Filme auftauchen, sofern diese sich nur irgendwie in die Gesamthandlung integrieren lassen. Mitunter sind solche «Diebstähle» recht einträglich. Dann nämlich, wenn zum Beispiel die Ankündigung für einen sonst unter dem Durchschnitt produzierten Abenteuerfilm mit der bekannten Wagenrennen-Szene aus «Ben Hur» hausiert. Das Publikum wird mit Warenversprechen in die Lichtspielhäuser gelockt, die nicht eingelöst werden. Viele dieser Montagen führen zu grotesken Resultaten. Man stelle sich nur den «Nationalhelden» Karaglan im Kampf gegen Cowboys oder



Szene aus «AT», dem zweiten Film von Ali Ozgenturk. Ein Bauer und sein Sohn reisen nach Istanbul, wo der Sohn studieren und ein freier Mann werden soll. – Sozialengagierte Filmemacher, die auf eine eigenständige Filmsprache hinarbeiten, sind in der Türkei trotz ihrer internationalen Erfolge in eine Aussenseiterrolle gedrängt.

Tarzan vor! Wollten jedoch die einheimischen Filmemacher in der Gunst des Publikums weiterhin bestehen, so waren sie gezwungen, sich an internationale und technisch perfekte Produktionen anzulehnen, da diese den Markt immer mehr beherrschen.

Als Beispiel für diese Vermarktungsstrategien kann der beim Publikum gefeiertste Filmstar, der Komödiant Kemal Sunal, angeführt werden. Seine Filme erinnern an den frühen Charlie Chaplin; denn Sunal bedient sich des Slapsticks westlicher Stummfilme. So gehört die bewährte Verfolgungsszene zu seinem festen Repertoire: Der Verfolgte wird von einer Meute aufgebrachter Verfolger gehetzt. Ausgelöst wird diese schier aussichtslose Jagd fast immer durch «vorhersehbare» Schicksalsschläge. Bei Sunal sind

es – und das gilt es hervorzuheben – meist kulturspezifische: Ein unfreiwilliges Rendezvous mit einem schon versprochenen Mädchen ruft bei der Entdeckung dessen ganzen Familienclan ins Geschehen, der – wie sollte es anders sein – bis an die Zähne bewaffnet ist. Beachtenswert dabei ist, dass die Belustigung auf Kosten der eigenen praktizierten, seit alters überlieferten Lebensweise geschieht. Inzwischen sind ganze Serien mit diesem Komödianten abgedreht. Die Story bleibt mit wenigen Abweichungen dieselbe. Da meistens nur der Handlungsort sich ändert, nicht aber die Dramaturgie, so ist es einfach, diese bewährten Verfolgungsszenen so zu inszenieren, dass sie garantiert mit der ersten Klappe im Kasten sind. Solche Filme – zu nennen wären noch Beiträge mit den Stars Cüneyt Arkin, Türkan Soray – erfreuen sich in der Türkei einer hohen Beliebtheit.

Vormachtstellung des amerikanischen Kinos

Dass das türkische Kino mit Hilfe eines ausländischen Geburtshelfers das Licht der Welt erblickte, sollte für seine ganze

spätere Entwicklung von weitreichender Tragweite sein. Zum einen kam es immer häufiger zu den schon erwähnten Plagiaten. Zum andern beeinflusste die überdurchschnittlich hohe Präsenz ausländischer Filme im Verleihangebot und in den Lichtspielhäusern die Sehgewohnheiten. Ab Mitte des Zweiten Weltkrieges steigerte sich die Einfuhr ausländischer Produktionen rapide, so dass die nationale Filmindustrie an den Rand des Konkurses getrieben wurde. Bemerkenswert ist dabei, dass die türkische Regierung durch ihre Gesetzgebung diesen Massenansturm begünstigte. Sie übernahm in wesentlichen Punkten die Filmgesetze und Zensurbestimmungen des faschistischen Italien von 1939. Zwar gab es Modifikationen hinsichtlich nationaler Regierungsbelange, aber bezüglich der Erhaltung kultureller Identität wurde nichts geändert. Die Türkei wurde vor allem zu einem Absatzmarkt für ausserhalb des Landes produzierte Filme.

