

Frauen in den Massenmedien: Unabhängige Frau und Freiwild oder gute Partnerin und opferbereite Mutter?

Frauen befinden sich in der Türkei in einer ernststen Auseinandersetzung um die Gestaltung ihrer eigenen Identität. Dabei stellen sich die Massenmedien als ein neuer Bereich der Auseinandersetzung dar.

In den türkischen Massenmedien wird in den letzten zehn Jahren immer häufiger die Frau thematisiert. Verglichen mit der Zeit vor 1980 hat sich in den 80er Jahren die Zahl der monatlich erscheinenden Frauen- und Männerzeitschriften spürbar erhöht. Auch spezielle Frauenprogramme im Fernsehen wurden in dieser Zeit zum ersten Mal angeboten. In diesem Zeitraum wurden auch weitere Medienangebote verwirklicht. Zuerst wurde das Farbfernsehen eingeführt, dann wurde die Zahl der Programme auf drei erhöht, schließlich wurde die Gesamtsendezeit deutlich gesteigert.¹

Die Zahl der Zeitungen erhöhte sich und die wöchentlich erscheinenden Nachrichtenmagazine, die für einen längeren Zeitraum aus der Medienlandschaft verschwunden waren, wurden wieder begonnen wieder zu erscheinen.² Wie in vielen anderen Ländern auch, verwendet die Boulevard-Presse Bilder nackter Frauen zur Verkaufsförderung. Auch einige Nachrichtenmagazine verdanken ihre Verkaufserfolge ihrem geschickten bildlichen Einsatz der Themen Frau und weibliche Sexualität.³ Des Weiteren verbreitet sich die Werbung mit ihrem medienspezifischen Semantisierungspraktiken im Fernsehen und erobert sich einen festen Platz in den Massenmedien. Insbesondere die Mitteilungen der Werbung verwenden Codes aus dem geistigen Gepäck der Adressaten, die die Frau und ihre Sexualität betreffen, und dadurch werden wiederum das kollektive Gedächtnis und die kollektiven Phantasien beeinflusst. Die intensive Thematisierung der Frau und in diesem Zusammenhang das häufigere Auftauchen der Frau in Text und Bild bedeuten aber nicht, daß sich schon neue Wertvorstellungen und neue Normen verbreitet hätten, die dazu angetan wären, die zweitrangige Stellung der Frau zu verändern. Die breite Behandlung eines bestimmten Themas heißt nicht, daß sich auch der existierende soziale Druck in dem betreffenden Bereich verringert. Überdies bedeutet die intensive Thematisierung der Frau nicht, daß sie mit eigenen Aussagen oder Ansichten auftritt. Das beste Anzeichen dafür ist, daß die Frau in diversen Printmedien außer in den Klischees von der opferbereiten Mutter,

treuen und guten Ehepartnerin nur als Sexualobjekt erscheint, und zwar mit der vom Patriarchat bestimmten Sexualität. Gerade auf die Sexualität der Frau richten die Medien ihre Aufmerksamkeit. Es ist hier wichtig zu unterstreichen, daß der Begriff Frau zunehmend identisch wird mit einer Sexualität, die vom Patriarchat definiert ist. Oberflächlich betrachtet, macht diese Definition die Frau zu einem passiven, leicht verfügbaren, dirigierbaren, für verschiedene Ansprüche verwendbaren und zur Schau gestellten sexuellen Lustobjekt. Wenn Frauen ihre eigene Vermarktung betrachten, wird ihnen einerseits gezeigt, wie die gewünschte *ideale* Frau ist, und ihnen wird vermittelt: Gefalle dir so, wie ich dich haben mag. Sei so, wie ich will, daß du bist.⁴

Auch viele Frauen, die im Medienbereich arbeiten, tragen zu dieser Definition bei, und Frauen, die nicht *ohne Chancen bei Männern* sein wollen, akzeptieren diese Definition und verbreiten sie. In den gleichen Medien wird daneben jedoch manchmal auch ein anderes Frauenbild erzeugt, die von der patriarchalen Definition abweichen. In diesem Zusammenhang sind zwei Phänomene zu beobachten. Zum einen läßt die Presse von Zeit zu Zeit Frauen zu Wort kommen, die durch die feministische Bewegung seit Beginn der 80er Jahre geprägt sind,⁵ zum anderen behandeln die Linke, die Sozialdemokraten und auch zum Teil die liberale Rechte öfter Frauenthemen in Opposition zur islamischen Bewegung, die sich seit zehn Jahren merklich entwickelt hat. Auch ein Teil der Presse bezieht in dieser Diskussion aktiv Partei.⁶ Trotz dieser Tatsachen ist noch nicht abzusehen, ob Frauenbilder, die von der patriarchalen Definition abweichen, einen bleibenden und bestimmenden Platz in den Massenmedien einnehmen können. Für die Gegenwart können wir feststellen, daß Frauen hauptsächlich aus einem männlichen Blickwinkel betrachtet werden.

Die Art und Weise, wie Frauen in den türkischen Medien dargestellt werden, zeigt keinen Unterschied zu westlichen Mustern. Sowohl Rundfunk- und Fernsehprogramme als auch Frauen- und Männerzeitschriften, sowie Nachrichten- und Magazinpresse zeigen, was das von ihnen geschaffene Frauenbild betrifft, außerordentlich große Übereinstimmung mit den internationalen Medien westlichen Maßstabs. Weil jedoch die in den Medien präsentierte Frauenidentität und das Frauenbild erst im Rahmen der jeweiligen Kultur Bedeutung gewinnen, ist es notwendig, sich klar zu machen, wie und auf welcher Grundlage in den in der Türkei verbreiteten Medien Frauen dargestellt und Frauenidentität bestimmt wird.

