

## *Uyum statt entegrasyon?*

### Zur Europa-Ausgabe der türkischen Zeitung *Hürriyet*<sup>1</sup>

#### 1 Integrationsfördernd oder -hemmend? Die *Hürriyet*-Kontroverse

Die türkische Tageszeitung *Hürriyet* [Die Freiheit] steht seit einer Reihe von Jahren immer wieder im Zentrum von Auseinandersetzungen über die Rolle der fremd- und besonders der türkischsprachigen Medien bei der Integration von Migranten in der Bundesrepublik. Dabei ging es in der Vergangenheit oft um den Vorwurf, die *Hürriyet* hetze gegen einzelne Personen, sowohl gegen Deutsche ohne Migrationshintergrund – wie den Journalisten Klaus Bednarz, den Kommunalpolitiker Herbert Schmalstieg oder den Orientalisten Udo Steinbach – als auch gegen Türken bzw. türkischstämmige Deutsche wie die Anwältin Seyran Ates, die Autorin Necla Kelek oder den Abgeordneten Cem Özdemir. Hintergrund für die z.T. gerichtlich festgestellten Diffamierungen dieser „Türkenfeinde“ bzw. „Verräter“ waren und sind dabei in der Regel nationalistische Motive, wobei sich drei kritische *Topoi* aufzeigen lassen: Die Angegriffenen hatten 1. die Leugnungsstrategie der Türkei in Bezug auf den Völkermord an den Armeniern im Osmanischen Reich oder 2. die fortgesetzte Unterdrückung der Kurden in der heutigen Türkei oder 3. verbreitete Gewalt gegen Frauen – von der „Zwangshe“ bis zum „Ehrenmord“ – unter den in Deutschland lebenden Türken bzw. Türkischstämmigen kritisiert.

Vielfach wird aber auch grundsätzlicher Kritik an der *Hürriyet* geübt. So wurde die Berichterstattung der Zeitung 2008 nach einem Wohnhausbrand am 3. Februar in Ludwigshafen, bei dem neun türkische Bewohner ums Leben gekommen waren, Gegenstand des Medienjournalismus: In einer umfangreichen Kampagne hatte die Zeitung es als erwiesen hingestellt, dass es sich um einen türkenfeindlichen/rassistischen Mordanschlag gehandelt habe, und den deutschen Behörden ziemlich deutlich Türkenfeindlichkeit und resultierendes Desinteresse an Personenrettung und Brandbekämpfung (Feuerwehr) bzw. Täterermittlung (Polizei) unterstellt; in der Folge wurde diese

---

1 Bei der Auswertung der Zeitungen haben dem Autor mehrere aus der Türkei stammende Kollegen Hilfestellung geleistet; namentlich genannt sei Yılmaz Erşahin (Wuppertal), dem der Autor zu großem Dank verpflichtet ist.

Berichterstattung auf zahlreiche weitere Brände meist unbekannter Ursache ausgedehnt, bei denen von Türken bewohnte oder benutzte Gebäude betroffen waren. Tatsächlich wurde die kampagnenartige Anschlagsbehauptung der *Hürriyet* durch die Ermittlungen in Ludwigshafen, zu denen auch von der türkischen Regierung entsandte Experten zugezogen wurden, faktisch widerlegt (vgl. exemplarisch Drieschner 2008).

Allgemeiner stellt sich vielen journalistischen Beobachtern die Frage nach der Wirkung der *Hürriyet*-Berichterstattung auf Integration bzw. Integrationsbereitschaft der in Deutschland lebenden Türken. Zugespitzt: Nützt die *Hürriyet* (-Lektüre) oder schadet sie, fördert sie die Integration in Deutschland oder hemmt sie diese (oder, so könnte man ergänzen, ist sie einfluss- bzw. folgenlos)?

*Hürriyet* steht dabei vielfach *pars pro toto* für die in Deutschland genutzten türkischen Medien überhaupt (vgl. den Beitrag von Harald Bader im vorliegenden Band), wohl weil das Blatt das in Deutschland auflagenstärkste türkische Organ und seit vielen Jahren kontinuierlich hierzulande präsent ist, auch sehr umfangreich über Deutschland berichtet (siehe unten). *Hürriyet* steht hier also vielfach in der Kritik für Dinge, die nicht *Hürriyet*-spezifisch sind, sondern für türkische Medien in Deutschland allgemein bzw. für türkische Medien überhaupt gelten.

Zum großen journalistischen Interesse an der *Hürriyet* kontrastiert ein auffälliges Defizit an kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Die Europa-Ausgabe der *Hürriyet* – denn um diese Ausgabe geht es hier – ist nur selten Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen gewesen. Die Methodik ist dabei zum Teil kursorisch-impressionistisch, oder aber die *Hürriyet* ist nur ein Randthema der Untersuchung. Neuere Studien sind besonders rar. Wegen der Sprachbarriere haben meist türkische Medienkenner (Aktan 1979, Acikalın/Klitzke 1980, Ates 2000, 2002) oder aber Turkologen bzw. außerhalb der Kommunikationswissenschaft tätige Wissenschaftler (Binswanger 1981, 1983, Scharlipp 1984, Kleff 1989, Wengenroth 1990; derzeit läuft eine Untersuchung des Gießener Turkologen Kirchner) die betreffenden Texte verfasst (beide Gruppen sind in Zentrum für Türkeistudien 1988, Cryns 1991 mehrfach vertreten), die institutionalisierte deutsche Kommunikationswissenschaft fehlt dagegen weitgehend.<sup>2</sup>

Eine Ausnahme bildet die Untersuchung von Berghaus et al. (1993), bei der deutsche Kommunikationswissenschaftler von türkischen Hilfskräften unterstützt wurden; auch hier ist es ein Nicht-Kommunikationswissenschaftler,

2 Nur bedingt als Ausnahme gelten kann die (von Roegele betreute) Münchner Dissertation von Aktan (Aktan 1979), in der die *Hürriyet* eine Rolle spielt; siehe auch Karacabey 1996.

der die Zeitungsbeschreibung lieferte (Scheinhardt 1993). Bezeichnenderweise wurde dieser Band, der sich auf ein Sample von 1992 bezieht, noch 2000 einem Beitrag (Staab 2000) in einem einschlägigen Sammelband zugrundegelegt, da zwischenzeitlich nichts Vergleichbares erschienen war. Band und Beitrag beziehen sich im Übrigen hauptsächlich auf Fernsehnachrichten, von *Hürriyet* wurde nur, wie auch vom damaligen Hauptkonkurrenten *Tercüman* [Der Übersetzer], zu Vergleichszwecken die Titelseite herangezogen (Sample acht Tage).