Nach 1945 wurden die USA, Medienexporteur Nummer Eins, Hauptlieferant für die Türkei. Geliefert wurde seichte Unterhaltungskost mit dem Touch des american way of life. Neben den Bildern der konsumorientierten Überflusgesellschaft, die für jeden existentiell bedrohten ostanatolischen Bauern wie eine Fata Morgana erscheinen müssen, brachen die mit sexistischen Einlagen bestückten Streifen auch in die herrschenden Moral- und Sittenvorstellungen ein. Obgleich das geltende Gesetz solche Verstösse formal unter Verbot stellte, konnten sich die Machthaber gegen diese Erscheinungen «bürgerlicher Dekadenz» nicht durchsetzen. So können Filme wie «Emanuelle» ungehindert aufgeführt werden, in deren Nachfolge auch einheimische Sex-Komödien entstanden. Eine Kluft tut sich auf zwischen nationalem Sittenkodex und medialer Destruktion desselben durch die Einmischung ausländischer Profiteure.

Dass solche Praktiken möglich sind, dafür haben die Amerikaner durch zwei bilaterale Vertragsabschlüsse den Grundstein gelegt. Am 12. Juli 1947 hatten sich die USA in Folge der Truman-Doktrin grosse Konzessionen einräumen lassen. Neben der Duldung der militärischen Prä-

senz der USA verpflichtete «sich die türkische Regierung, mit Hilfe der öffentlichen Medien über «Herkunft, Ziel, Umfang» der US-Hilfe (in der Türkei eine vollständige und ununterbrochene Publikation) (Art. 3/2) zu gewährleisten» (zitiert nach Keskin: Die Türkei, Berlin 1978, S. 115). In einem Nachfolgevertrag zwischen den Gesellschaften der Filmindustrie und der «United States Information Agency» (USIA) wurde festgelegt, «dass nur noch *die* Filme in die Türkei importiert werden dürfen, die von USIA gutgeheissen wurden» (vgl. Iskender/Klitzke: Der türkische Film, in: medium 12/81). Mit dieser Abmachung festigten die amerikanischen Gesellschaften ihre Monopolstellung endgültig.

2. Rundfunk und Fernsehen

Nach dem Zweiten Weltkrieg geriet die Türkei immer stärker in den Machtbereich der USA. Ursache dafür war die noch während des Weltkrieges begonnene und nach der Regierungsübernahme durch die konservative Demokratische Partei verstärkt fortgesetzte *Ver-schuldung im Ausland*. Dass diese Finanzierungshilfen nicht greifen konnten, lag mit daran, dass seitens der türkischen Verantwortlichen kein umfassendes Konzept zur Sanierung der Nationalwirtschaft vorlag. Für das Scheitern war im gleichen Masse aber auch die Praxis der Geldgeber ausschlaggebend. Ihnen war offensichtlich an einer Gesundung des «kranken Mannes am Bosphorus» wenig gelegen. Denn solange die Türkei auf Auslandshilfe angewiesen sein würde, war sie ein sicherer Garant im Bündnis der Westmächte gegen die erstarkenden sozialistischen Staaten und alleine wegen ihrer strategischen Lage unentbehrlich. Damit keine Genesung eintreten konnte, wurde die *Hilfe* vorrangig für den *Militärhaushalt und die Konsumgüterindustrie* gewährt. Die Stärkung anderer zur Stabilisierung der Nationalwirtschaft notwendiger Industriezweige wurde nicht ins Auge gefasst. Das von US-amerikanischen Wirtschaftsexperten konzipierte Entwicklungsmodell weist der Tür-

kei im System der internationalen Arbeitsteilung den Rang eines *Lieferanten wertvoller Rohstoffe* und landwirtschaftlicher Erzeugnisse sowie eines *Abnehmers vorgefertigter* und nur noch zur Endmontage bestimmter *Güter* zu. Diese Montagebetriebe, deren Abhängigkeit von den Zulieferern im Ausland bestimmt wird, beschäftigen sich hauptsächlich mit der Produktion langlebiger Konsumgüter wie Elektrogeräte der Unterhaltungsbranche. Um aber den Absatz zu garantieren, musste ein potentielles Käuferarsenal geschaffen werden. Was war da leichter, als dabei auf «bewährte Werbestrategien» der US-amerikanischen Konsumgesellschaft zurückzugreifen und sich des geradezu idealen neuen Mediums Rundfunk/Fernsehen als Multiplikator zu bedienen!