Zwei Arten von Frauen

Nach Gesetz und sozialer Norm stehen Frauen in der Türkei unter der *Vormundschaft* des Mannes.⁷ Ausgehend von dieser Definition bedeuten Qualifikationen wie *frei* oder *unabhängig* für Frauen, daß sie nicht unter dem Schutz eines Mannes stehen, oder daß sie die Autorität des Mannes verletzen, unter dessen Kontrolle sie sich gesetzlich befinden. Auf der Grundlage dieser Unterscheidung wird die Sexualität der *geschützten* Frauen nicht thematisiert, und wenn, dann nur andeutungsweise und indirekt. Die Sexualität der *freien* Frauen jedoch wird für jegliche Betrachtung und Inanspruchnahme als verfügbar angesehen. Entsprechend können Frauen in der türkischen Gesellschaft je nach der Stellung, die sie einnehmen, wenigstens auf der Ebene der Vorstellung, fast exakt in zwei Kategorien eingeteilt werden: Frauen, denen ihre Sexualität ganz abgesprochen wird, und Frauen, die außer ihrer Sexualität keine andere Identität haben. Frauen, die unter *Vormundschaft* stehen und in den Medien losgelöst von ihrer Sexualität dargestellt werden, können ihrer Sexualität nur innerhalb bestimmter Grenzen, d.h. in ihrem ehelichen Schlafzimmer, Legalität verleihen. Was die Darstellung von Sexualität betrifft, so existieren in den Medien zum einen Bereiche, die nur für Frauen vorgesehen sind und in denen Sexualität evozierende Elemente nicht offen thematisiert werden. Daneben existieren Bereiche, die für Frauen als Zielgruppe vorgesehen sind, in denen Sexualität in weitem Umfang thematisiert wird. In Rundfunk- und Fernsehanstalten, die unter staatlichem Monopol stehen, werden Frauen als *geehrte Frauen*, *verehrte Hausfrauen* und *heilige Mütter* behandelt.

Im Rundfunk wurden die ersten Frauenprogramme 1939 aufgenommen. Sie schrieben der Frau ausschließlich eine Identität als *Mutter der Familie* zu. Zunächst hießen die Programme *Die Stunde der Familie*, später nur *Familie*. Bis in die 70er Jahre liefen diese Programme dann unter dem Namen *Für die Familie* und behandelten Themen wie Kinderpflege, Kindererziehung, Gesundheit und Partnerschaft. Im Fernsehen wurden von 1974 bis 1980 auf dem ersten Kanal (TRT-1) das Programm *Frauenwelt* und auf dem zweiten Kanal (TRT-2) das Programm *Frau und Familie* gesendet. Im Zielkonzept dieser Programme werden Frauen als *eines der Grundelemente, die die glückliche Zukunft der Gesellschaft verwirklichen werden* definiert. Im Sinne dieses Gedankens heißt es, daß die Frau *in der Familie Partnerin und Mutter, in der Welt Mensch und in der Gesellschaft Bürgerin* ist. Jedoch wird der Frau in den genannten Programmen eine Identität zugeschrieben, die über ihre Rolle in der Familie nicht hinausgeht. Seit den 80er Jahren werden anstelle der genannten Pro-

gramme, die über die Frau die Familie erreichen möchten, Sendungen ausgestrahlt, die Erwachsene im allgemeinen ansprechen wollen. Diese Programme werden entsprechend dem Zeitplan der täglichen Hausarbeiten von Frauen plaziert und unter den Titeln *Guten Morgen, Vom Alltag, Mittagszeit, Nachmittagszeit* ausgestrahlt. In diesen Programmen werden Themen wie soziale Sicherheit, Wohnen, gesellschaftliches Leben sowie der Schutz der Jugend, Alter und RentnerInnendasein sowie nationale Interessen behandelt. Zusätzliche Themen sind der Haushaltsetat, Erziehung und Gesundheit der Kinder, Ernährung, der Einfluß der guten Beziehungen innerhalb der Familie auf das gesellschaftliche Leben sowie praktische Vorschläge allgemeiner Art, ferner gute nachbarschaftliche Beziehungen und Grundlagen für das Glücklichein.

Besonders die letzten Themenbereiche zielen direkt auf die Frauen ab und sie werden als Themen, die im Verantwortungsbereich der Frauen liegen, konzipiert und behandelt. Insgesamt gehen diese Programme davon aus, daß die Familie der Kern der Gesellschaft und ein unverzichtbares Element ist. Dabei wird suggeriert, daß der Platz der Frau in der Gesellschaft die Familie ist.⁸

Im Fernsehen wird zwar seit seiner Gründung im Jahr 1968 Programmen, die sich an die Familie und Frauen innerhalb der Familie wenden, ein Platz eingeräumt, jedoch wurde erst 1984 unter dem Titel *Für Sie, verehrte Frauen* eine regelmäßige Sendung speziell für Frauen eingerichtet. Dieses Programm wurde zunächst zweimal in der Woche ausgestrahlt, wird aber im Rahmen der ständigen Erhöhung der Sendezeit inzwischen täglich gesendet.⁹ Dieses Programm zeigt von Inhalt und Struktur her große Ähnlichkeit mit den auf die weibliche Leserschaft abzielenden Magazinbeilagen der Zeitungen. Diese Beilagen spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung einer bestimmten Frauenrolle. Genauso wie in diesen Beilagen werden auch in diesem Programm Themen wie Wohnraumgestaltung, praktische Vorschläge für die Hausarbeit, Kochrezepte, Mode, die Feinheiten des Schminkens und gynäkologische Fragen behandelt. Diese Themen werden an jeweils unterschiedlichen Tagen mit als Autorität geltenden Fachleuten diskutiert. Die Sendungen zeigen insofern einen Unterschied gegenüber Magazinbeilagen, als sie auf Horoskope, *Herz und Schmerz-Briefe*, und die neuesten sensationellen Entwicklungen besonders im privaten Leben von SchauspielerInnen, SängerInnen und Mannequins verzichten. Wenn im Fernsehen SchauspielerInnen und SängerInnen auftreten, stellen sie sich mit ihren künstlerischen Darbietungen vor und in Interviews präsentieren sie sich mit ihren *damenhaften* bzw. *gentlemenhaften* Eigenschaften. Die Fotoromane, das beliebteste Element der Magazinpresse, werden im Fernsehen zu Serien umgewandelt. Durch diese