Man kann so vielleicht ohne Übertreibung sagen, dass die Inhalte von *Hürriyet* bisher trotz verstärkter, aber meist eklektischer Übersetzungstätigkeit – nach dem *Türkischen Pressespiegel* des Journalisten Karl Binswanger nun zum Beispiel durch die *EuroPress* von Ali Yumuşak, einem früheren *Hürriyet*-Redakteur – in der deutschen Gesellschaft und der deutschen Kommunikationswissenschaft kaum bekannt sind.

Der vorliegende Beitrag soll daher zweierlei leisten. Er soll zum einen in kurzer Form ein Porträt der Zeitung geben. Im Anschluss daran sollen auf der Grundlage konzeptioneller Überlegungen in Anlehnung an das theoretische Modell medialer Integration bei Geißler/Pöttker 2005 einige Aspekte inhaltsanalytisch untersucht werden, die dazu dienen können, die Frage nach der Wirkung von *Hürriyet* in Bezug auf Integration wenn nicht zu beantworten (denn Medienwirkungsforschung bleibt ohnehin denkbar schwierig, ist aber durch eine Inhaltsanalyse allein natürlich keinesfalls zu leisten), so doch zu präzisieren.

Eine Wirkungsstudie, die nachweist, dass der Konsum bestimmter türkischer Medieninhalte die Integration kausal behindert – oder auch fördert –, steht in weiter Ferne und müsste ein ganz anderes methodisches Design aufweisen.

## 2 Kurzporträt der *Hürriyet*

Die Zeitung *Hürriyet* wurde in İstanbul von Sedat Simavi gegründet; die erste Ausgabe erschien am 1. Mai 1948. Nach dem Tod des Zeitungsgründers 1953 übernahmen seine Söhne Haldun und Erol Simavi die Zeitung, ab 1971 Erol allein. Die Zeitung wurde 1994 in einer Liquiditätskrise günstig von Aydın Doğan, dem Besitzer des Doğan-Konzerns, übernommen, der jedoch die Lizenz der Europa-Ausgabe bis zum 31. Dezember 1999 bei Simavi beließ; vgl. „*Hürriyet (gazete)*“ 2008; „Sedat Simavi“ 2008; Hermann 2000, 2006.

Zu Doğans milliardenschwerem Mischkonzern gehören auch zahlreiche nicht-Medien-Unternehmen; an Medien beherrscht die Doğan Medya Grubu = Doğan Media Group neben *Hürriyet* weitere Tageszeitungen, darunter

*Milliyet* [Die Nation] und die auch in Deutschland verbreitete Fußballzeitung *Fanatik* [Der Fan]; mehrere Dutzend Zeitschriften; Buchverlage; eine eigene Nachrichtenagentur *Doğan Haber Ajansı* (DHA) [Doğan-Nachrichten-Agentur]; einige Radio- und vor allem mehrere Fernsehsender, so *Kanal D* (in Deutschland: *Euro D*), *Star TV* und *CNN Türk* (Ates [Ateş] 2002; Bonstein 2003; Hermann 2006).

Die Auflage der *Hürriyet*, die täglich (sieben Tage die Woche und auch an Feiertagen) erscheint, beträgt bei erheblichen Schwankungen – Abonnements von Zeitungen sind ganz unüblich; da fast alle Titel (eine Ausnahme ist zum Beispiel *Zaman* [Die Zeit]) vor allem im Einzelverkauf abgesetzt werden, kommt es zu einem ständigen Auf und Ab, was auch die Auflagenkontrolle erschwert – in der Türkei zuletzt knapp 600.000 („Auflagen der türkischen Zeitungen“ 2007), womit *Hürriyet* beständig zu den größten Titeln gehört. In der Türkei existieren zahlreiche Regionalausgaben. Der Hauptteil umfasst circa 30 Seiten, der Regionalteil weitere 20, dazu kommen noch Beilagen. Es gibt jeweils einen sehr umfangreichen Wirtschafts- und Sportteil und viele Seiten Anzeigen, darunter auch jeweils mehrere Seiten Klein- und Familienanzeigen.<sup>3</sup>

Neben dem Zeitungstitel prangt ein stilisierter Kopf des Begründers der Republik Türkei, Mustafa Kemal Atatürk, vor einer wehenden türkischen Flagge und dem Motto der Zeitung, einem Zitat des Staatsgründers: *Türkiye Türklerindir* [Die Türkei (gehört) den Türken].<sup>4</sup> Alle Seiten mit Ausnahme einiger Kleinanzeigenseiten sind durchgängig bunt; große Überschriften und zahlreiche oft großformatige Bilder prägen die Optik des Blattes.

Ab 1964 wurde die Zeitung per Flugzeug auch in die Bundesrepublik geliefert, für die schnell wachsende Zahl türkischer Gastarbeiter. Ab 1971 wurde die Zeitung auch in Deutschland gedruckt, in einer eigenen Deutschland- bzw. Europa-Ausgabe (Busse 2002), heute mit Hauptsitz in Mörfelden-Walldorf bei Frankfurt. In Deutschland werden offenbar circa zehn Redakteure beschäftigt, dazu zahlreiche freie Mitarbeiter (Rasche 2005; vgl. auch die An-

3 Grundlage der hier genannten ungefähren Angaben ist die Regionalausgabe Ege (İzmir mit Çanakkale, Balıkesir, Manisa, Uşak, Aydın, Denizli und Muğla), Sample 06.-12.08.2007.

4 Dies ist auch vor dem historischen Hintergrund zu sehen, dass das Osmanische Reich unter anderem durch die so genannten „Kapitulationen“ vor 1914 zur Halbkolonie europäischer Mächte herabgesunken war und 1918-20 (Friedensvertrag von Sèvres) von den Siegermächtern die weitgehende Zerstückelung der heutigen Türkei betrieben wurde (u.a. griechische Invasion 1919-22), was erst durch einen von Atatürk siegreich geführten Krieg und den folgenden Vertrag von Lausanne (1923) abgewendet wurde. Neben diesem defensiven Hintergrund des Mottos gibt es aber auch einen gegen die ethnischen Minderheiten der Türkei gerichteten.

gabe von „18 Journalisten“ bei Schneider/Arnold 2004: 249). Der Kaufpreis für das Blatt beträgt je 1 Euro.