Eintritt der Türkei ins Fernsehzeitalter

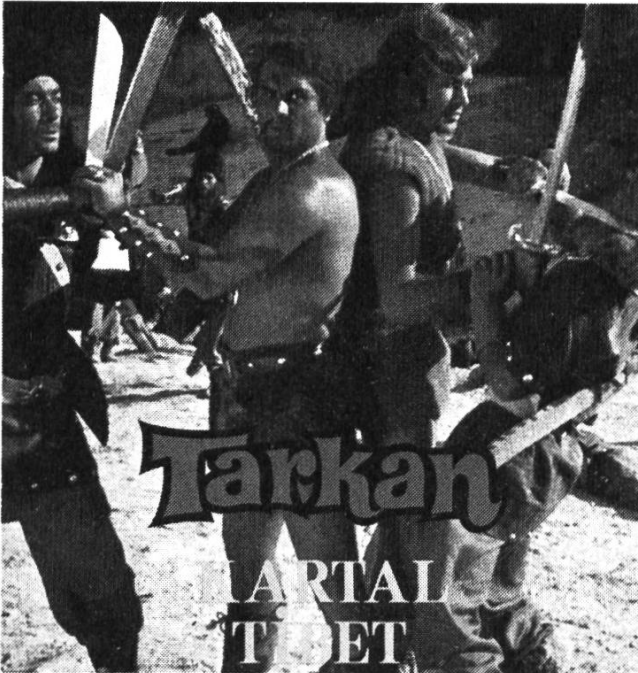
Eine ähnliche Labilität, wie sie sich in der gesamten politischen und ökonomischen Entwicklung des türkischen Staates offenbart, prägt auch das Tauziehen um die Einführung des Fernsehens. Überdeutlich wird dabei die ausgeprägte *Abhängigkeit vom jeweiligen politischen Kräfteverhältnis*. Als die Konservativen in den fünfziger Jahren das Sagen hatten, wurde der Aufbau eines nationalen Rundfunksystems forciert. Schon 1952 wurde an der Technischen Universität Istanbul mit einer versuchsweisen Ausstrahlung von Fernsehprogrammen begonnen. Dieser Schritt erfolgte fast parallel zum Eintritt der Türkei in das westliche Militärbündnis und zu einem Zeitpunkt, als die USA nach dem Debakel in Korea auf der Suche nach neuen «Partnern» waren und ihre ideologischen Einflüsse auf die Türkei auszuweiten versuchten.

Die Anstöße zur Einführung des Fernsehens kamen weniger von seiten der Regierung als von den grossen Elektrokonzernen. Sie konnten die amtierende Menderes-Regierung bewegen, 1955 eine Fernsehstudienkommission beim Generaldirektorat für Presse und Funk einzurichten, deren Aufgabe zunächst darin bestand, über verschiedene Modelle amerikanischen Strickmusters zu befin-

den. Dass die Einführung eines *privatwirtschaftlich organisierten Rundfunks verhindert* werden konnte, ist Resultat des Machtwechsels vom 27. Mai 1960. Die neuen Machthaber erkannten, dass ihr nationales Fernsehen unweigerlich dazu verurteilt gewesen wäre, «bezüglich der technischen Ausstattung jahrelang, wenn nicht auf immer vom amerikanischen Markt abhängig zu sein, wichtiger noch, dass mit dem amerikanischen Kapital zweifellos die Übernahme eines Fernsehbetriebes amerikanischen Musters, einer Programmphilosophie amerikanischen Typs einhergegangen wäre» (vgl. dazu Semih Tugrul: *Türkiye de Radyo ve Televizyon Olaylari*, Istanbul 1975, S. 147).

