

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Güven BÜYÜKBAYKAL*

Zusammenfassung

Das Thema dieser Arbeit ist die Entwicklungen der schriftlichen Presse und der elektronischen Presse in der Türkei. Außerdem wurden die Veränderungen, die die Technologie gebracht hat, zu den Wirkungen in der schriftlichen und elektronischen Presse berührt.

Der Import von teurer und verschwenderischer Technologie, die Tatsache, dass die Erhöhung der Eingabepreise den Vertriebspreisen von Zeitungen nicht entgegenkommen konnte, und der sich mit den 80'igern beschleunigende Werbe-Promotionswettbewerb erhöhten die Gesteungskosten im Pressesektor und brachten das Monopol mit sich. Die Neigung zum Monopol wirkte negativ auf die Nachrichtenproduktion, -Verteilung und die Gedankenfreiheit; die Arbeitsbedingungen und die Beschaffenheitsrechte der Pressearbeiter wurden eingeschränkt.

Werbungen und unser Magazintage sind der Schwerpunkt der türkischen Presse. Exklusive – reiche Massen, Prominente, die man als 'Gesellschaftssahne' bezeichnet, Sänger und Sängerinnen die in Fernsehprogrammen berühmt wurden, und das private Leben von Entertainern haben einen großen Platz in der Presse. Nachrichten, die die Gesellschaft oder die Zukunft des Landes interessieren, können bewusst außer Acht gelassen werden und die Tagung besteht meistens aus Gerüchten mit vielen Bildern und großen Buchstaben, die überhaupt keinen Nachrichtenwert haben. Letztendlich sollte man Zeitungen zum lesen und nicht zum anschauen drucken. Eine Zeitung sollte nicht mit dem Fernsehen oder dem Internet konkurrieren sondern in ihrer eigenen Rennstrecke bleiben.

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

Die Türkei verfolgt auch im Bereich der elektronischen Presse die Entwicklungen auf der Welt von der Nähe. Als Werbemittel steigt die Bedeutung des Internets hinsichtlich Werbekosten von Tag zu Tag, und zwar auf der Welt und auf der Türkei. Internetanwender zeigen ein großes Interesse für Internetwerbungen.

Schlüsselwörter: Schriftliche Presse, elektronische Presse, Zeitung, Journalist

Türkiye’deki Yazılı Basının ve Elektronik Basının Genel Görünümü

Özet

Bu çalışmanın konusu Türkiye’de yazılı basında ve elektronik basındaki gelişmelerdir. Ayrıca teknolojinin getirdiği değişimlerin yazılı basın ve elektronik basındaki etkilerine değinilmiştir.

Pahalı ve savurgan teknolojinin ithali, girdi fiyatlarındaki artışın gazete satış fiyatlarını karşılayamaması ve 1980’lerle birlikte büyük hız kazanan reklam-promosyon yarışı, basın sektöründeki maliyetleri artırmış ve tekelleşmeyi beraberinde getirmiştir. Tekelleşme eğiliminin giderek yaygınlık kazanması haber üretimini, dağıtımını, söz-düşünce özgürlüğünü olumsuz etkilemiş, gazetecilerin çalışma koşulları ile basın çalışanlarının özlük haklarında daralma meydana gelmiştir.

Reklam ve magazin günümüz Türk yazılı basınının ağırlık noktasını oluşturmaktadır. Ayrıcalıklı-varlıklı çevrenin, ‘toplumun kreması’ denilen sosyete yıldızlarının, televizyonlardaki televole programlarında ün kazanmış ses sanatçılarının, showman’lerin özel yaşamları sayfalarda geniş yer bulmaktadır. Toplumun genelini ya da ülkenin geleceğini ilgilendiren önemli bir konudaki haber ve buna bağlı gelişmeler bilinçli olarak göz ardı edilebilmekte ve gündem haber değeri-önemi olmayan bol fotoğraflı, büyük puntolu dedikodu haberleriyle saptırılmaktadır. Sonuçta seyredilecek değil, okunacak gazete basılmalıdır. Gazete televizyonla ya da internetle yarışmak yerine, kendi kulvarında başarıyı hedeflemelidir.

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Türkiye elektronik basın konusunda da dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmektedir. İnternetin reklam mecralarından biri olarak toplam reklam gelirleri içindeki yeri ve önemi gerek dünyada gerekse Türkiye’de her geçen yıl artmaktadır. İnternet kullanıcıları, bu mecradaki reklamlara büyük ilgi göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yazılı basın, Elektronik basın, Gazete, Gazeteci

Einführung

Bevor wir den heutigen Zustand der türkischen schriftlichen und elektronischen Presse erörtern, sollten wir erst die erste Druckerei und die erste türkische Zeitung sowie die damaligen Bedingungen des ottomanischen Reichs vor der Ausrufung der Republik kurz erwähnen.