Melodramen - insbesondere lateinamerikanische Produktionen - werden ständig Themen wie Liebe und Emotionalität behandelt, die die in der Gesellschaft geringgeschätzte Hausarbeit und die häusliche Welt in eine romantische Gefühlswelt umwandeln und dadurch aufwerten. Dadurch erfährt die Beziehung zwischen der Frau und ihrer Hausarbeit, ihrer Ehe und ihren Beziehungen innerhalb der Familie eine Verstärkung. Liebe und Sexualität werden in diesen Serien auf eheliche Beziehungen begrenzt, als vom Schicksal abhängig begriffen und identifiziert mit einer mystischen Liebe, die die Grenzen der menschlichen Gesellschaft durchbricht.¹⁰

Zusammengefaßt werden in Frauenprogrammen (*Damenprogrammen*) des Fernsehens die Frauen als *gute Mütter, harmonische Partnerinnen* oder als berufstätige Frauen, deren Frausein jedoch immer im Vordergrund steht, behandelt. Die Sexualität dieser Frauen wird nur über ihre Schönheit, Eleganz und Gepflegtheit assoziiert. In den erwähnten Magazinbeilagen der Zeitungen werden dagegen öfter auch *freie* Frauen dargestellt, auf deren Sexualität ausdrücklich und in übertriebener Form, hingewiesen wird. Diese Frauen sind Schauspielerinnen, Sängerinnen oder Mannequins. Sie beschwerten sich oft daß *die Ehe nicht mit dem Künstlerinnenleben zu vereinbaren ist* kritisieren aber nicht die die Institution Ehe an sich. Die Durch freizügige Dekolletés zur Schau getragene *Willigkeit* dieser Frauen zeigt auch anderen Frauen, was *sexuelle Attraktivität* ist. Aber gleichzeitig wird vermittelt, was diese *sexuelle Attraktivität*, die mit einer gewagten Nacktheit, mit auffallenden Kleidern und aufreizenden Blicken erreicht wird, trotz Geld, Ruhm und Berühmtheit für einen Preis hat: Das Herz ist ständig einsam, die Trauer über die Trennung vom letzten Liebhaber ist groß, durch den Druck der Gesellschaft haben sie Depressionen. Gleichzeitig wird auch gezeigt, welche Nachteile die oben genannten Umstände trotz der *erstrebenswerten* Stellung in der Gesellschaft und trotz des vielen Geldes in sich bergen. Frauen, die sich nach diesen Annehmlichkeiten sehnen, geraten auf die schiefe Bahn, werden ermordet oder ihr Familienleben wird zerstört. In Frauenprogrammen des Fernsehens wird das Thema Sexualität nur im Rahmen von medizinisch-gynäkologischen Äußerungen im Zusammenhang mit Krankheiten angesprochen. In den Filmserien wird Sexualität in Wort und Bild nur verdeckt dargeboten und ist auf die *heilige* Liebe ehelicher Beziehungen beschränkt.

Die Regeln hinsichtlich der Darstellungen von Sexualität werden in den Abendprogrammen mit ausländischen Filmserien und Werbespots zum Teil überschritten. Aber die Frauen in diesen Filmen sind keine *Einheimischen*, und die Werbespots sind ohnehin nur auf *Förderung des Handels* ausgerichtet. So wird die offizielle Ideologie in Bezug auf Frauen und ihre Sexualität davon nicht berührt. In diesen Zusammenhang ist daran zu er-

innern, daß *nationale Gefühle verletzende, türkischen Sitten und Traditionen entgegenstehende* Sendungen - solche sind im allgemeinen Kuß- und Bettszenen - nicht ohne eine Zensur durch die Kontrollinstitutionen des Fernsehens ausgestrahlt werden. In den beiden genannten Medienbereichen (Printmedien und Fernsehen) werden außer den Frauen, die ihre sexuellen Reize vermarkten (manchmal werden sie auch in die Berichterstattung integriert), auch berufstätige Frauen betrachtet, die, solange sie perfekte Hausfrauen und Mütter sind, als *erfolgreiche* Geschäftsfrauen bezeichnet werden. Ob eine Frau berufstätig ist oder nicht, die akzeptierte und propagierte Frau ist diejenige, die sich ihre *Weiblichkeit* erhalten hat, das heißt, die Frau, die liebevoll, sanft, verständnisvoll, eine gute Partnerin und aufopfernde Mutter ist und sich zusätzlich an die Erfordernisse des modernen Lebens anpassen kann. Aus diesem Grund ist es nicht verwunderlich, daß in Magazinbeilagen Kolumnen erscheinen, die die Bewältigung der inner- und außerhäuslichen Probleme der Frauen unter juristischen, medizinischen, pädagogischen, sexualkundlichen und sogar soziologischen Gesichtspunkten behandeln.

Aber auch hier werden Frauen nicht vom Frauenstandpunkt aus angesprochen. Sie werden eher als eine gesellschaftliche Gruppe angesprochen, die sich einen allgemein gültigen gesellschaftlich *gesunden* Menschenverstand zu eigen machen und ein vernünftiges Mittelmaß bei der Lösung von Problemen zeigen soll. Diese Feststellung gilt für die Printmedien ebenso wie für Rundfunk- und Fernsehanstalten. Über die Mode-, Handarbeits- und Kochzeitschriften hinaus gibt es weitere Zeitschriften, die die Frauen unmittelbar ansprechen und sie in ihrer Gesamtheit zum Thema haben. Dort tritt in erster Linie ein *moderner* Frauen-Typ auf, so wie er generell in bürgerlich-liberalen Auffassungen erscheint. Diese Zeitschriften behandeln in dem vorgegebenen Rahmen die moderne Frau im allgemeinen, von der Nur-Hausfrau bis hin zur Intellektuellen, die *frei, dynamisch und erfolgreich* ist und in der Gesellschaft etwas darstellt.

Die letztere Gruppe wird mit besonderer Intensität behandelt. Die Beiträge dieser Zeitschriften zeigen Frauen neue Ziele auf, die über Haushalt und Kindererziehung hinausgehen. Die Zeitschrift **Kadinca**, die seit ihrem Erscheinen im Jahr 1978 zunehmend eine feministische Auseinandersetzung unterstützt, nimmt innerhalb der Reihe der Frauenzeitschriften wie **Kadin**, **Elele**, **Rapsodi**, **Marie Claire**, **Vizon** einen besonderen Platz ein.