Die verkaufte Auflage der *Hürriyet*-Europa-Ausgabe betrug im 3. Quartal 2007 montags bis samstags durchschnittlich 48.682, davon 35.910 in Deutschland; sonntags lagen die Werte bei 30.393 (Europa insgesamt) und 23.662 (Deutschland). Die Druckauflagen lagen deutlich höher, montags bis samstags in Europa insgesamt bei 101.905. Der Anteil der Abonnements betrug montags bis samstags 742, sonntags nur 169, es wurden also werktags nur etwa 2 Prozent und sonntags nur 1 Prozent der verkauften Exemplare im Abonnement (Lieferung durch die Deutsche Post) abgesetzt, die überwältigende Mehrheit der Stücke dagegen im Einzelverkauf, der in Kooperation mit den 20.000 Verkaufsstellen des Springer-Konzerns (Hermann 2000) erfolgt (alle Daten nach Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern 2007: 52). Die in Deutschland verkaufte Auflage ist damit weiterhin rückläufig: Betrug sie montags bis samstags im I. Quartal 2005 noch 52.031, so im I. Quartal 2007 41.353, im III. wie gezeigt nur noch 35.910. Freilich liegt die Anzahl Leser pro gekaufter Zeitung in Deutschland bei 5,6 (I. Quartal 2007), sodass die verkaufte Auflage in Deutschland täglich (außer sonntags) rechnerisch gut 230.000 Leser erreicht. Der weiteste Leserkreis liegt bei fast 600.000 (Angaben – Auflagen nach IVW – in *Hürriyet* 2005, *Hürriyet* 2007).

Die Europa-Ausgabe lässt sich am Beispiel einer konkreten Ausgabe (die Seitenzahlen schwanken nur geringfügig) so charakterisieren:

- Seite 1 dient als Schaufenster. Sie enthält niemals abgeschlossene Artikel, sondern ausschließlich Anreißer, das heißt alle Themen, die auf Seite 1 behandelt werden, werden auf anderen Seiten oder in Beilagen, auf die jeweils konkret verwiesen wird, weiterbehandelt. Manchmal beziehen sich fast alle diese Anreißer auf Deutschland bzw. Europa, manchmal nur wenige.
- Seite 2 – *TV-Magazin-Röportaj* [TV-Magazin-Reportage] – bringt die Programme von derzeit elf türkischen Fernsehsendern, die per Satellit in Deutschland empfangen werden können, mit dem Doğan-Sender *Euro D* an der Spitze, gefolgt von *TRT Int*, nebst einer Vorschau auf eine konkrete Sendung des betreffenden Tages. Die übrigen Artikel auf der Seite befassen sich mit Unterhaltungsgrößen, in der Regel ohne Deutschlandbezug.
- Seite 3 enthält Redaktionstelefonnummern (fünfmal Türkei plus Frankfurt) und eine Wetterkarte Europas, auf der Deutschland hervorgehoben ist, von der Türkei dagegen nur der äußerste Nordwesten mit Istanbul zu

sehen ist. Die Artikel auf dieser Seite beziehen sich in der Regel auf die Türkei (Vermischtes, unter anderem Kriminalfälle).

- Seite 4 – *İnsan* [Mensch] – befasst sich mit der Türkei.
- Seite 5 enthält eine ganzseitige (türkische) Anzeige von Lidl.
- Die Seiten 6 bis 10 – *Gündem* [Tagesordnung] befassen sich mit der Türkei, ebenso die Seite 11 – *Toplum* [Gesellschaft].
- Die Seiten 12 bis 14 – *Ekonomi* [Wirtschaft] – befassen sich mit Wirtschaftsthemen, weltweit, aber mit klarem Schwerpunkt Türkei; Deutschland kommt kaum vor, dann meist in Verbindung mit der Türkei (zum Beispiel Eröffnung von Märkten in der Türkei durch den deutschen Konzern Metro).
- Die Seiten 15 bis 18 – *Hürriyet Avrupa* [*Hürriyet* Europa] bzw. *Avrupa gündemi* [Europa-Tagesordnung] – enthalten ausschließlich Artikel, die von der Europa-Redaktion in Frankfurt bearbeitet wurden und sich auf Europa (ohne Türkei) beziehen.
- Seite 19 – *Basından seçmeler* [wörtl. *Auslesen vom Druck*, das heißt Presse-schau] – enthält ausführliche Kommentare, die mehrheitlich aus anderen Periodika entnommen werden, zum Teil aber auch von *Hürriyet*-Mitarbeitern (auch aus der Europa-Redaktion) stammen; Deutschland ist gelegentlich ein Thema.
- Seite 20 – *Kadın ve Yaşam* [Frau und Leben] – enthält ein Kochrezept, das Horoskop, die islamischen Gebetszeiten, ein Kreuzworträtsel sowie die Frage- und Antwort-Kolumne einer „Briefkastentante“, Güzin Ablâ [Ablâ = ältere Schwester] mit Fax- und E-Mail-Adresse in der Türkei.
- Seite 21 – *Dünya* [Welt] – enthält vermischte Nachrichten aus aller Welt, vielfach mit Türkei-Bezug.
- Seite 22 ist die Rätsel-Seite, die Seiten 23-24 enthalten Kleinanzeigen.
- Die Seiten 25 bis 29 – *Süperspor* [Supersport] befassen sich ganz überwiegend mit Fußball (international und vor allem türkisch), nennenswert sonst noch mit Kampfsportarten (Boxen etc.).
- Seite 30 enthält vermischte Nachrichten aus aller Welt und jeweils ein Foto eines in Dessous oder Bademode mäßig verhüllten weiblichen Modells.