Die heutige Druckmaschine ist eine Erfindung des deutschen Johann Gutenberg, der 1440 in Mainz geboren wurde und den Grundstein für moderne Druckverfahren gelegt hat. Das erste Buch wurde 1444 gedruckt. “Aber die wahre Entstehung von befristeten Veröffentlichungen war erst zu Beginn des 17. Jh. möglich. In Anvers, Niederland wurde die erste regelmäßige Zeitung „Nieuwe Tydingen“ ab Mai 1605 veröffentlicht, welche nach den Behauptungen aus einem handelsüblichen Bulletin entstanden war” (Girgin, 2008:146). Andererseits wurde 1609 in Ausburg, Bremen die Zeitung ‘Avis Relation Oder Zeitung’ veröffentlicht.

Journalismus-Tätigkeiten im ottomanischen Reich begannen ca. zweihundert Jahre später als im Westen. Die erste türkische Zeitung im ottomanischen Reich wurde nach den Bedürfnissen und Wünschen der Herrschaft gegründet. Im Westen dagegen entstanden Zeitungen nach Wunsch und Bedürfnisse des Volkes. In diesem Sinne entstand die Presse bei den Ottomanen auf eine sehr unterschiedliche Weise als im Westen. “Bei den Ottomanen wurden besonders die ersten Zeitungen im Allgemeinen für die Bekanntgabe der Tätigkeiten der Regierung veröffentlicht... Da diese Zeitungen zu der Regierung und ihren Tätigkeiten widerstanden und neue Empfehlungen veröffentlichten, mussten die Regierung einige Maßnahmen treffen, was zu einer zwangsläufigen Zurückhaltung der Presse führte. In diesem Rahmen blieben Kontrollverfahren, Druckverfahren oder Zensuren auch in der

türkischen Presse ab der Veröffentlichung der ersten Zeitung „Takvim-i Vakayi“ in 1831 bis heute erhalten“ (Girgin, 2008:148).

Die türkische schriftliche Presse wurde nach der Ausrufung der Republik durch 5 wichtige Ereignisse im großen Maße beeinflusst. 1- Die Annahmen von Lateinbuchstaben durch die Buchstabenrevolution am 9 August 1928 2- Die Annahme von Zeilensetzmaschinen durch Druckerei vor dem 2. Weltkrieg (Linotype) 3- Die Änderung des Inhalts der Zeitungen: Führer dieser neuen Mentalität war die Hürriyet Zeitung. Der Grund für diese Änderung war die Veröffentlichung der erstmals am 1 Mai 1948 durch Sedat Simavi veröffentlichten Zeitung in Form einer Massenzeitung, die interessanten Nachrichten für weite Volksmassen und die vielen Bilder 4- Übergang zum Offset: Der Übergang zum Offset begann in 1960 wodurch man die Möglichkeit erhielt, farbige Zeitungen zu drucken. Dadurch wurde auch die Druckqualität vervollkommnet und die Druckzeit vermindert. Dementsprechend wurde die Zeitung Günaydın (gegründet durch Haldun Simavi in 1967) erstmals in Weboffsetanlagen farbig gedruckt. Die Zeitung Günaydın gilt als Führer der Boulevardzeitungen und überstieg in 1973 300.000 Auflagen 5- Die Computertechnologie: Die Anwendung von Computern bei der Vorbereitung von Zeitungen in den 80'igern verminderte die Vorbereitungszeiten zum Zeilensetzen und Drucken im großen Maß. In diesem Bereich begann Dinç Bilgin in der Zeitung Yeni Asır mit den ersten elektronischen Methoden.

Der Mord am allgemeinen Veröffentlichungsregisseur Herr Abdi Ipekci der Zeitung Milliyet am 1 Februar 1979 und die Änderung der Leitung der Zeitung ist ein wichtiger Wendepunkt für die türkische Pressegeschichte. Bis zu diesem Tag wurden im türkischen Pressesektor die Familiennamen und die Zeitungsnamen zusammen erwähnt. Der Boss war meistens zugleich auch der Chefredakteur seiner Zeitung. Einige Beispiele für Boss-Redakteure: Yunus Nadi (Cumhuriyet), Ali Naci Karacan (Milliyet), Sedat Simavi (Hürriyet) Şevket Bilgin (Yeni Asır). Ab den 80'igern übernahmen Kaufmänner, die in anderen Sektoren tätig sind, die türkischen Zeitungen. Z.B. übernahm der Geschäftsmann aus Zypern Herr Asil Nadir die Zeitungen Tan und Günaydın, die Geschäftsmänner Ömer Çavuşoğlu und Ahmet Kozanoğlu gründeten die Zeitung Güneş, der Geschäftsmann Bekir Kutmangil kaufte 1993 die Zeitungen Günaydın und Tan, der Geschäftsmann Mehmet Ali Yılmaz kaufte 1984 die Zeitung Güneş.