Frausein wie "Kadinca" zeigt

Die Zeitschrift **Kadinca** ist ein Beispiel der populären türkischen Medienlandschaft, das versucht, das Frausein außerhalb von männlichen Definitionen zu beschreiben. In dieser Zeitschrift werden Frauen aufgefordert, sich selbst, besonders ihre Gefühle, Fähigkeiten und ihre Sexualität zu entdecken, und sie werden in jeder Hinsicht zum Ergreifen der Initiative aufgefordert.

In den Beiträgen der Zeitschrift werden die gesellschaftlichen Einschränkungen, denen Frauen ausgesetzt sind, thematisiert, und auch die Verantwortung, die Frauen für diese Einschränkungen selbst tragen, behandelt. **Kadinca** betont konsequent, daß die Sexualität ein natürlicher und wertvoller Teil der weiblichen Identität ist, und daß Frausein die Anerkennung und Annahme ihrer eigenen Sexualität erforderlich macht. Weibliche Sexualität und heterosexuelle Beziehungen werden durch Fachbeiträge, die unter Beratung von medizinischen Fachleuten, PsychologInnen und PsychiaterInnen vorbereitet werden, ironische Tests und Aufsätze, die sich über die herrschende Meinung zur weiblichen Sexualität lustig machen, ständig thematisiert. **Kadinca** bringt gleichzeitig aber auch Kosmetikwerbung, die ein Viertel der Zeitschrift in Anspruch nimmt, und kehrt damit zu einer Frauenidentität, die vom patriarchalen Standpunkt definiert wird, zurück. Außerdem verwendet **Kadinca** Elemente der Pornographie - die heimliche Beobachtung eines inszenierten Sexualaktes - (Kappeler 1986, A. Kuhn 1985)¹¹ und wenn das Thema Orgasmus (Orgasmus von Frauen, Anm. d. A.) als Titelbild gewählt wird, wird beispielsweise eine Frau so dargestellt, als ob sie gerade einen Orgasmus bekommen würde. Die Zeitschrift bejaht auch den allgemein gültigen Rahmen für Sexualität: In einem Beitrag über *die drei Grundelemente des Orgasmus* wird von *Klitoris-Kopf-Ehemann* (Hervorhebung durch die Autorin gesprochen! In einer späteren Textstelle wird das Wort Ehemann als *d. h. Mann* erläutert (Januar 1987). Hier vertritt auch **Kadinca** die herrschende Meinung, die den Frauen außerhalb des ehelichen Lebens keine Sexualität zugesteht. **Kadinca** versucht, Frauen in dieser vorherrschend männlich dominierten Welt einen Platz einzuräumen. Weil aber ihre Zielgruppe bürgerliche Mittelschichtfrauen in der Großstadt sind, wird dieser Platz Frauen nur in einer Mittelschichtswelt eingeräumt. **Kadinca** hat eine Vorstellung von der *modernen* Frau. In dieser Vorstellung weiß die Frau, daß sie - mit einem Mindestmaß an Zugeständnissen - um so besser mit ihrem Mann oder Ehemann umgehen kann, je besser sie sich selbst und ihre Sexualität kennt und erlebt. Nach diesem Konzept ist die Frau sich ihrer Rechte bewußt, zielstrebig, steht auf eigenen Füßen und repräsentiert sich selbst. Sie verfügt über

praktische Kochkünste, übt Sorgfalt in der Wahl ihrer Kosmetikartikel, Diät, Gymnastik und in der Pflege von Haar, Gesicht und Körper. Sie ist modebewußt und versteht es, die Wohnung geschmackvoll einzurichten.

In *Kadinca* wird die ökonomische Unabhängigkeit der Frau als wichtig erachtet, es wird aber nicht sonderlich thematisiert, wie Frauen diese Unabhängigkeit erlangen können. Es wird grundsätzlich empfohlen, Karriere zu machen. Das Hausfrauendasein wird zwar nicht abschätzig behandelt, aber es wird auch nicht als Vorbild angesehen. *Kadincas* Leserinnen wird eine Identität im Sinne dieses beschriebenen Rahmens empfohlen, sie werden gegebenenfalls aber auch getadelt. Wenn Frauenfragen behandelt werden, identifiziert sich die Zeitschrift mit der Lage der Frauen, nimmt aber gleichzeitig eine distanzierte Stellung ein, etwa, wenn sie die Frauen auffordert: **Ihr Frauen, sagt jetzt, daß es euch reicht!** (Hervorhebung durch d. A.). Diese distanzierte Haltung ist möglicherweise durch die die Zeitschrift prägende junge Chefredakteurin bedingt. Sie erweckt den Anschein einer unabhängigen Frau, die alleine lebt und in der Gesellschaft Popularität besitzt.¹² So wird als Botschaft mitgeteilt: *wenn ich das machen kann, könnt ihr es auch*. Das ist der wichtigste Unterschied zum feministischen Diskurs, in dem das Wort *wir* selbstverständlich gebraucht wird.

Die Zeitschrift unterstützt jedoch die feministische Bewegung, indem sie deren Diskussionsschwerpunkte aufgreift und thematisiert, wie *Keine Geschlechterdiskriminierung!*, *Weg mit der Gewalt gegen Frauen!*, *Frauen sollen auch Landrat werden dürfen*, *Ergreift die sexuelle Initiative*, *Gleiche Rechte in der Ehe* sowie *Unsere Auseinandersetzung mit den Fundamentalisten* und *Wir wollen ein Frauenministerium* *Kadinca*, (Dezember 1987, S. 19-20). Diese Unterstützung wird in der Gegenwart zunehmend weitergeführt. In der Zeitschrift erscheint unter dem Titel *Von* *Kadinca* *ausgewählt* eine Seite, auf der sowohl frauenverachtende Äußerungen als auch gegenteilige Aussagen zugunsten der Gleichberechtigung veröffentlicht werden. Bisweilen bittet die Chefredakteurin KollegInnen, die Frauen in ihren Pressemeldungen diskriminieren, davon Abstand zu nehmen: *Ich bitte meine KollegInnen sehr, hört damit auf! Gibt es denn so wenig Meldungen für die Presse, daß ihr die Frauen ständig ausschlachten müßt!* (Oktober 1986).