Beilagen:

- Dienstags: *Türk mutfağı* [Türkische Küche] als Zeitschriften-Supplement

- Freitag: *Young Hürriyet* (2 Seiten in deutscher Sprache)
- Freitag: *Hürriyet NRW* (6 Seiten, davon 1 Seite Sport)<sup>5</sup>
- Samstag: *Cumartesi* [Samstag] (12 Seiten)
- Sonntag: *Pazar* [Sonntag] (8 Seiten Rätsel im halben [Tabloid-]Format)

Insgesamt umfasst die Europa-Ausgabe von *Hürriyet* so circa 230 Seiten (ohne Zeitschriftensupplements, Werbeeinleger etc.) wöchentlich, von denen circa 4,5 täglich (*Hürriyet Avrupa* plus halbe Titelseite) = 31,5 wöchentlich plus *Young Hürriyet* (2) und *Hürriyet NRW* (6) plus die Hälfte von *Cumartesi* (6) = 14, insgesamt also circa 45,5 Seiten, von der Europa-Redaktion in Deutschland redaktionell erstellt werden, also etwa ein Fünftel des Gesamtumfangs.

Die übrigen circa 25 Seiten täglich stellen eine Verkleinerung der circa 30 überregionalen Seiten der Türkei-Ausgabe dar (weniger und andere Anzeigen, dadurch Umbau des Layouts, Verkürzung von Artikeln, Verkleinerung der Fotos).

Die *Hürriyet* stellt damit, wie schon an anderer Stelle erwähnt, eine hybride Form dar; sie ist kein bloßes Auslandsmedium, da von den zahlreichen Printmedien in aller Welt, die außerhalb ihres Hauptsitzlandes vertrieben werden, nur sehr wenige auch nur annähernd einen solchen Anteil ihres Umfangs in einem anderen Land redaktionell erstellen. Was hier geschieht, geht weit über die übliche Zulieferung durch Auslandskorrespondenten hinaus. Gleichzeitig ist *Hürriyet Avrupa* aber auch nicht, wie beispielsweise die serbischsprachige Zeitung *Vesti* [Nachrichten] in Bad Vilbel im Kreis Friedberg oder die russischsprachigen Zeitungen *Rejnskaja gazeta* [Rheinische Zeitung] in Essen oder *Zemljaki* [Landsleute] und *Evropa-ekspres* [Europa-Express] in Berlin oder die italienische Zeitschrift *Corriere d'Italia* [Italien-Kurier] in Frankfurt eine Druckschrift, die von Angehörigen der betreffenden Minderheit in Deutschland für Angehörige der betreffenden Minderheit gemacht wird, sondern eben eine ungewöhnliche Mischform aus vier Fünfteln Auslandsmedium und einem Fünftel Minderheitenmedium, wobei sich die eingangs geschilderten Kontroversen fast immer auf dieses „fünfte Fünftel“ beziehen.

Die Anzeigen der Europa-Ausgabe zeigen einige Auffälligkeiten. Der Anzeigenumfang ist insgesamt deutlich geringer als in der Türkei-Ausgabe. Es dominieren sehr weitgehend Anzeigen türkischer Firmen aus Deutschland, an deutschen Firmen sind fast ausschließlich die Discounter vertreten, regelmäßig Lidl (oft ganzseitig) und Kik (meist in Form von Einlegern/Flyern). Relativ häufig erscheinen Anzeigen deutscher Institutionen (Arbeitsagentur, Kampagnen der Polizei gegen häusliche Gewalt etc.), in türkischer Sprache. Todes- und

---

5 Sitz dieser Lokalredaktion ist Köln.

Familienanzeigen fehlen fast völlig. Enthalten sind dagegen Anzeigentypen, die in seriösen deutschen Tageszeitungen meist fehlen, für den Boulevard und kostenlose Anzeigenblätter dagegen typisch sind: Bordell-Anzeigen, Anzeigen zur Hilfe bei der „Medizinisch-Psychologischen Untersuchung“ (also dem so genannten „Idiotentest“ nach Führerscheinverlust, meist wegen Alkohol- bzw. Drogenproblemen).

Die genannten Quellen der *Hürriyet* sind fast ausschließlich eigene Mitarbeiter oder die konzerneigene Agentur *DHA*. Andere Agenturen werden in der Regel nicht genannt, viele offensichtlich von Nachrichtenagenturen stammende Texte bleiben ungekennzeichnet.

Das Layout der *Hürriyet* ist ausgesprochen unruhig, geprägt von viel Farbe sowie zahlreichen Fotos und riesigen Überschriften, die vielfach dem Stil der *Bild*-Zeitung ziemlich genau entsprechen, zum Beispiel mit Imperativen im Titel wie „Schäm Dich, SPD!“

Damit ist die durchaus kontrovers diskutierte Frage nach einer Einordnung der *Hürriyet* in die Zeitungslandschaft bzw. einer Typbestimmung zu stellen.

Zahlreiche angesprochene Aspekte belegen die Nähe der *Hürriyet* zu deutschen Straßenverkaufs- bzw. Boulevard-Zeitungen wie *Bild* oder *Express*: Zu nennen sind der ganz überwiegende Absatz im Straßenverkauf; aus dem resultierenden Verkaufsdruck heraus zu erklären das beschriebene Layout mit riesigen Überschriften/vielen Bildern/viel Farbe; der reißerische Stil vieler Texte und Überschriften; die Präsentation von leicht bekleideten weiblichen Models; die Anzeigen für Discount-Produkte, besonders aber für Bordelle; die herausgehobene Bedeutung des Sports unter Konzentration auf die besonders massentauglichen Disziplinen; das gänzliche Fehlen eines Kultur- bzw. Feuilleton-Ressorts. Wer also in der deutschen Zeitungswelt die nächste Entsprechung zur *Hürriyet* sucht, der wird sie in der *Bild*-Zeitung finden.

Dennoch ist die *Hürriyet* nicht die *Bild*-Zeitung; denn es gibt auch Aspekte, die einer deutschen Boulevard-Zeitung absolut nicht entsprechen. Da ist zunächst der weitaus größere Umfang von täglich 30 Seiten (plus Beilagen), zudem in größerem Format als im deutschen Boulevard, und der resultierende höhere Preis von 1 Euro. Da ist weiter der beachtliche Anteil der Wirtschaftsberichterstattung, ganz klassisch: Börsen- und Unternehmensberichterstattung, eher aus Investor- denn aus Verbrauchersicht (siehe unten); und da ist schließlich der hohe Anteil an Meinungsjournalismus. Die *Hürriyet* druckt an keinem Tag weniger als (und oft deutlich mehr als) zehn Meinungsartikel, das heißt meist Kommentare oder Mischformen mit kommentierendem Gehalt. Diese Artikel sind zudem deutlich länger als der typische *Bild*-Kommentar; sie tragen in der Regel keine großen oder reißerischen Überschriften; sie sind in Kolumnen-Form wiedererkennbar, unter anderem durch das obligatorische kleine

Porträtfoto des Autors nebst Kontaktdaten (E-Mail-Adresse); sie sind sprachlich oft anspruchsvoller als die meisten übrigen Zeitungstexte; und sie decken zahlreiche, oft gegensätzliche Positionen ab, auch solche, die der redaktionellen Linie des Blattes nicht entsprechen, zum Teil in Form von Übernahmen aus anderen Blättern. Eine solche Vielfalt an oft auf durchaus gehobenem Niveau präsentierten Meinungen bietet in Deutschland meist nicht einmal die Qualitätspresse, offensichtliche Parallelen sind dagegen die *opinion columnists* der US-Qualitätspresse (*Washington Post*, *New York Times*, *Los Angeles Times* etc.) und im US-beeinflussten asiatischen Journalismus.