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Nach dem militärischen Eingriff am 12 September 1980 fanden einige fundierten Änderungen statt, daneben wurden auch die demokratischen Rechte und Unabhängigkeiten eingeschränkt oder komplett aufgehoben; der durch die militärischen Leitung auf die Presse ausgeübte Druck war sehr deutlich zu sehen. In dieser Zeit "wurde die Zeitung meistens durch das Standrecht manchmal aber auch direkt durch den die fünf Generale, besonders durch den Vorsteher des Rats, Herrn Kenan Evren, selbst überwacht. Zeitungen erhielten für Artikel die 'nicht gefielen' oft Mahnungen durch das Standrecht, manchmal wurde sie sogar stillgelegt. Manchmal wurden Redakteure, Chefredakteure usw. interniert, verhaftet und sogar verurteilt. Das Standrecht verpasste fast jeden Tag ein neues Veröffentlichungsverbot" (Kabacalı, 1990: 210). Folgende Ziffern sind hinsichtlich der Einflüsse des am 12 September 1980 stattgefundenen militärischen Eingriffs auf die Presse und die Zeitung sehr verblüffend:

"Die Summe der Haftzeiten, die man für Journalisten beantragte: 4000 Jahre
Die Summe der Haftzeiten die Journalisten erhielten: 3315 Jahre 6 Monate
Anzahl der Journalisten die in die Vollzugsanstalt geschickt wurden: 31
Anzahl der Journalisten von denen man Schadenersätze beantragte: 211
Die Schadenersatzsumme, die man von Journalisten beantragte: 12 Milliarden 848 Millionen Lira
Die Anzahl der Tage, an denen die Zeitungen wegen Verbot nicht veröffentlicht wurden: 300
Die Anzahl der eingereichten Klage für die 13 großen Zeitungen: 303
Vernichtete Zeitungen und Magazine: 39 Tonnen
Die Anzahl von Veröffentlichungen die zur Vernichtung gelagert wurden: 40 Tonnen
Die Anzahl von verbotenen Veröffentlichungen: 927
Die Anzahl von verbotenen Filmen: 189"(Söğüt, Dural&Demirhan, 1994,96).

Den Druck auf die Presse am 12 September 1980 konnte man auch durch folgende Information sehen: "Am 12 September wurden 4 Zeitungen (Demokrat, Aydınlık, Politika und Hergün) stillgelegt... Die Veröffentlichung von mehreren Zeitungen wurde für unterschiedliche Fristen eingestellt, z.B. die Milli Zeitung wurde 4 Mal für 72 Tage, die Cumhuriyet 4 Mal für 41 Tage, Tercüman 2 Mal für 29 Tage, Günaydın 2 Mal für 17 Tage stillgelegt " (Kabacalı, 1994: 335). "Das neue Modell Presse war nach dem 12. September

weit entfernt vom Volk und nicht mehr politisch, wodurch das Publikum sich von ihr trennte und sie nicht mehr unterstützte” (Gezgin, 1999:6).

Nach dem militärischen Eingriff am 12 September 1980 legte die Presse ihre Widerstandsfunktion beiseite und übernahm Magazinnachrichten, um das Publikum nicht vollständig zu verlieren. Die Spiegelung dieser Entwicklung ist heute noch deutlich zu sehen und setzt sich immer noch fort. Die Neoliberalisierungsphase, die in England mit Margaret Thatcher und in den USA mit Ronald Reagan begann, zeigte sich auch in der Türkei durch den damaligen Ministerpräsidenten Turgut Özal und die Türkei öffnete ihre Türen erstmals in dieser Zeit zur Welt. Mit der Unterstützung von Turgut Özal überstieg auch Asil Nadir in den Pressesektor, was für den Einstieg des großen Kapitals in den türkischen Pressesektor zusammen mit Aydın Doğan als Wendepunkt gilt. Auf diese Weise wurde die Journalist-Familien Tradition mit Simavi-Hürriyet, Karacan-Milliyet und Nadi-Cumhuriyet am Ende der 90’iger vernichtet. Andererseits hat die Zeitung Sabah hinsichtlich der Änderungen in der Türkei nach den 80’igern und den Aufstieg der Liberalen einen wichtigen Platz. “Sabah ist die Zeitung der aufsteigenden Sterne... Was waren diese aufsteigenden Sterne? Die Öffnung der Türe zur Welt, neoliberale wirtschaftliche Ideen, Liberalisierung im persönlichen Leben, Individuation, Neugier für Luxus, gusto...” (Şahin, 2008: 29).