Nein zur freien Frau, die Benutzung von Frauen ist frei

Die Gemeinsamkeit von Zeitungen, die ihre Auflage durch Sensationsnachrichten und Bilder von nackten Frauen mit Untertiteln ohne jeglichen inhaltlichen Zusammenhang erhöhen, liegt darin, daß sie auf Kosten von Frauen ihren Umsatz steigern. Jedoch zeigt die Behandlung der weiblichen

Sexualität als ein bildliches Element auch in der Entwicklung der politischen Wochenmagazine zunehmend Parallelitäten.

Unter diesen Magazinen ist *Nokta* (seit 1984) das wichtigste. *Nokta* steht in einer gewissen ironischen Distanz zu politischen Ideologien. Die Zeitschrift behandelt die Themen so umfangreich, daß es innerhalb der Zeitschriftenlandschaft durchaus einen neuen Charakter von Zeitschrift hervorbrachte. Zu den wichtigsten Elementen dieses neuen Charakters gehört jedoch auch, daß die Zeitschrift für die Gestaltung der Titelseite weibliche Körper und weibliche Sexualität verwendet. Die Redaktion von *Nokta* vertritt die Ansicht, daß Liebe und Sexualität seien genauso wichtig wie Politik, Wirtschaft und Kultur. Deshalb werden diese Themen selbstverständlich in der Zeitschrift behandelt. Weiterhin behauptet sie, daß sie die Sexualität vom *Monopol des primitiven Moralismus der konservativen Köpfe und von dem Geschmack der einfachen Denkart* gerettet hätte. Sie betont, daß sie keinen intellektuellen und distanzierten Diskurs anstrebt, wenn Sexualität erörtert wird (*Nokta*, Sonderausgabe 1989).

Wenn aber auf der Titelseite der Zeitschrift mindestens einmal im Monat Frauenkörper und weibliche Sexualität erscheinen - ob sie mit der Thematik zu tun haben oder nicht - liegt der Schluß nahe, daß *Nokta*, um die Sexualität vom *Monopol des primitiven Moralismus der konservativen Köpfe zu retten*, die Sexualität der Frau mit zahllosen Bedeutungen besetzt und als Instrument der Vermarktungsstrategie verwendet. Für die Befreiung der Sexualität ist es anscheinend notwendig, Frauenkörper und weibliche Sexualität zu opfern.

Ein klares Beispiel, wie *Nokta* Sexualität und insbesondere die weibliche Sexualität begreift, liefert die Ausgabe vom 24.1.1988 mit dem Titelthema *empfindlicher Punkt Incirlik*. *Incirlik* ist ein US- Luftwaffenstützpunkt im Rahmen der NATO in der Türkei. Das im folgenden beschriebene Titelbild soll andeuten, daß im Zusammenhang der internationalen Entwicklungen dieser Luftstützpunkt wie eine Zeitbombe tickt. Ein nackter Frauenkörper in liegender Haltung, gezeigt von der Taille bis zum Knie, bietet sich als Luftwaffenstützpunkt dar und nimmt die Hälfte des Titelbildes ein. Die Geschlechtsorgane der Frau sind mit einem Feigenblatt bedeckt, das einen Flughafen darstellt, von dem gerade ein Kampfflugzeug abhebt. Dieses Titelbild zielt darauf ab, die Kriegsmaschinerie, die als Symbol höchster Aggressivität gilt, mit männlicher Sexualität zu verbinden, und die weibliche Sexualität wird zu einem passiven Instrument, das durch diese Herrschaft in Besitz genommen werden kann. Weiterhin wird ein strategisch wichtiger Militärstützpunkt, auf den der Staat Herrschaftsansprüche erhebt, mit dem Frauenkörper identifiziert, somit wird auf das Verfügungsrecht von Staat/Machthaber auf den Frauenkörper und die weibliche

Sexualität hingewiesen. Dadurch wird Macht einmal mehr zur männlichen Domäne erklärt, und Frauenkörper und weibliche Sexualität werden als ein Bereich definiert, von dem die Machthaber Besitz ergreifen können. Dieses Beispiel zeigt, daß jedes Thema mit Hilfe von nackten Frauenkörpern definiert werden kann. Auch wenn Sexualität selbst erörtert wird, bleibt das Thema auf weibliche Sexualität fokussiert. Das bedeutet, daß Frauen keine andere Sexualität haben außer derjenigen, die vom Männerstandpunkt aus definiert wird. Frauen werden nicht nur auf den Körper reduziert, sie werden auch in den unterschiedlichsten Kontexten und auf verschiedenste Weise mit Bedeutungen belegt, was zu einem Identitätsverlust führt. Weil aber diese Auslegungen ständig mit Sexualität assoziiert werden, bleibt ihnen keine andere Identität außer der eines Sexualitätobjektes übrig.

Auch die Werbung behandelt die Frau als Objekt, das mit Eigenschaften verschiedener Waren assoziiert werden soll, und will z.T. vermitteln, daß man die betreffende Ware genauso wie eine Frau besitzen kann. Die Frau tritt z.B. in der Margarinewerbung als sorgfältige Mutter auf, geht es um Waschpulver als saubere Hausfrau, in Zusammenhang mit Banken als nette Angestellte, bei modernen Hausgeräten als zeitgemäße, geschickte Frau, bei Motorenöl als geschmeidige und heiße Gestalt, bei der Autowerbung als ein weibliches Wesen, das sich der Magie der *männlichen Anziehungskraft* des Wagens nicht entziehen kann. Kurz, in jedem Fall werden Frauen als zum Gebrauch bereit, als flexibles Element definiert, dem beliebige Bedeutung zugeschrieben werden kann, um damit die Ware oder den Dienst, um die es in der Werbung geht, anzupreisen. Jedoch sind die Frauen, die hier repräsentativ verwendet werden, die *anderen* Frauen, d.h. sie werden als unerreichbar und ohne Realitätsbezug dargestellt. Zugleich erscheinen sie aber doch als repräsentative Frau, die im Grunde den Kern der Weiblichkeit darstellt.