Schien mit dieser Entscheidung offensichtlich eine Abkehr vom US-amerikanischen Mediendiktat gelungen, so erfolgte der Aufbau des türkischen Fernsehsystems dennoch mit fremder *Hilfe*, nämlich jener *der Bundesrepublik Deutschland*, die immer mehr in die Rolle der USA schlüpfte und deren Funktion übernahm. «Den Kern der zukünftigen Fernsehanstalt bildet ein Ausbildungszentrum, dessen Einrichtung in einem Abkommen über technische Hilfe zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der türkischen Regierung vom 9. April 1963 vereinbart worden war. Das Abkommen umfasst als Leistung der deutschen Seite die Lieferung und Montage einer *Studioeinrichtung* sowie eine zehnmönatige *Ausbildung* von 12 türkischen Rundfunktechnikern und -programmkräften beim *Norddeutschen Rundfunk* in Hamburg» (vgl. dazu Ingo Bierschwale: *Fernsehen in der Türkei seit 1968*, unveröffentlichtes Manuskript, Berlin 1979).

Aber erst eineinhalb Jahre nach diesem Abkommen wurde die *Türkische Rundfunk- und Fernsehgesellschaft (TRT)* am 24. Dezember 1963 nach dem Vorbild des öffentlich-rechtlichen Systems *gegründet*. Auf eine erste kontinuierliche, wenn auch räumlich und zeitlich stark begrenzte Fernsehversorgung um Ankara, mussten die Türken allerdings weitere fünf Jahre warten. Die neuen Machthaber wollten zwar offiziell von dieser technischen Errungenschaft nicht Abstand



nehmen, doch war sie ihnen nicht wichtig genug, dass sie die nötigen Mittel zur Verfügung stellten.

Erst ein erneuter Regierungswechsel zu Gunsten der konservativen Gerechtigkeitspartei leitete den Umschwung und damit den «unaufhaltsamen Aufbau» eines Fernseh- und Hörfunknetzes ein. Für die *Realisierung eines landesweiten Netzes* war der Zeitraum von drei Planperioden vorgesehen. Dieser Beschluss war für die multinationalen Elektrokonzerne von immenser Bedeutung, denn die Türkei musste die gesamte elektronische Ausrüstung einführen. Davon profitierten auch deutsche Konzerne. Schon 1972 verpflichtete sich die Bundesrepublik im Rahmen eines Abkommens zwischen der deutschen und der türkischen Regierung über technische Zusammenarbeit, bei der Erweiterung der Sendeanlagen in Istanbul und Izmir die technische Ausrüstung bereitzustellen und die Montage zu übernehmen. Im Laufe der Zeit gesellten sich weitere vertragliche Verpflichtungen hinzu, wie die Installation eines kompletten Farbfernsehstudios durch «Studio Hamburg». Diese «entwicklungspolitische Hilfestellung» der BRD führte dazu, dass die Türkei sich schliesslich für die Einführung des PAL-Systems entschied.

Ministerpräsident Demirel rechtfertigte die rasche *Einführung des Fernsehens* mit dem Hinweis auf den «hohen erziehe-

rischen Wert des Fernsehens in einem Wirtschaftssystem, das auf der Entscheidungsfreudigkeit und dem Wettstreit des einzelnen beruht». In Wirklichkeit dürften eher andere *Interessen* den Ausschlag gegeben haben: Die internationalen Elektrokonzerne versuchten, neue Absatzgebiete zu erschliessen, und die nationalen Konsumgüterfabrikanten wollten mit dem neuen Medium um potentielle Kunden für ihre Luxusgüter werben. Hinzu kam die Einsicht der Regierenden und ihrer ausländischen «Partner», dass durch eine gezielte Nutzung des neuen Mediums zur politischen Beeinflussung und Lenkung oppositionelle Strömungen im Volk auf Dauer unterdrückt werden können. Erreicht werden sollte dies durch den Einsatz von Werbung, wobei man sich westlicher Vorbilder bedienen wollte, sowie durch die Übernahme von US-amerikanischen Soap-operas und billigsten europäischen Unterhaltungsklamotten, die dem Volk Orientierungspunkte entsprechend dem «way of life» moderner Industrienationen bieten sollten.