Der Import von teurer und verschwenderischer Technologie, die Tatsache, dass die Erhöhung der Eingabepreise den Vertriebspreisen von Zeitungen nicht entgegenkommen konnte, und der sich mit den 80’igern beschleunigende Werbe-Promotionswettbewerb erhöhten die Gestehungskosten im Pressesektor und brachten das Monopol mit sich. Dieses Monopol (Intensivierung) im türkischen Sektor “führte zur Ausschaltung von kleinen und mittelständigen Veröffentlichungsorganen und zur unbeschränkten Herrschaft von Holdings...Das Monopolistkapital und die Holding sind abhängig zur Außenseite und haben Vorteile aus der IMF” (Topuz, 2003: 347-348). Denn Medienholdings können außer der IMF auch von der Weltbank und der europäischen Union Krediten einholen. Aus diesem Grund können sie nicht gegen diese Unternehmen und Anstalten veröffentlichen.

Die Neigung zum Monopol wirkte negativ auf die Nachrichtenproduktion, -Verteilung und die Gedankenfreiheit; die Arbeitsbedingungen und die Beschaffensrechte der Pressearbeiter wurden eingeschränkt. Die Erfordernisse des Gesetzes Nr. 212, welche den

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Beschaffenenrechten der Journalisten wurden durch die Arbeitgeber im Pressesektor nicht erfüllt und da auch keine Syndikate vorhanden waren, die als Ideenarbeiter im Sektor tätig sein würden, waren keine Sanktionskräfte und Verhandelsanteile gegenüber die Arbeitgeber mehr vorhanden.

“Große Presseunternehmen stellen nach der „Sportlichkeits-“ Vereinbarung untereinander entlassene Journalisten gegenseitig ein, auf diese Weise mussten die Journalisten entsprechend den Wünschen der Arbeitgeber arbeiten. Dieser Zustand war hinsichtlich der Syndizierung ein Vorteil für die Arbeitgeber” (Özgen, 2004: 79).

Da man heute in der Türkei “keine Möglichkeit hat die Arbeitsbeziehungen und Vergütungspolitik in Medienunternehmen zu erforschen (Informationsgeheimhaltung), hat dieser Zustand nach Informationen von inoffiziellen Kommunikationskanälen einen sehr willkürlichen und ausbeutenden Charakter. Während viele für niedrige Löhne arbeiten, erhalten einige offiziell einem niedrigen Lohn aber inoffiziell einen hohen Lohn per Hand. Diese Tatsache zeigt, dass bei Massenkommunikationsorganisationen die ethische Entbehrung unterstützt wird und dass keine Arbeitssicherheit vorhanden ist” (Erdoğan&Alemdar,2005:427).

All diese Entwicklungen führten zur Steigerung der beruflichen Grundsatzlosigkeit und der dadurch entstehenden Probleme in der türkischen Presse. Jedoch sollten eigentlich Journalisten, die ihre Berufsleben nach dem Syndikat und dem Gesetz Nr. 212 fortsetzen sollten, ihre beruflichen Grundzüge schützen, keine Nachrichten-Artikel ohne Inhalt an die Leser weiterleiten, das Ansehen ihres Berufs im Auge der Gesellschaft erhöhen, ein Beispiel für neue und junge Journalisten sein und die vorhandene Degeneration verhindern.

Man sieht, dass die Journalisten in der Türkei nur das Ziel haben, „die öffentliche Meinung zu steuern und sie selbst zu bilden“, wobei sie meistens die anderen Funktionen von Journalisten nicht berücksichtigen. Natürlich haben wir heute auch Reporter, für die ihre Berufsethik und ihre Grundzüge wichtig sind und die ihre berufliche Funktion erfolgreich erfüllen und die das einzige Ziel haben, die Gesellschaft zu informieren und ihnen die Wahrheit zu übertragen.

Nach dem Anblick der türkischen Presse hat auch die örtliche Pressetatsache eine andere Bedeutung. Nach der Pressegeschichte sieht man, dass viele der Zeitungen örtlichen Charakter hatten und sich mit der Zeit und parallel zu den wirtschaftlich – technologischen Entwicklungen national und sogar international – wie einige Zeitungen in Europa – entwickelt haben. Z.B.

machten viele nationalen türkischen Zeitungen ihre Verteilungsdienste außerhalb Istanbul erst nach den 60'igern.