Im Gegensatz dazu werden Frauen, die in den Zeitungen Gegenstand von Nachrichten für die prinzipiell Realitätsbezug als erforderlich angesehen werden sind, als *reale* Frauen dargestellt. Erscheint die Frau in Nachrichtenkontext so geht es in Themen diesem Zusammenhang werden innerhalb von Themenbereichen wie gesellschaftliche Moral, Tugend und Ehrenhaftigkeit entweder normkonformes oder - häufiger - normabweichendes Verhalten von Frauen behandelt. Über Frauen wird meist in Gerichtsreportagen berichtet und zwar in Zusammenhang mit Fällen von Ehebruch, Untreue, *Durchbrennen* mit einem anderen Mann, Entführung, Mord unter Liebes- oder Ehepaaren, Gewalt gegen Frauen innerhalb der Ehe. Einen weiteren Anlaß für Berichterstattung über Frauen bietet die Mutterrolle. Über Frauen als Mütter wird berichtet, wenn sie sich für ihre

Kinder opfern oder wenn sie *den Verstand verlieren* und ihren Kindern schaden. In Zusammenhang mit Wirtschaftskriminalität, Betrug, Raubüberfällen oder politischen Sensationsnachrichten erscheint die Frau vor allem als Geliebte des Täters: Der Fall wird durch ihre Fotos visualisiert und dadurch aufregender. Auch *anständige* Frauen, deren Sexualität versteckt gehalten wird und streng kontrolliert wird, können sich vor Belästigungen solcher Art nicht schützen. Entweder wird eine unvorsichtige Bewegung beim Sitzen durch das *objektive* Auge der Kamera festgehalten, oder allein ihre Existenz in einem bestimmten Kontext ist Anlaß für vieldeutige Interpretationen werden. Während nur 20 % der Wortberichte in türkischen Tageszeitungen Frauen zum Thema haben, bilden sie 70 % des optischen Materials. Dies ist es ein deutliches Zeichen dafür, daß Frauen in der Nachrichtenpresse mißbraucht werden.¹³

Die Behandlung der Frau in den Medien steht in direktem Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Frauenbild. Jedoch werden die verschiedenen Frauentypen in den Medien, d.h. Hausfrauen, Frauen in qualifizierten Berufen, Frauen im Showbusiness, Filmschauspielerinnen, Bäuerinnen, Frauen aus *gecekondü-* Gebieten¹⁴ und Verfechterinnen des Islams mit ihren bedeckten Haaren nach Kriterien beurteilt, die ihren vielfältigen Erscheinungsbilder nicht gerecht werden. Der Bewertung liegt eine Frauendefinition zugrunde, in der die Frauen nach einem gemeinsamen Grundsatz beurteilt werden. Ich denke, daß die Auffassung von Lefèbvre über die Grenzen des Pluralismus auch auf die Situation der Frauen in der Türkei angewendet werden kann. Nach Lefèbvre akzeptiert der liberale Pluralismus unterschiedliche moralische Normen, aber ein bestimmtes Moralverständnis ist gefordert: Es werden etwa verschiedene Religionen akzeptiert, aber es wird für eine bestimmte Religion Empfänglichkeit gefordert.¹⁵ In ähnlicher Weise werden in der türkischen Gesellschaft auch unterschiedliche Frauentypen akzeptiert, aber ein bestimmter Grundtypus gefordert. Dieser Frauentypus wird mit folgender nicht originär türkischen Formulierung beschrieben: *Im Salon eine Dame, in der Küche eine Köchin, im Bett eine Dirne*. Frauen, die diese Grenzen überschreiten, gelten als *freizügig* bzw. *zu allem bereit*. Gemäß dieser Beschreibung werden Frauen in der Türkei nur dann dann akzeptiert, wenn sie sich an den für sie bestimmten Orten in der vorgesehenen Art und Weise verhalten. Wenn sie diese Grenzen und Forderungen überschreiten und ihr Selbstverständnis selbst bestimmen wollen, werden sie von der Gesellschaft belästigt. Für Frauen, die ihre Sexualität als einen selbstverständlichen Teil ihrer Identität sehen, bedeutet es, daß sie ihre *Schlafzimmer*-Identität auf den Alltag übertragen so die Ordnung zerstören und unkontrollierbar geworden sind. Wenn diese Frauen in die Medien kommen, ge-

hören sie, falls sie keine Künstlerinnen, überspannte Feministinnen oder auch keine *oben-ohne-Touristinnen* sind, zu den neuen intellektuellen Fraue, die für die Zeitschriften *mit ihrer Liebe, Sexualität und ihren Problemen allein leben* und damit als Titelbild von Zeitschriften dienen. Bei den Berichten über sie wird jedoch wenig über die Freuden in ihrem Leben berichtet, und ihre Beziehungen, ihr Gefühls- und Sexualeben werden als nichtvollständige Phänomene dargestellt und negativ bewertet.

Gehört den Gesetzen das letzte Wort?

In der Türkei kam es Ende der 80er Jahre zu Ereignisse, die die auf zwei Bilder reduzierte Definition der Frau, wie ich sie meinem Beitrag dargestellt habe, in aller Deutlichkeit sichtbar machten.

Anfang 1990 wurde vom Verfassungsgericht ein Beschluß gefällt, der Frauen in zwei Gruppen aufteilte. Dieser Beschluß ist das Produkt einer Sichtweise, die Frauen entweder als solche betrachtet werden, die unter Schutz stehen, und deren Sexualität nicht in Erscheinung tritt, oder als solche, die außer ihrer Sexualität keine Identität haben. Während die erste Gruppe für *anständig* erklärt wurde, wurde den Frauen in der zweiten Gruppe *Unanständigkeit* bescheinigt. Die Presse war wochenlang mit diesem Thema beschäftigt. Zur Vorgeschichte: Ein regionales Gericht hatte beim Verfassungsgericht eine Klage mit dem Ziel der Abschaffung des § 438 des türkischen Strafgesetzbuches erhoben. Die Klage wurde von den Verfassungsrichter mit sieben gegen vier Stimmen abgelehnt. Dieser Paragraph betrifft die Strafen bei Vergewaltigungen und Entführungen und sieht eine Strafminderung um zwei Drittel vor, *falls diese Straftaten gegenüber Frauen geschehen, die Unzucht gewerbsmäßig betreiben, d. h. die Strafe ist auf ein Drittel der üblichen Strafzeit zu beschränken*. In der Begründung heißt es, daß zwischen der Würde von Prostituierten und *anständigen* Frauen ein Unterschied existiere, und daß *die Gegenwehr der gewerbsmäßig Unzucht treibenden Frau vom Täter mit Recht nicht ernstgenommen werden kann*.¹⁶