Fernsehen als bevorzugter Werbeträger

Dem Fernsehen als Werbeträger kommt schon bald eine herausragende Rolle zu. Es wurde erkannt, dass in einem Land, in dem noch annähernd die Hälfte der Bevölkerung Analphabeten sind, die audiovisuellen Medien von grosser Bedeutung sind. Die Branchen, die sich der Fernsehwerbung bedienen, sind ihrer prozentualen Gewichtung nach: Banken/Versicherungen, Nahrungsmittel, Wasch- und Reinigungsmittel/Kosmetika, Textilien, wonach mit grösserem Abstand die Autoindustrie und die Hersteller dauerhafter Konsumgüter wie Haushaltgeräte und Produkte der elektronischen Unterhaltungsindustrie folgen.

So umstritten die Werbung im allgemeinen auch sein mag, so wäre sie gerade noch erträglich, wenn sie den Seh- und Lebensgewohnheiten des Publikums angepasst wäre. Davon aber kann in der Türkei nur bedingt die Rede sein. Sicherlich stellen nationale Fabrikanten auch ihre eigenen Spots her, aber darüber hin-

aus gibt es viele Direktübernahmen von Werbeagenturen der westlichen Industrienationen. Man stelle sich nur die Lören in der Seifenreklame von «Lux» vor. Welchen Eindruck muss diese «erotisierende Frau» in dem schön gekachelten Luxusbad auf all jene Zuschauer hinterlassen, die im völlig unterentwickelten und halbfeudalen Kurdenland täglich um ihr nacktes Dasein und blosses Überleben ringen. Demgegenüber wirkt der meilenweite Camel-Marsch für viele Nomadenkulturen geradezu lächerlich. Und schliesslich der Spot mit der vollautomatisierten Einbauküche, zu der der Kühlschrank ebenso gehört wie der Geschirrspüler und der Waschvollautomat – und das vor dem Hintergrund, dass heute in der Türkei ein hoher Prozentsatz der arbeitsfähigen Bevölkerung sich als Saisoniers im Ausland mit Minimallöhnen verdingen muss oder aber völlig arbeitslos ist.

Die meisten ausländischen Werbespots sind in den USA produziert und fast ausschliesslich «auf die Marktbedürfnisse der Hersteller von Verbrauchsgütern» (vgl. Herbert I. Schiller: *Entwicklungsländer unter dem Einfluss kapitalistischer Medienproduktion*; in: *Gesellschaftliche Kommunikation und Information*, Band 2, Frankfurt 1973, S. 718) zugeschnitten. «Das Programm-Material wird besonders darauf zugerichtet, das Massenpublikum von den Annehmlichkeiten des Konsumentenstatus in Abhängigkeit zu halten. Ironischerweise verlieren sogar die Werbespots im Fernsehen, die selbst sehr stark zu standardisiertem Verhalten beitragen, ihre nationale Identität und Individualität» (ebenda).

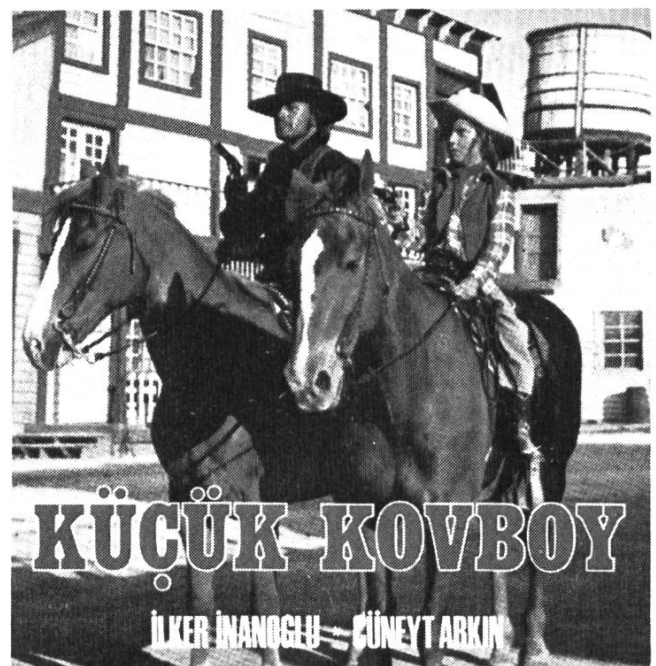
US-amerikanische Soap-Operas – Seife in türkischen Hirnen