Aber die allgemeinen Probleme der örtlichen Presse in der Türkei haben fast die gleichen Probleme wie die ausgebreitete (nationale) Presse. "Tatsachen, dass die Leserrate von Zeitungen nicht sehr hoch ist, man den Wünschen des Volks nicht entgegenkommen kann, ungenügende Auflagen, man von der Technologie nicht ausreichend profitieren kann, nicht qualifizierte Arbeiter beschäftigt, die Ausbildung der Mitarbeiter keine Bedeutung hat, man durch Magazinnachrichten und Promotionskampagnen Hoffnungen auf die Erhöhung der Verkäufe hat sind grundsätzliche Faktoren für die Verhinderung der Entwicklung und der Verbesserung der örtlichen Presse" (Girgin, 2001: 174-175).

Andererseits bestehen auch noch folgende Probleme: örtliche Seiten oder Anlagen von Zeitungen in Istanbul, Probleme bei der Austeilungsphase, Nylonbelegschaften, ungenügende Infrastruktur, Probleme bei der Teilung des amtlichen Anzeigekuchen, welches durch die Presse und Veröffentlichungsanstalt ausgeteilt wird, Alte Maschinenparks in Anatolien und der Mangel an professionellen Arbeitern. "Die örtliche Presse in der Türkei muss sich mit ihren eigenen Quellen erneuern und verstärken. Die Reduktion der Probleme der örtlichen Presse auf wirtschaftliche Probleme und die Lösungssuche für diese Probleme in billigen Papieren, billigen Materialien, Steuerabsatz u. ä. Staatsunterstützungen ist keine richtige Annäherung. Die örtliche Presse kann ihre Probleme nur dann lösen wenn sie sich mit dem örtlichen Volk vereinigt und im tatsächlichen Fall das Auge und das Ohr des Volks ist" (Atabek, 2005: 52).

Wenn man in der letzten Zeit die in der türkischen schriftlichen Presse herrschenden Kapitalgruppen betrachtet, kann man einige Änderungen sehen. Die Gruppen zu Beginn der 90'iger sind die Hürriyet Gruppe, Medya Holding, İhlas Gazetecilik Holding, Doğan Gruppe, Asil Nadir Gruppe, Tercüman Gruppe. Die in 2003 herrschenden Gruppen sind: Doğan, Çukurova, Sabah, İhlas, Uzan. Seit 2006 herrschen 3 Gruppen: Doğan, Ciner und Çukurova Grupları. Ab 2011 herrschen die Gruppen Doğan, Ciner, Çukurova und Çalık.

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND
ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

**Ansicht 1. Zeitungen und Zeitschriften, die ab Juni 2011 den türkischen
führenden Mediengruppen gehören**

DOĞAN GRUPPE – AYDIN DOĞAN	
<p><u>Zeitung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Doğan Gruppe 	<p>Hürriyet Posta Radikal Fanatik Hürriyet Daily News(Englisch)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Doğan – TME (Trader Media East) Zeitungen 	<p>Iz Ruk v Ruki (Russisch) Expressz (Russisch) Oglasnik (Kroatisch)</p>
<p><u>Zeitschrift</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Doğan – Burda Zeitschriften 	<p>Atlas Auto Show Blue Jean Burda Capital Chip Diyet Ekonomist Elele Elle Elle Decor Ev Bahçe Evim Formsanté Güncel Hukuk Hafta Sonu Hello Hey Girl İstanbul Life</p>

	Level Lezzet Maison Française PCnet Seninle Tempo Yacht Türkiye
<ul style="list-style-type: none">• Doğan – Egmont Zeitschriften	Winnie The Pooh Prences Playhouse Disney Kaşif Dora Ben10 Ben10 Alien Force Power Rangers Hot Wheels Tinker Bell Barbie Cartoon Network Arabalar SüngerBob KarePantolon Donald Amca Kanal D Çocuk Kulübü MK Go Girl Hannah Montana High School Musicial Goal Gormiti Bakugan

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND
ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

ÇALIK GRUPPE – AHMET ÇALIK	
<u>Zeitung</u>	Sabah Sabah Avrupa Yeni Asır (Örtlich) Takvim Fotomaç
<u>Zeitschrift</u>	Forbes Harper's Bazaar Cosmogirl Cosmopolitan House Beautiful Home Art Hülya Sofra Sinema Transport Global Enerji Esquire Bebeğim ve Biz Auto Motor Sport Yeni Aktüel Oto Haber Yeni Para Şamdan Plus Kumsal Cosmo Fit&Light Cosmo Bride Ams Katalog Motorrad Katalog Ams Auto Katalog

CİNER GRUPPE – TURGAY CİNER	
<u>Zeitung</u>	Gazete HaberTürk
<u>Zeitschrift</u>	Newsweek Türkiye GEO Food and Travel Mother and Baby OK Marie Clarie Marie Claire Maison Süper Dergi