Es sind zweifellos solche Aspekte, auf die sich – durchaus nachvollziehbar – türkische Mitbürger beziehen, die, auf den der *Bild* ähnelnden Charakter der *Hürriyet* (und der meisten übrigen türkischen Zeitungen) angesprochen, diese Gleichsetzung vehement zurückweisen und in der *Hürriyet* eher eine Qualitätszeitung à la *Frankfurter Allgemeine* oder *Süddeutsche* sehen wollen. Tatsächlich hat die *Hürriyet* in dieser Form, wie dargestellt, trotz überwiegender Parallelen zur Boulevardpresse keine echte Entsprechung in der deutschen Zeitungslandschaft.

### 3 *Hürriyet* und Integration

Im Folgenden sollen verschiedene Aspekte dargestellt werden, die für Integration relevant sind. Das Sample umfasst vier „künstliche Wochen“ (28 Ausgaben) aus dem Jahr 2007; erfasst wurden insgesamt 910 Artikel mit Bezug auf Deutschland.

#### 3.1 *Hürriyet* und der türkische Verbraucher in Deutschland: außer Schminktipp (fast) nichts zu holen

In den vergangenen Jahren hat sich in der wissenschaftlichen Journalistik, der Journalistenausbildung und der Praxis der Zeitungen in Deutschland das Prinzip des Nutzwertjournalismus etabliert, das heißt der Leser als Verbraucher soll im redaktionellen Teil – also abgesehen vom Anzeigenteil und seinem entsprechenden Nutzen – Artikel finden, die ihm im Lebensalltag im engeren (durchaus pekuniären) Sinne *nützlich* sind. Angesprochen ist hier vor allem das Wirtschaftsressort. Viele Zeitungen haben Verbraucher-, Ratgeber- oder Service-Seiten sowie Beilagen zu speziellen Verbraucherthemen eingeführt, aber auch die Spalten des eigentlichen Wirtschaftsressorts geöffnet. Wo früher meist Unternehmensberichterstattung dominierte, wird der Leser heute – realistischer – auch hier nicht hauptsächlich als Aktieninvestor, sondern zuneh-

mend als Arbeitnehmer und (Einzelhandels-)Kunde angesprochen, dem Hilfestellung bei Entscheidungen um den Kauf von Waren und Dienstleistungen geleistet werden soll.

Die türkische Bevölkerung in Deutschland ist mutmaßlich in dreifacher Hinsicht auf solche Hilfestellung besonders angewiesen. Zum ersten ist die Sozialstruktur der türkischen Bevölkerung vergleichsweise ungünstig, mit niedrigen Einkommen und Vermögen und geringer Erwerbsbeteiligung bei schlechter formaler Bildung etc.; zum zweiten ist für einen erheblichen Teil der türkischen Bevölkerung durch Sprachbarrieren mancherlei Information schwer zugänglich; und zum dritten hat die türkische Bevölkerung neben den allgemeinen oft spezifische Probleme, die sich beispielsweise aus dem Ausländerrecht ergeben.

Vor diesem Hintergrund war eine Ausgangshypothese der Untersuchung, dass *Hürriyet* zur Leser-Blatt-Bindung in erheblichem Umfang Service-Berichterstattung einsetzen würde. Hintergrund hierfür war auch, dass die russischsprachige Presse in Deutschland außerordentlich serviceorientiert ist; es gibt hier mit *Voprosy i otvety* [Fragen und Antworten] sogar eine ganze Zeitschrift (im Verbund der *Zemljaki*), die sich nur Service-Themen widmet, die aber in allen russischsprachigen Medien häufig auftauchen, indem – stets deutschland-spezifisch – Fragen gestellt und beantwortet werden, die sich zum Beispiel auf das Miet- und Arbeitsrecht, auf private Verkäufe, auf Selbstständigkeit, geringfügige Beschäftigung oder auf Versicherungen und Geldanlagen aller Art beziehen.

Diese Hypothese hat sich nicht bestätigt: *Von den 910 deutschlandbezogenen Artikeln konnten nur vier (!) dem Nutzwert-Journalismus zugerechnet werden.* Alle vier Artikel fanden sich dabei in der *Young Hürriyet*; sie gehören zur wöchentlichen Kolumne „Keinen Ausbildungsplatz gefunden?/Wir helfen euch!“ In dieser Kolumne wurden und werden ausbildungsbezogene Leserfragen beantwortet, und zwar von Fachleuten der Agenturen für Arbeit, der Industrie- und Handelskammern sowie der Handwerkskammern.

Nicht als nutzwertbezogen aufgenommen wurden dagegen die sehr häufigen) Schmink- und Lifestyle-Tipps (meist ohnehin ohne Deutschlandbezug); auch wurden Artikel nicht aufgenommen, in denen beispielsweise geschildert wird, wie einem türkischen Studenten das BAFÖG verweigert wurde, sofern nicht deutlich wird, wie ein Antragsteller seine Chancen auf BAFÖG verbessern kann bzw. Hilfestellung beim Antrag erfolgt.

Fazit: Die *Hürriyet* bietet ihren Lesern trotz angenommenen großen Bedarfs so gut wie keine Tipps für den optimalen Umgang mit Firmen und Behörden. Türkische Leser, die sich für eine Riester-Rente oder einen Bausparvertrag interessieren, die Probleme mit ihrer Duldung oder auch nur ihrem Mietvertrag haben, müssen auf sachkundige Beratung anderswo hoffen.