Dieses Urteil ist in der Öffentlichkeit auf breite Ablehnung gestoßen und wurde von Feministinnen, unterschiedlichen Institutionen des öffentlichen Lebens sowie von KolumnistInnen, die die öffentliche Meinung beeinflussen können - die meisten davon sind Männer -, heftig kritisiert. Der Paragraph wurde besonders von der letzten Gruppe zwar als Menschenrechtsverletzung anerkannt, jedoch nur unter dem Aspekt behandelt, daß er ein neues Beispiel dafür ist, daß der Staat den Unterdrückten nicht beisteht: Kritiken wie *warum müssen die registrierten Frauen, die ja sowieso unter-*

drückt und verächtlich behandelt werden, als Zielscheibe genommen werden, wenn es so viele Frauen gibt, deren Würde in Frage gestellt werden kann.¹⁷ So entstand eine Fülle von Wort- und Bildbeiträgen, von Erörterungen der Prostitution in der Geschichte mit der Tendenz, daß diese eine geheiligte Institution sei, bis hin zu Diskussionen über die Schwierigkeiten des Problems, wie die *Anständigkeit* von Menschen überhaupt festgestellt werden könne.

Das Urteil bot eine neue Gelegenheit, über die Anständigkeit der Frau zu diskutieren. In einer Gesellschaft, in der Sexualität mit Nacktheit identifiziert wird, wurden in Karikaturen - die durchaus eine kritische Haltung zu diesem Thema einnahmen - die Prostituierten (d. h. die Frauen, deren Vergewaltigung weniger bedenklich sei) mit Miniröcken, tiefausgeschnittenen Kleidungsstücken und mit auffälligem Schmuck gezeichnet, um damit anzudeuten, wie *unanständige* Frauen aussehen. Frauen, die nicht wollen, daß sie für *unanständig* gehalten werden, haben dadurch erfahren, wie sie nicht aussehen dürfen.

Zusammengefaßt gesagt: In den Medien wurden aufgrund dieses Paragraphen nicht nur für eine Gruppe von Frauen, sondern für alle Frauen Aussagen produziert und das Recht der Männer über die *Anständigkeit* der Frauen zu entscheiden, wurde untermauert. Obwohl dieses Thema eine lange Zeit in der Presse behandelt wurde, waren es nur die Feministinnen, die die Aussagen dieses Urteils für *alle* Frauen erörtert haben. Sie setzten Anzeigen in die Zeitungen, in denen sie sich gegen dieses Urteils mit folgender Begründung zur Wehr setzten: *Es gibt keine Legitimation für die Vergewaltigung. Dieser Beschluß teilt Frauen in die Kategorien 'anständige' und 'unanständige'. Somit werden sie erniedrigt und es wird behauptet, 'es gibt Frauen, die vergewaltigt werden dürfen'*. Sie wiesen den *Anstand*, der ihnen durch den § 438 bescheinigt wird, zurück.¹⁸ Jedoch waren die Frauen bis zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht erfolgreich genug, um die Diskussion auf das Frauenverständnis zu lenken, das hinter diesem Beschluß steht. Dabei muß auch die Rolle der Presse betont werden, die in ihrer Behandlung des Themas den Frauenstandpunkt bisher nicht genügend berücksichtigt hat, und auch, daß die Darstellung der Frauen in den Massenmedien von einer Art ist, die kein parteiisches Eintreten für die Frauen zeigt. Im Gegenteil, Frauen werden in den Medien in einem vorgegebenen Rahmen bewertet, der genau dem erwähnten Paragraphen des Strafgesetzbuches entspricht. Dies ist sicher der Hauptgrund dafür, daß der Blickwinkel der Presse, auch wenn sie sich gegenüber den Auseinandersetzungen aufgeschlossen zeigte, doch sehr eng war.

Anmerkungen:

- ¹ Die türkische Fernsehanstalt nahm 1968 seine Tätigkeit auf. Farbfernsehen gibt es seit 1984. 1986 wurde ein zweites Programm (70 Stunden pro Woche), 1989 TV 3 und TV 4 (speziell für Südosttürkei, Sendezeit 25 Stunden pro Woche) eingerichtet. Die Gesamt-sendezeit des ersten TV-Programms beträgt 1990 115 Stunden pro Woche.
- ² Wochenzeitschriften: Nokta (seit 1982). Yenigündem (1982 - 1987). Tempo (politische Wo-chenzeitschrift, seit 1987). 2000'e Dogru (linke Wochenzeitschrift, ebenfalls seit 1987). Aus-serdem erschienen eine Reihe von Zeitschriften für Politik und Kultur sowie Zeit-schriften für Kinder und Jugendliche.
- ³ Yenigündem, eine Zeitschrift, die meist von Linksintellektuellen und demokratischen Krei-sen gelesen wird, berichtet, daß sich der Verkauf um 30 % bzw. 40 % steigerte, wenn das Titelbild mit Frauenbildern gestaltet wurde. Die höchsten Verkaufszahlen haben Aus-gaben mit Titelbildern erreicht, die sexuelle Assoziationen hervorrufen.
- ⁴ Vergleiche: Winship, Janice : Sexuality for Sale, in: S. Hall; u.a. (Hg.): Culture, Media, Language (London 1980), S. 217-223 und Coward, Rosalind: Female Desire. Women's Sexuality Today (1984).
- ⁵ Die Frauenbewegung gelangt zum ersten Mal am 15. Mai 1987 wegen des Protestmarsches Gewalt gegen Frauen in die Presse. 1989 fand sie vor und nach dem ersten Frauenkon-greß erhöhtes Interesse. In dem Bestreben, die feministische Bewegung zu verstehen, er-schienen in der Presse umfangreiche Berichte, Interviews und Meldungen. Vgl. Cumhu-riyet: Türkiye'de ve Dünyada Feminizm von Semra Somersan, 7.-8. März 1989; Hürriyet: Kadın baskaldırı, Türkiye'de Feminizm: Nasil başladı, nasıl gelisti, bugün nerede... von Engin Bilginer, 2.-11. Mai 1989; Günes: Ve Kadın sokaga Döküldü, 23. Dezember 1989. Auch die Aktivitäten im Rahmen der Protestaktion feministischer Frauen gegen sexuelle Belästigung haben in der Presse Anklang gefunden, weil sich diese Protestaktionen als Thema von Sensationsnachrichten eignen.
- ⁶ Die islamische Bewegung selbst machte das Befolgen der islamischen Kleiderordnung von Frauen in Ämtern und Schulen zu einem Symbol ihrer Bewegung. So wurden Frauen das Ziel der diesbezüglichen Auseinandersetzungen. Ein Teil der Presse, die in der Türkei den Laizismus unterstützt, bildete ein Diskussionsforum über die Lage der Frauen. Bei-spielsweise bezog die meistverkaufte liberal-konservative Zeitung Hürriyet deutlich Stellung gegen die islamische Bewegung.
- ⁷ vgl. Sirin Tekeli, Kadınların istegi özgürlesme mi, Esitlik mi? Medeni Kanun Tartismalari-nin Düsündürdükleri (= Ist der Wunsch der Frau Freiheit oder Gleichheit? Überlegun-gen zur Diskussion des Bürgerlichen Gesetzbuchs), (Istanbul: Kadınlar için, Alan Yayin-cilik, 1988), S.338-345. Kurulusundan itibaren Radyo ve Televizyon Yayinlari (= Radio-und Fernsehprogramme von Beginn an), in: Türk Aile Yapisi (Die Stuktur der türki-schen Familie), T. C. Basbakanlik Devlet Planlama Teskilati Yayin No. DPT: 2165-ÖIK: 338, (Ankara, 1989), S. 72-73.
- ⁸ Kurulusundan itibaren Radyo e Televizyon Yayinlari (= Radio-und Fernsehprogramme Beginn an), in: Türk Aile Yapisi (Die Stuktur türkischen Familie), T. C. Basbakanlik Devlet Planlama Teskilati Nr.3: 338, (Ankara, 1989), S. 72-73.
- ⁹ a.a.o., S. 74.
- ¹⁰ vgl. Mattelart, Michel: Women and the Cultural Industries in: Collins, Richard; u.a.(Hg.): Media Culture & Society (London: Sage Publications, 1986), S. 63-81.
- ¹¹ Vgl Kappeler, S.: The Pornography of Representation (Polity Press, 1986); und Kuhn, A.: Lawless Seeing, in: The Power Of The Image, Essays on Representation and Sexuality, (Routledge & Kegan Paul, 1985).

- ¹² Duygu Asena, die Chefredakteurin der Zeitschrift Kadınca ist gleichzeitig die Autorin des Bestsellers Kadınin Adi Yok (= Die Frau hat keinen Namen). Dieses Buch wurde später auch verfilmt. Es ist eine kritische Autobiographie und wurde von breiten Kreisen gele-sen. Dadurch wurde Asena zum Symbol der unabhängigen, freien und modernen Frau. In jeder Ausgabe der Zeitschrift Kadınca schreibt Asena in einer vertraulichen Art das Vorwort, in dem sie sowohl den Inhalt der jeweiligen Nummer vermittelt, als auch ihre Autorität über die Zeitschrift sowie über ihre Leserinnen festigt.
- ¹³ Das Ergebnis der Analysen von drei Zeitungen mit unterschiedlicher Tendenz (Hürriyet, Cumhuriyet, Tercüman) im Zeitraum von 1. bis zum 7. November 1988 (unveröffentlichte Studie, Yesim Yasak, ODTÜ, Fachbereich Psychologie) und das Er-gebnis einer von mir im Zeitraum von Dezember 1989 bis Januar 1990 durchgeführten Studie über die Zeitung Hürriyet stimmen Überein.
- ¹⁴ Gecekondu-Viertel entstehen in den Metropolen im Rahmen der Binnenmigration. Da-bei werden Häuser ohne Genehmigung auf öffentlichem Boden gebaut.
- ¹⁵ Vgl. Levebvre, H.: Le Manifeste Differentialiste, in: Mattelart, M.: Woman and the Cul-tural Industries (London: Sage Publications, 1986), S. 76.
- ¹⁶ Cumhuriyet 11. Januar 1990.
- ¹⁷ Yılmaz Cetiner, Vurun Kahpeye (= Schlagt die Hure), Milliyet, 15. Januar 1990.
- ¹⁸ Cumhuriyet, 14./15. Januar 1990.

übersetzt aus dem Türkischen von Meral Akkent unter Mitarbeit von Hans-Martin Dederding

Ayşe Saktanber, Ankara, Studium der Soziologie an der Orta Dogu Teknik Üniversitesi An-kara, 1985 M.A. in Soziologie; z. Zt. arbeitet sie an ihrer Doktorarbeit und lehrt an der Orta Dogu Teknik Üniversitesi Ankara.

Arbeitsschwerpunkte: Mediensoziologie; Frauen und Islam. Verheiratet, hat zwei Töchter.
Veröffentlichungen:

Türk Toplumunda Kadın-Medya İlişkisi ve Medyada Kadın Kimliklerinin Kurulma Prati-ginin Cözümlemesi Üzerine Teorik bir Yaklaşım (= Das Verhältnis von Frauen und Me-dia in der türkischen Gesellschaft. Eine Analyse zur Schaffung von Frauenidentität in Medien -Theoretische Studie), Papier zum Seminar "Frauenstudien", Istanbul 1988.

Haftalık Haber Dergisi Kapaklarında Kadın İmajinin Kullanımı (= Frauenbilder auf der Titelseite von Wochenzeitschriften), Papier zur Diskussion "Presse und Frauen" im deutschen Kulturinstitut Ankara, 1988.

Muslim Identity and Childrens Picture Books, Diskussionspapier für die Konferenz 'Islam and Society in Turkey', Univ. of London, School of Oriental and African Studies, Mai 1988.