ÇUKUROVA GRUPPE– MEHMET EMİN KARAMEHMET	
<u>Zeitung</u>	Akşam Güneş
<u>Zeitschrift</u>	Platin Stuff Alem Autocar 442 FourFourTwo

DK GRUPPE– DEMİRÖREN/KARACAN	
<u>Zeitung</u>	Milliyet Vatan

Werbeabgaben in der schriftlichen Presse für die Periode zwischen 2005-2010, welche nach den Medienagenturen, die Mitglied des Werbevereins sind, festgestellt wurden:

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Ansicht 2. Werbeabgaben in der schriftlichen Presse für die Periode zwischen 2005-2010

Presse (Zeitung- Zeitschrift)	Million TL	Anteil %
2010	941	26,08
2009	818	29,56
2008	1,066	32,88
2007	1,113	33,65
2006	1,020	37,01
2005	890	39,59

Online: www.rd.org.tr, 14.03.2011.

Werbungen und unser Magazintage sind der Schwerpunkt der türkischen Presse. Exklusive – reiche Massen, Prominente, die man als ‘Gesellschaftssahne’ bezeichnet, Sänger und Sängerinnen die in Fernsehprogrammen berühmt wurden, und das private Leben von Entertainern haben einen großen Platz in der Presse. Nachrichten, die die Gesellschaft oder die Zukunft des Landes interessieren, können bewusst außer Acht gelassen werden und die Tagung besteht meistens aus Gerüchten mit vielen Bildern und großen Buchstaben, die überhaupt keinen Nachrichtenwert haben. Die heute veröffentlichten Zeitungen haben Magazinanlagen bestehend aus 5-6 Seiten. Die Anzahl der Kolumnisten in Zeitungen und deren Anlagen ist ziemlich gestiegen. Z.B. sind in einer sehr viel gelesenen Zeitung 30-40 Kolumnisten vorhanden. Die Tatsache, dass sie über Wirtschafts-, Politik-, Sport- und Magazinthemen gleichzeitig schreiben, ohne sie voneinander zu unterscheiden, vermindert ihre Glaubhaftigkeit. In der letzten Zeit erhalten sogar berühmte Modelle oder Prominenten eine Ecke in der Zeitung, die sie dann mit Magazinnachrichten aus ihrem eigenen Leben füllen. Besonders in Sportzeitungen werden oft „am Tisch erfundene“ Nachrichten veröffentlicht.

“Die heutzutage diskutierte unparteiische Nachrichtenmentalität ist wegen der Gewinnsorge der sich zu einem Holding umgewandelten Medienunternehmen gefährdet. Das universale Ziel der Presse ist es eine Nachricht unparteiisch und ehrlich weiterzuleiten. Die Presse steht der Gefahr

gegenüber, sich von diesem Ziel zu entfernen und dadurch die Glaubhaftigkeit und den Einfluss auf dem Volk zu verlieren”(Ilgaz, 2000: 54).

Es ist unvermeidlich, dass die schriftliche Presse, gegenüber die von Tag zu Tag steigende Bedeutung sowie den Einfluss elektronischen und audiovisuellen Presse in der Türkei sich erneuern und ihre Fehler berichtigen muss: Man muss auf die Grammatik achten. Die Mentalität, durch die man Nachrichten und Interpretationen vermischt, muss verschwinden. Man muss mehrere Zeitungseditionen einstellen. Man sollte qualitative Forschungsartikel veröffentlichen. Man sollte die Nachrichtenservice fern von Verhandlungsmechanismen der Zeitungsverwaltungen in der Arbeits- und Politikwelt halten. Man muss die Sportzeitungsmentalität, die übermäßigen Nationalismus und Fanatismus in den Vordergrund stellt und die Leser falsch orientiert, weglassen. Letztendlich sollte man Zeitungen zum lesen und nicht zum anschauen drucken. Eine Zeitung sollte nicht mit dem Fernsehen oder dem Internet konkurrieren sondern in ihrer eigenen Rennstrecke bleiben.

Auf der anderen Seite “ist heute die Promotion der Presse durch gesetzliche Bestimmungen mit Kultur-Kunstprodukten beschränkt. Zeitungen setzen Heute ihre Promotionen fort, mit denen sie Kochbücher, religiöse Bücher, Fremdsprachen Ausbildungssets, Film VCD’s und sonstige Produkte verteilen... Auch die Verwaltung von Pressebetrieben sind der Ansicht, dass eine Promotion kein Ziel sondern ein Mittel sein muss und nicht als eine Methode zur Auflagensteigerung angesehen werden sollte.” (Kocabay, 2010: 108).