3.2 Türkenfreunde und Türkenfeinde

Bei den deutschlandbezogenen (910) Artikeln wurden drei Gruppen unterschieden:

- 1. Artikel, bei denen nur türkische Handlungsträger beteiligt sind.
- 2. Artikel, bei denen nur deutsche Handlungsträger beteiligt sind.
- 3. Artikel, bei denen türkische und deutsche Handlungsträger beteiligt sind.

| Handlungsträger im weiteren Sinne    |     |       |
|--------------------------------------|-----|-------|
| nur Türken (inkl. Türkischstämmige)  | 246 | 27,0% |
| nur Deutsche (ohne Türkischstämmige) | 261 | 28,7% |
| Türken und Deutsche                  | 403 | 44,3% |

Abbildung 1: Handlungsträger der deutschlandbezogenen Artikel (n = 910)

Dabei ist zu beachten, dass die Artikel mit ausschließlich deutschen Beteiligten fast durchweg kurz sind; nach einem dichotomen Schema (kurz/lang), wie es sich etwa auch bei Berghaus et al. (1993) findet, und das mit „kurz“ etwa eine Kurzmeldung von maximal 20 Druckzeilen bewertet, ergibt sich:

| Handlungsträger im weiteren Sinne | lang | %     | kurz | %     |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| nur Türken                        | 199  | 80,9% | 47   | 19,1% |
| nur Deutsche                      | 23   | 8,8%  | 238  | 91,2% |
| Türken und Deutsche               | 339  | 84,1% | 64   | 15,9% |

Abbildung 2: Artikellängen nach Handlungsträgern (n = 910)

Interessant sind also grundsätzlich a) die türkische Community bzw. b) türkisch-deutsche Interaktion.

Dabei wurde jeweils eine zugehörige Hypothese untersucht:

- H<sub>1</sub>) Artikel, bei denen nur türkische Handlungsträger beteiligt sind, dienen der Stärkung der eigenen Identität. Die Handlungsträger werden positiv beurteilt.
- H<sub>2</sub>) Artikel, bei denen nur deutsche Handlungsträger beteiligt sind, befassen sich nicht mit Politik und Wirtschaft, sondern eher mit „Vermischtem“ (Kriminalität, Unglücksfälle, Kuriosa, Showbusiness inkl. Profisport).
- H<sub>3</sub>) In Artikeln, bei denen türkische und deutsche Handlungsträger beteiligt sind, werden die türkischen Handlungsträger durchweg positiv beurteilt.

Interagieren die deutschen Handlungsträger positiv mit diesen, teilen/ unterstützen sie zum Beispiel deren Position, werden sie ebenfalls positiv beurteilt – Muster „Türkenfreund“, *Türk dostu*. Gibt es Differenzen/ Konflikte gleich welcher Art, erscheint die türkische (und gegebenenfalls die türkenunterstützende deutsche) Seite als völlig im Recht, die deutsche Gegenseite – Muster: „Türkenfeind“, *Türk düşmanı* – als völlig im Unrecht.<sup>6</sup>

Die Hypothese 1 konnte weitgehend bestätigt werden.

|                                         |     |       |
|-----------------------------------------|-----|-------|
| alle türkischen Handlungsträger positiv | 232 | 97,2% |
| teils positiv, teils negativ            | 4   | 1,6%  |
| alle türkischen Handlungsträger negativ | 3   | 1,2%  |

Abbildung 3: Bewertung türkischer Handlungsträger in Artikeln mit ausschließlich türkischen Beteiligten (n = 246)

Bei den negativ bewerteten Handlungsträgern handelt es sich in der Hauptsache um Kriminelle.

Auch Hypothese 2 konnte in der Hauptsache bestätigt werden.

|                   |     |       |
|-------------------|-----|-------|
| kein Politikbezug | 237 | 90,8% |
| Politikbezug      | 24  | 9,2%  |

Abbildung 4: Politikbezug in Artikeln mit ausschließlich deutschen Beteiligten (n = 261)

Verstärkt wird das Ergebnis noch dadurch, dass alle politikbezogenen Artikel als „kurz“ codiert wurden und viele vergangenheitsbezogen waren (zum Beispiel Jahrestag Barschel-Selbstmord, Gedenken an Mauer-Opfer).

Hypothese 3 konnte ebenfalls bestätigt werden. Denkbare Gegenbeispiele wären beispielsweise

- ein Artikel, in dem eine türkische Familie mit der Schule wegen Gewalttätigkeiten ihres Sohnes im Clinch liegt (türkisch-deutscher Gegensatz) und Verständnis für die Position der Schule deutlich wird;
- ein Artikel, in dem ein von Türken bewohntes Haus gebrannt hat, die Bewohner einen ausländerfeindlichen Hintergrund behaupten, den die

6 Varianten des Türkenfeindes sind der *Türke düşmanı* [Türkischfeind, d.h. Feind der türkischen Sprache] und der *Türkiye düşmanı* [Türkeifeind]. Diese Begriffe tauchen auch *expressis verbis* im Blatt auf, meist in der abgeschwächten (da nicht unmittelbar personenbezogenen) Version mit *düşmanlık* [Feindschaft], also *Türk düşmanlığı*, *Türke düşmanlığı* und *Türkiye düşmanlığı*.

Polizei ausschließt (türkisch-deutscher Gegensatz) und Verständnis für diese letztere Position geäußert wird.

Solche Artikel erscheinen in der *Hürriyet* nicht: Bei deutsch-türkischen Konflikten hat die türkische Seite immer Recht, sie ist stets Opfer, nie wirklich Täter, selbst in Fällen, wo diese Konstruktion nur schwer vorstellbar scheint.<sup>7</sup>

Die Dichotomie ist jedenfalls willkommen: Es gibt nach *Hürriyet* keine deutsche legitime Kritik an türkischen Positionen, weder im Kleinen (individuelles Verhalten) noch im Großen (Demokratie, Rechtsstaat, Menschenrechte).

|                                                                                       |     |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|-------|
| Deutscher Handlungsträger unterstützt türkische Position, wird positiv bewertet       | 171 | 42,4% |
| Deutscher Handlungsträger unterstützt türkische Position nicht, wird negativ bewertet | 297 | 73,7% |

Abbildung 5: Bewertung deutscher Handlungsträger in Artikeln mit deutsch-türkischer Interaktion (n = 403; beide Positionen in einem Artikel möglich, daher Summe >403!)