Nachdem sich die Türkei einmal für die Einführung des Fernsehens entschlossen hatte, musste sie ein Programmangebot zur Verfügung stellen. Da die Fernsehspielproduzenten mit den gleichen ökonomischen Schwierigkeiten konfrontiert waren wie ihre Kollegen von der Kinoindustrie, folgten sie deren Vorbild und öffneten ausländischen Programmanbie-

tern Tür und Tor. Und wiederum waren es die Vereinigten Staaten, die sich als wichtigster Handelspartner anboten. Für H. Schiller steht fest, dass ein Entwicklungsland, das sich einmal in diesen Mechanismen des Fernsehbetriebes verfangen hat, rasch zu einem Vehikel für das ausserhalb des Landes produzierte Material wird, «dessen Inhalte und Formen, wenn nicht schädlich, so doch irrelevant für die Entwicklungsorientierung des Landes sind», denn «sie (die Filme) repräsentieren Vorstellungen und Lebensformen, die sich mit den gesellschaftlichen Notwendigkeiten der meisten armen Länder überhaupt nicht vereinbaren lassen» (H. Schiller, *Entwicklungsländer...*, S. 715 und 719).

Um den Stellenwert ausländischer Produktionen im Fernsehprogramm aufzuzeigen, sei auf einige Daten aus dem Jahre 1979 verwiesen. Damals machten Fernsehserien und Spielfilme 33 Prozent des gesamten Programmangebotes aus, und davon waren vier Fünftel ausländische Produktionen (28 Prozent des Gesamtprogramms). Nach eigenen Beobachtungen dürfte der Anteil an eingekauften Fremdproduktionen in den letzten Jahren noch zugenommen haben.

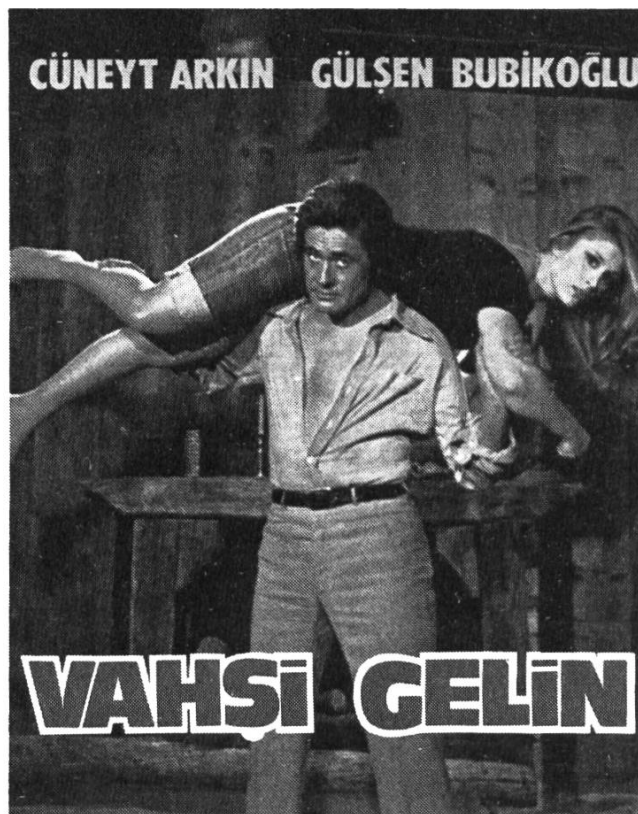
Auch in der Türkei wurde Mitte der siebziger Jahre erkannt, dass die Dominanz ausländischer Fernsehprogramme schwerwiegende Folgen hat, denn «das



türkische Fernsehen ist, ohne zu wollen, zum Gehilfen einer landesweiten Verbreitung fremder Kulturelemente geworden» (vgl. Cumhuriyet, 29. November 1976). Von der Idee, sich vom Import ausländischer Erzeugnisse auf längere Sicht unabhängig zu machen, davon war allerdings an keiner Stelle und von keiner politischen Seite die Rede. Vielleicht sind die Gründe für diese Halbherzigkeit darin zu suchen, dass die Regierenden die Einschätzung teilen, «dass die Ausstrahlung ausländischer Produktionen politisch weniger verhänglich ist, da sie keinen Bezug zu den innergesellschaftlichen Vorgängen haben» (vgl. Bierschwale, Fernsehen in der Türkei, S. 65). Welche unmittelbaren politischen Folgen sollten denn auch Serien wie «Bonanza», «Die Waltons», «The Little House in the Prairie» haben? Immerhin beachtlich ist, dass «Holocaust», obwohl schon 1979 angekauft und schon mehrmals in den Programmzeitschriften angekündigt, immer wieder vom Spielplan abgesetzt wurde.

Dallas ist überall

Welche Folgen die Ausstrahlung ausländischer Fernsehserien haben kann, soll an einem erlebten Fall exemplarisch veranschaulicht werden. Die Serie «Dallas» wurde auch von der Türkei eingekauft. Der Serienbeginn lag dort um einige Zeit vor dem in der BRD. Bei dem Besuch einer türkischen Mutter in Westberlin ereignete sich folgendes: Die Kinder waren schon geraume Zeit von Zuhause ausgewandert und hatten zum Teil schon die Bindung zu ihrer südtürkischen Heimat verloren. In Westberlin aber hatten sie wegen ihrer immensen Sprachschwierigkeiten noch keinen Anschluss finden können. Unter diesem Vorzeichen stand auch der Besuch der Mutter. Ein Gespräch kam nur schwer in Gang. Den türkischen Sehgewohnheiten entsprechend, lief bei dem Zusammensein meistens das Fernsehen. So auch während der «Dallas-Zeit». Und da begann das Eis zu brechen. Die Mutter war nämlich über die Familiengeschichte von J. R. bestens informiert, da sie ja die türkisch synchro-



Die Bilder zu den türkischen Trivialfilmen sind dem Prospekt einer Firma entnommen, welche den bundesrepublikanischen Markt mit bespielten Videokassetten beliefert.

nisierte Fassung gesehen hatte. Ihre Tochter aber konnte wegen ihrer Sprachschwierigkeiten dem Bildschirmgeschehen in der ARD nur oberflächlich folgen. Diese Lücke konnte die Mutter füllen. In Kurzform liess sie alles Vorangesehene Revue passieren, erklärte den Verlauf des gerade Gezeigten. Dasselbe wiederholte sich an den drei folgenden Besuchswochen. Vor ihrer Abreise konnte die Mutter noch die nächsten Folgen im voraus kommentieren.

Nicht die Probleme, die die Familie in der Türkei hatte, standen zur Diskussion, geschweige denn die verschärften politischen Verhältnisse, noch die Schwierigkeiten der Tochter in Berlin, sondern das Wohlbefinden der «Dallas-Familie», das darüber hinaus auch noch für Konfliktstoff sorgte: Die Mutter war mit vagen Vorstellungen des american way of life angereist und wollte die soziale Lage ihrer eigenen Familie als Gastarbeiter nicht wahrhaben; sie sprach die Schuld deren «Trägheit» zu.

Umkehr nicht in Sicht

Viele blockfreie Länder versuchen seit ein paar Jahren, sich vom Medienimperialismus und von der «elektronischen Invasion aus den USA» zu befreien. Dieser Schritt wäre auch für die Türkei wünschenswert, doch müsste sie dazu ihre Abhängigkeit von den westlichen «Partnern» und dem Militärbündnis unweigerlich lösen. Gegenwärtig dürfte das Illusion bleiben, denn zu diesem Schritt wäre eine Regierung vonnöten, der an nationaler und kultureller Identität auf der Basis gesellschaftlichen Fortschritts zum Wohl der ganzen Bevölkerung gelegen wäre.