Computer- und Internetgestützte Technologien haben in der letzten Zeit für den Pressesektor eine große Bedeutung. Das Internetjournalismus brachte dem in der Türkei und auf der ganzen Welt traditionell anerkannten Journalismus eine neue Annäherung und Unterschiede. Aber “wenn man Interpretationen über technologische Änderungen macht, sollte man nicht vergessen, dass durch eine neue Technologie die vorherige nicht vernichtet wird. Aus diesem Grund sind Annäherungen, dass Zeitungen nach einer kurzen Zeit vollkommen elektronisch sein werden und dass keine Papierzeitungen mehr vorbereitet werden, nicht richtig” (Öztürk,2010:7).

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Der Heutige Zustand der Pressefreiheit in der Türkei

“Die Pressefreiheit wurde durch Gott bewilligt und ist ein natürliches Recht, dass nicht geändert werden kann... Das Vorhandensein einer unabhängigen Presse ist ein Trumpf des Individuums gegenüber die Regierung” (Keane, 2010: 29).

Ab 2010 befindet sich die Türkei hinsichtlich der Pressefreiheit auf Platz 122 aus 175 Ländern und wurde im **62. Weltkongress für Zeitungen**, veranstaltet durch den Verein der Weltzeitungen und Herausgeber (WAN-IFRA) gemahnt, weil sie eines von 5 Ländern ist, die Verarbeitungspolitik gegen die Presse durchführt und ungerechte Tätigkeiten hinsichtlich der Pressefreiheit macht. Diese Länder sind Russland, China, Kuba, Pakistan und die Türkei. Nach dem Bericht der Forschung „Index der Weltdemokratie“, welche an jedem 2 Jahr durch die Economist Intelligence Unit (Teil der wöchentlichen englischen Zeitschrift Economist) veranstaltet wird, befindet sich die Türkei aus 167 Ländern auf dem 89. Platz. Nach diesem Bericht wurde festgestellt, dass zwischen 2008-2010 36 Länder hinsichtlich der Pressefreiheit zurück gefallen sind. In Europa wurde die Türkei zusammen mit Frankreich und Italien als eine der zurückfallenden Länder bezeichnet. Im Bericht wurde angegeben, dass sich dieser Rückfall auf die Wirtschaftskrise am Ende 2008 stützt. Andererseits wurden nach der neuen Regierung neue Internetgesetzes festgelegt, durch die ab 2007 insgesamt 5 Tausend Webseiten geschlossen wurden; die größte Mediengruppe der Türkei, die Dogan Gruppe kämpft gegen 4.8 Milliarden TL Steuerschulden, die sie selbst als politisch, die Regierung aber als technisch betrachtet.

Ab 2010 zeigte die internationale Organisation für unbegrenzte Reporter die Türkei in der Liste für die Pressefreiheit auf dem 138. Platz aus 178 Ländern; die Anstalt Freedom House zeigte die Türkei auf der Liste der weltweiten Pressefreiheit für 2010 auf dem 106. Platz aus 196 Ländern. Dabei sollte man bei der internationalen Presse das folgende sensationelle Ereignis nicht vergessen: Das IPI (das internationale Presseinstitut), dessen Zentrum sich in Wien befindet, zeichnete den Forschungsreporter Nedim Şener als den 56. Weltweiten Pressefreiheitsheld aus.

Ein Überblick auf den Internetgebrauch und die elektronische Presse in der Türkei

Wenn man die Internetdaten betrachtet kann man sehen, dass die Türkei wieder einmal von sich sprechen lässt: Nach einer Untersuchung der Firma TNS Global für 2010, bei der 46 Länder und 50 Tausend Personen einbezogen wurden, ist die Türkei nach Russland und Malaysia das 3. Land, welches das soziale Medium am meisten verwendet. In der Türkei verbringen Menschen in Webseiten wie Facebook, Myspace, Twitter wöchentlich 7.7 Stunden. Die Türkei mit 74 Millionen Einwohnern hat 35 Millionen Internetanwender. Das Internet wird in der Türkei am meisten für das soziale Medium (32%) und E-Mails (30%) verwendet, während „Suchen“ (1%) am Ende der Liste ist. Die Türkei ist das einzige europäische Land, das sich innerhalb den ersten 10 Länder befindet, die das Facebook am meisten anwenden. Man verbringt wöchentlich ca. 17 Stunden im Internet. Während Menschen mit Internetzugang auf der Welt täglich 61% im Internet verbringen, schauen 34% Fernsehen und 32% lesen täglich die Zeitung. Nach einer Forschung sind Ägypten, Saudi Arabien und China die ersten 3 Länder, in denen man am längsten im Internet bleibt.