Auffällig ist weiter, dass deutsche Institutionen sehr negativ dargestellt werden, insbesondere die Polizei, aber auch viele andere Behörden (Schulämter etc.); deutsche Politiker, die sich energisch für türkische Interessen einsetzen, sind dagegen meist selbst türkischstämmig (67 von 81 Fällen, 82,7%).

Hier wird ein dichotomes Bild gezeichnet von deutschen Behörden und Politikern, die türkenfeindliche Amtshandlungen verüben, woran sie türkenfreundliche (meist selbst türkischstämmige, in der Regel den Bündnisgrünen, der Linkspartei oder der SPD angehörige) Politiker und gegebenenfalls sonstige deutsche Freunde (oft Lebensgefährtinnen) nicht hindern können. Die Türken erscheinen hier durchweg als Opfer.

Positiv bewertet werden Multikulti-Aktivitäten aller Art; hier erscheinen dann auch Behörden positiv, sofern sie solche initiieren oder unterstützen.

3.3 *Uyum* und *entegrasyon*, Fördern und Fordern

Kai Biermann eröffnete in der *Zeit* seinen Bericht über das Treffen der Regierungschefs Erdoğan und Merkel mit dem Satz: „Nicht immer, wenn zwei

7 Das gilt selbst in extremen Fällen, wie ein Fall zeigt, der sich nach dem Sample ereignete. Der Türke, der in der Münchner U-Bahn einen deutschen Rentner fast tötete, wird in der *Hürriyet* vor allem als Justizopfer dargestellt, der eine weitere Chance verdient habe, schon aus Gründen der Reziprozität, da die Türkei Marco W. ja auch freigelassen habe.

das Gleiche wollen, ist es bekanntlich dasselbe.“ Und weiter: „In dem Gespräch [...] adressierte letztlich jeder seine Botschaften nur an die Gegenseite.“

Tatsächlich ist auch bei einer Auswertung der *Hürriyet* in Bezug auf „Integration“ stets zu fragen, was damit gemeint ist. Die Zeitung setzt sich stets „für Integration“ ein – was aber ist damit gemeint?

Ein erster Fingerzeig ist – *Nomen est omen* – der benutzte Begriff. In der Zeitung wird, wie auch ganz allgemein in der türkischen Debatte, stets von *uyum* gesprochen, nie von *entegrasyon*, obwohl dieses Wort sehr wohl existiert. *Uyum* aber bedeutet nicht „Integration“ (das wäre ja eben *entegrasyon*), sondern „Harmonie“, was nun einmal etwas anderes ist, aber viel über das Idealbild der türkischen Seite verrät.<sup>8</sup> Es ist das friedliche Nebeneinander, bestenfalls Miteinander, ein statischer Zustand, nicht aber ein dynamischer Prozess des Aufeinanderzugehens, bei dem es auf Seiten der Minderheit, aber auch der Mehrheit, zu komplexen Vorgängen der Akkulturation (hauptsächlich seitens der Minderheit) und Akkomodation (hauptsächlich durch die Mehrheit) kommen muss. So wie viele Deutsche normativ ein Assimilationsgebot aussprechen möchten, so sprechen viele Türken normativ ein Assimilations- und sogar Akkulturationsverbot aus, das in Erdogans umstrittener Rede in Köln, aber eben auch schon im Begriff *uyum* zum Ausdruck kommt.

Im Sample wurden 83 Artikel gefunden, die den Begriff *uyum* benutzen und sich mehr oder minder intensiv damit befassen. In diesen Artikeln wurden zahlreiche konkrete Forderungen an die deutsche Seite gestellt (Ausländerwahlrecht, doppelte Staatsbürgerschaft, Rücknahme von Zuzugsbeschränkungen (Ehegattennachzug), Freizügigkeit, EU-Beitritt, staatliche Gründung oder Bezuschussung türkischer Institutionen in Deutschland, Verzicht auf Kürzung staatlicher Leistungen trotz ungenügender Deutschkenntnisse etc., aber keine einzige Gegenleistung angeboten oder irgendeine Einschränkung als sinnvoll akzeptiert, ähnlich wie keine Einzelfallentscheidung einer deutschen Behörde gegen eine türkische Familie oder Person vor den Augen der *Hürriyet* Gnade findet (siehe oben). Die *Hürriyet* will umfassende Förderungen, aber keinerlei Forderungen der deutschen Seite: Für *Hürriyet* ist *uyum* etwas, wofür ausschließlich die deutsche Seite verantwortlich ist.

Die *Hürriyet* ist zunächst einmal ein Wirtschaftsbetrieb. Ziel der Redaktion muss es sein, dass ihre Zeitung am Kiosk, wo sie immerhin einen Euro kostet, Tag für Tag von möglichst vielen Lesern gekauft wird (woran dann indirekt auch die Anzeigenerlöse hängen). Integration oder überhaupt gesellschaftliche Zielsetzungen können nur nachrangig sein. Somit ist die Versuchung groß, als

8 Das gilt auch für offizielle Bezeichnungen; Maria Böhmer und Armin Laschet sind für *Hürriyet* wie für türkische Medien allgemein *uyum bakani*, „Harmonieminister“, der Integrationsgipfel der *uyum zirvesi*, „Harmoniegipfel“ und so weiter.

„Verteidiger des Türkentums“ in jedem Konflikt die türkische Partei mit Verve zu ergreifen – bzw. immer dann, wenn der „Frame“ Diskriminierung/Türkenfeindlichkeit beim besten Willen nicht greift, die Berichterstattung ganz zu unterlassen. Langfristig aber dürfte die Art der Berichterstattung den Leserinnen und Lesern mehr schaden als nützen, indem es Integration – hier zunächst einmal im Sinne von Informiertsein über die deutsche Gesellschaft – eher behindert als fördert.

## Literatur

- Acikalin, Mehmet [= Mehmet Açıkalin]/Klitzke, Dietrich (1980): Zeitungen und Zeitschriften. In: Klitzke, Dietrich (Hrsg.): Das Medienangebot für die Bevölkerung aus der Türkei in Berlin (West). Berlin, S. 67-79.
- Aktan, Mehmet (1979 [1984]): Das Medienangebot für die ausländischen Arbeitnehmer in der Bundesrepublik Deutschland. Untersucht am Beispiel türkischsprachiger Zeitungen und Hörfunksendungen. München.
- Ates, Seref [= Şeref Ateş] (2002): Welches Bild verbreiten türkische Medien von der deutschen Gesellschaft? In: Becker, Jörg/Behnisch, Reinhard (Hrsg.) (2002): Zwischen Autonomie und Gängelung. Türkische Medienkultur in Deutschland II. Rehburg-Loccum, S. 79-94.
- Ates, Seref [= Şeref Ateş] (2000): Die deutsch-türkischen Beziehungen in der türkischen Presse. In: KAS-Auslandsinformationen Jg. 16, H. 7, S. 32-62.
- Berghaus, Margot/Staab, Joachim Friedrich/Hocker, Ursula (1993): Türkische Nachrichten in Deutschland. Eine Inhaltsanalyse der türkisch-sprachigen Abendnachrichten von „Inter Star“, „Tele On“ und „TRT International“ sowie der Titelseiten der Tageszeitungen „Hürriyet“ und „Tercüman“. Ludwigshafen.
- Binswanger, Karl (1983): Das Deutschlandbild der türkischen Presse. In: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik, Jg. 3, H. 3, S. 128-131.
- Binswanger, Karl (1981): Anatoliens Stimmen im fernen Land. Eine vergleichende Bestandsaufnahme der türkischen Presseorgane in der Bundesrepublik Deutschland. In: Zeitschrift für Kulturaustausch Jg. 31, H. 3, S. 307-311.
- Bonstein, Julia (2003): Über diese Brücke musst du gehen.../Seit die Türkei Mitglied der EU werden möchte, bemüht sich das Massenblatt „Hürriyet“ auch mit deutschsprachigen Seiten um Integration In: *Süddeutsche Zeitung*, 08.08.2003.

- Busse, Eva: Dankeschön, Deutschland!/Die mächtige türkische Zeitung „Hürriyet“, die früher als integrationsfeindlich galt, schlägt nun versöhnliche Töne an. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 10.01.2002.
- Cryns, Manfred (Bearb.) (1991): Zum Integrationspotential der türkischen Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen.
- Drieschner, Frank (2008): Die Feuermelder. Wie die türkische Zeitung „Hürriyet“ unter Deutschlands Einwanderern die Angst vor rechter Gewalt schürt. In: *Die Zeit*, 03.04.2008.
- Hermann, Rainer (2006): Der türkische Medienzar/Aydin Dogan schaffte den Aufstieg vom Autohändler zu einem der mächtigsten Männer des Landes. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.11.2006.
- Hermann, Rainer (2000): Machtwechsel bei der „Hürriyet“ in Europa//Lizenzen übergegangen/Junge Journalisten gesucht/Gespräch mit Chefredakteur und CEO Ertugrul Özkök. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 07.01.2000.
- Hürriyet* (2005): Mediadaten. Anzeigenpreisliste Nr. 37. Gültig ab Januar 2006. Online unter: <http://www.hurriyet.com> [Stand: 06.03.2007].
- Hürriyet* (2007): Mediadaten. Anzeigenpreisliste Nr. 38. Gültig ab Januar 2008. Online unter: <http://www.hurriyet.com> [Stand: 02.07.2008].
- „Hürriyet (gazete)“. Online unter: [http://tr.wikipedia.org/wiki/H%C3%BCrriyet\\_\(gazete\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/H%C3%BCrriyet_(gazete)) [Stand: 30.06.2008].
- Karacabey, Makfi (1996): Türkische Tageszeitungen in der BRD. Rolle-Einfluß-Funktionen. Eine Untersuchung zum Integrationsverständnis türkischer Tageszeitungen in der BRD. Frankfurt a.M.
- Kleff, Hans-Günter (1989): Die ‚Deutschen‘ in türkischen Tageszeitungen – eine Untersuchung am Beispiel der Europa-Ausgaben von HÜRRIYET und TERCÜMAN. In: *Deutsch lernen* Jg. 14, H. 1, S. 34-63.
- Rasche, Uta: Unfaire Berichterstattung/Türkische Autorinnen fühlen sich von der Deutschland-Ausgabe der Zeitung „Hürriyet“ verfolgt. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 13.04.2005.
- Scharlipp, Wolfgang (1984): Aufmachung, Inhalt und Sprache der türkischen Tageszeitungen in Deutschland. In: Brandt, Claus-Peter (Hrsg.): *Begegnung mit Türken. Begegnung mit dem Islam*. Hamburg, S. 213-219.
- Scheinhardt, Hartwig (1993): Charakterisierung der Tageszeitungen. Beobachtungen zur Struktur und Organisation der herangezogenen türkischen Tageszeitungen „Hürriyet“ und „Tercüman“ aus dem Zeitraum vom 13. bis 19.10.1992. In: Berghaus, Margot/Staab, Joachim Friedrich/Hocker, Ursula (1993): *Türkische Nachrichten in Deutschland. Eine Inhaltsanalyse*

der türkisch-sprachigen Abendnachrichten von „Inter Star“, „Tele On“ und „TRT International“ sowie der Titelseiten der Tageszeitungen „Hürriyet“ und „Tercüman“. Ludwigshafen, S. 107-112.

Schneider, Beate/Arnold, Anne-Katrin (2004): Türkische Journalisten in Deutschland. Zwischen Integration und Bewahrung. In: Neubert, Kurt/Scherer, Helmut (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen. Konstanz, S. 245-263.

„Sedat Simavi“. Online unter: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sedat\\_Simavi](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sedat_Simavi), [Stand: 30.06.2008].

Staab, Joachim Friedrich (2000): Türkische Fernsehnachrichten in Deutschland im Herbst 1992. Ein inhaltsanalytischer Vergleich von Inter Star, Tele On und TRT International mit den Titelseiten von Hürriyet und Tercüman. In: Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg Uwe (Hrsg.) (2000): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden, S. 219-231.

Wengenroth, Thomas (1990): Mittler zwischen zwei Welten. Zum Beispiel „Hürriyet“. Wie in Deutschland eine Zeitung für Türken entsteht. In: Artikel 5, H. 1/1990, S. 60-62.

Zentrum für Türkeistudien (Hrsg.) (1988): Die türkische Presse in der Bundesrepublik Deutschland und ihr Einfluß auf die Integration von Türken. Standpunkte und Analysen. Bonn.