Aber selbst unter einer anderen Regierung, die sich an dem Gemeinwohl der ganzen Bevölkerung orientiert und sich den blockfreien Staaten anschliessen wollte, dürften ein Ausscheren oder nur ein teilweises Lösen aus dem festen Zugriff der Fremdbestimmung durch die westlichen Industrienationen kaum gelingen. Inzwischen sind die entstandenen Abhängigkeiten in allen gesellschaftlichen Bereichen zu stark. Alleine die finanziellen Verbindlichkeiten zu internationalen westlichen Banken liessen solch einen Schritt kaum konkret werden, da der Staatsbankrott damit vorprogrammiert wäre.

Es ist zu befürchten, dass sich die Einflussnahme westlicher Medienexporteure noch verstärken wird. Die Einführung des Satellitenfernsehens steht unmittelbar bevor. Sicherlich könnten sich die Länder der Dritten Welt – auch die Türkei – anfangs noch gegen die Flut von mehr Programmen zur Wehr setzen. Bleibt nur abzuwarten, wie lange dieser Widerstand bestehen kann, zumal auch zu befürchten ist, dass die traditionelle Entwicklungshilfe oft in Verbundpaketen angeboten wird: Zu den überlebensnotwendigen Hilfeleistungen wird ein Quantum neuerer Medientechnologie verkauft.

Im Falle der Türkei ist gegenwärtig jedoch davon auszugehen, dass sie sich gar nicht gegen diesen Technologietransfer sperren wird, sondern der guten Beziehungen wegen die notwendigen Empfangsanlagen rasch installieren lassen wird – dies

auf die Gefahr hin, dass die finanziellen Ausgaben ein weiteres Loch in den Haushalt reissen werden, was sich in einschneidenden Kürzungen im Sozialetat niederschlagen wird. Dietrich Klitzke

Evangelisches Zentrum für entwicklungsbezogene Filmarbeit

EZEF. Zur Förderung der entwicklungsbezogenen Bildungsarbeit wurde Ende letzten Jahres das «*Evangelische Zentrum für entwicklungsbezogene Filmarbeit*» (EZEF) in Stuttgart eingerichtet. Aufgabe dieser Stelle ist es, bei der Förderung von Filmen und audio-visuellen Medien mitzuwirken, die über die Lage der Dritten Welt und ihre Beziehungen zu den reichen Industrieländern aufklären wollen. Die neue Fachstelle, zu deren Aufgabe auch die Anregung und Beratung von Fernsehproduktionen gehört, ist angegliedert an die Kirchliche Film-Verleih-Organisation «Matthias Film», Stuttgart.

Die Notwendigkeit diese Fachstelle einzurichten, ergibt sich aus der immer umfangreicher werdenden Produktion von Filmen zur Dritten Welt, die von kirchlichen und staatlichen Stellen sowie den Fernsehanstalten hergestellt werden und der Beratung und Koordination bedürfen, um die vorhandenen finanziellen Mittel wirksam einzusetzen. Ausserdem soll die Bereitschaft in einzelnen Ressorts der Fernsehanstalten, z.B. den Kinder- und Jugendredaktionen gestärkt werden, sich dieser Thematik anzunehmen. In Kooperation mit unterschiedlichen Fortbildungsträgern sollen Redaktionen, Filmverleiher, Medienproduzenten in ein Gespräch über Medien aus und über die Dritte Welt gebracht werden.

Das EZEF ist die jüngste von dreizehn Fachstellen der entwicklungsbezogenen Bildungsarbeit, die vom Ausschuss für entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik (ABP) des Kirchlichen Entwicklungsdienstes (KED), gefördert werden. Die neue Stelle, die auch Arbeitshilfen für die Vorführung der Medien in Gemeinden und Erwachsenenbildung erstellen soll, wurde besetzt mit *Friedemann Schuchardt* (35).