Die Türkei verfolgt auch im Bereich der elektronischen Presse die Entwicklungen auf der Welt von der Nähe. In diesem Bereich machte im Juli 1995 den ersten Schritt die Zeitschrift „Aktuell“ (News-Aktualität) dann erstellten die Lemana – Zeitschrift (Komikbuch) und die Zeitung „Zaman“ ihre Webseiten. 2 Jahre später folgten dann die Zeitungen Hürriyet, Milliyet, Sabah und die anderen mit ihren eigenen Webseiten. Reporter, die wegen der Wirtschaftskrise arbeitslos waren, arbeiten jetzt für elektronische Zeitungsw Webseiten, die keine großen Gestehungskosten haben. Hinsichtlich der Werbeeinkommen hat die Zeitung Hürriyet einen großen Erfolg. Die Fernsehnachrichten wurden erstmals in 2006 auf der Webseite der Zeitung Milliyet veröffentlicht. Als ein Beispiel für Fremdkapitalinvestitionen in der Türkei setzt die Dogus Gruppe mit ihren Kanälen NTV die durch die Partnerschaft mit Microsoft und General Electric sowie NBC News entstandene NTV-MSNBC Webseite fort. „Haberturk.com“ ist das erste Nachrichtenportal der Türkei und wurde 1999 durch Ufuk Güldemir konstruiert. Einige anderen Nachrichtenportals die am meisten verfolgt werden und die Nachrichten aus dem Mediensektor immer wieder aktualisieren sind: 4. Kuvvet Medya, Kod Adı Medya, Medya Plaza, Medyatava und Superpoligon.

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Werbeabgaben in der elektronischen Presse (Internet) für die Periode zwischen 2007-2010, welche nach den Medienagenturen, die Mitglied des Werbevereins sind, festgestellt wurden:

Ansicht 3. Werbeabgaben in der elektronischen Presse (Internet) für die Periode zwischen 2007-2010

Internet	Millionen	Anteil
	TL	%
2010	251	6,97
2009	182	6,58
2008	94,9	2,93
2007	53	1,60

Online: www.rd.org.tr, 14.03.2011.

Als Werbemittel steigt die Bedeutung des Internets hinsichtlich Werbekosten von Tag zu Tag, und zwar auf der Welt und auf der Türkei. Internetanwender zeigen ein großes Interesse für Internetwerbungen.

ERGEBNIS

Der Import von teurer und verschwenderischer Technologie, die Tatsache, dass die Erhöhung der Eingabepreise den Vertriebspreisen von Zeitungen nicht entgegenkommen konnte, und der sich mit den 80'igern beschleunigende Werbe-Promotionswettbewerb erhöhten die Gestehungskosten im Pressesektor und brachten das Monopol mit sich. Die Neigung zum Monopol wirkte negativ auf die Nachrichtenproduktion, -Verteilung und die Gedankenfreiheit; die Arbeitsbedingungen und die Beschaffenhheitsrechte der Pressearbeiter wurden eingeschränkt.

QUELLEN

Atabek, N. (2005). Yerel Basın ve Yerel Demokrasi. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, 22.

Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram*. 2.Baskı, Ankara: Erk Yayınları.

Gezgin, S. (1999). Basınımızda Son Günlerde Gelişen Olaylar ve Bir Değerlendirme. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, 9.

Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*, İstanbul: Der.

Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*. İstanbul: İnkılap.

Ilgaz, C. (2000). *Küreselleşme ve 1980 Sonrası Türk Toplumuna ve Basınına Yansımaları*, İstanbul: Doğan Ofset.

Kabacalı, A. (1994). *Türk Basınında Demokrasi*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları:1638.

Kabacalı, A. (1990). *Başlangıçtan Günümüze Türkiye’de Basın Sansürü*, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Keane, J. (2010). *Medya ve Demokrasi*. Haluk Şahin (Çev.) 4. Basım, İstanbul: Ayrıntı.

Kocabay, N. (2010). *Basın İşletmelerinde Promosyon ve Türk Basınında Promosyon Uygulamaları. Türkiye’deki Basının Yapısı ve Basın İşletmeciliği*, İstanbul: Kare.

Söğüt, M., Tamaşa, F. & Demirhan, Ç. (1994). *Fotoğraflarla 12 Eylül Kitabı*, İstanbul: Hürgüç Gazetecilik.

Özgen, M. (2004). *Türkiye’de Basının Gelişimi ve Sorunları*, İstanbul: Dilek.

ÜBERBLICK AUF DIE SCHRIFTLICHE UND
ELEKTRONISCHE PRESSE IN DER TURKEI

Öztürk, G. (2010). *İletişim, Basın ve Teknoloji İlişkisi, Türkiye'deki Basının Yapısı ve Basın İşletmeciliği*. İstanbul: Kare.

Şahin, H. (2008). *Liberaller, Ulusalçılar, İslamcılar ve Ötekiler*. İstanbul: Say.

Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi.