

Berna Pekesen

VERGANGENHEIT ALS POPULÄRKULTUR

Das Osmanenreich im türkischen Fernsehen der Gegenwart

Im Jahr 2012 kam der Film »Fetih 1453« in die türkischen Kinos.¹ Das Heldenepos um den 18-jährigen Sultan Mehmed II., dessen Truppen die oströmische Hauptstadt einnahmen, war unter Einsatz neuester Computertechnik, Animationen und vielerlei Effekten hergestellt worden. Der Kinostart in Istanbul war – damit die geschichtsträchtige Symbolik sich auch jedem Türken deutlich erschließe – um 14.53 Uhr. Der Film entwickelte sich rasch zum Kassenschlager. Er war nicht nur der teuerste in der Türkei jemals gedrehte Film – seine Produktionskosten beliefen sich auf 17 Mio. US-Dollar –, sondern zog auch die meisten Besucher an.

Der Erfolg dieses Films steht nicht allein. Er markiert einen vorläufigen Höhepunkt der Wiederkehr der osmanischen Vergangenheit – oder was man dafür hält. Wer heute durch türkische Städte streift, stößt überall auf die Renaissance des Osmanischen. Zahlreiche Restaurants bieten eine »osmanische« Speisekarte, Juweliere legen Osmanenschmuck ins Schaufenster, Innenarchitekten werben mit osmanischem Design, osmanische Schriftzüge oder Symbole der osmanischen Geschichte schmücken T-Shirts und Geschenkartikel. Nicht zuletzt hat der Buchmarkt die osmanische Vergangenheit entdeckt.² Einige Beobachter wollen sogar einen Hang zur neo-osmanischen Architektur bemerkt haben.³

-
- 1 <<http://www.1453fetih.com>>. In Deutschland lief der Film unter dem Titel »Die Eroberung von Konstantinopel«.
 - 2 Yaşar Aydın, Nationale Mythen in der türkischen Literatur. Eine politisch-soziologische Annäherung an den Roman »Şu Çılgın Türkler«, in: Sonja Witte u.a. (Hg.), *Pop Kultur Diskurs. Zum Verhältnis von Gesellschaft, Kulturindustrie und Wissenschaft*, Mainz 2010, S. 52-79.
 - 3 Özlem Sert, Yeni Osmanlıcı Hatırlamanın Halleri [Formen des neo-osmanischen Erinnerns], in: *Birikim [Erfahrungsschatz]* 293 (2013), S. 94-103.



Kein Spielfilm, aber eine filmreife Szene: Ministerpräsident Erdoğan, umringt von 16 Wächtern als Repräsentanten der türkischen Geschichte, empfängt in seinem neuen Palast den palästinensischen Präsidenten Abbas (Januar 2015).
(picture-alliance/dpa, Foto: Adem Altan)

Die Osmanen-Nostalgie boomt in allen Medien. Unter ihnen nimmt das Fernsehen eine herausragende Stellung ein. Andere Formen populärer Geschichtsvermittlung (Ausstellungen, Sachbücher usw.) spielen in der Türkei kaum eine Rolle bzw. sind nur für einen schmalen Kreis der Gebildeten in Großstädten relevant. Für die Mehrheit der Bevölkerung ist und bleibt das Fernsehen das Leit- und Orientierungsmedium schlechthin. Nirgendwo sonst werden die Zuschauer dauerhafter und intensiver mit der osmanischen Vergangenheit konfrontiert, nirgendwo können und sollen sie die von einer mal staatlichen, mal privaten Kulturindustrie aufbereitete Geschichte stärker konsumieren. Ein Blick in die Programmgestaltung der zahlreichen türkischen Fernsehsender belegt die in ihren Ausmaßen neuartige Osmanen-Konjunktur. Zahlreiche Kanäle bedienen das interessierte Publikum mit Geschichtssendungen, überwiegend im Talkshow-Format. Je nach Thema diskutieren dort Historiker, Journalisten, Publizisten und Zeitzeugen. Die Zuschauer können sich in die meisten Sendungen einschalten, Fragen stellen oder Kommentare abgeben. Es wäre aber falsch zu vermuten, hier seien nur Osmanenverherrlicher am Werk. Anders als zum Beispiel in Deutschland haben angesehene kritische Historiker ihren festen Sendeplatz bei verschiedenen

Sendern, die je nach politischem Standpunkt die eigene Klientel bedienen. Mehr als die Talk-Formate und die Studiogespräche erfreuen sich jedoch fiktionale Sendungen, also Spielfilme und Fernsehserien, großer Beliebtheit beim Publikum. Sie erzielen die höchsten Einschaltquoten, weshalb historische Seifenopern – im türkischen Sprachgebrauch kurz »Osmanlı dizileri« (Osmanenserien) genannt, auf allen Fernsehkanälen dominieren.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob der Geschichtsboom in den Medien und vor allem im Fernsehen ein besonders anschaulicher Ausdruck des von der Politik instrumentalisierten so genannten Neo-Osmanismus ist. Haben wir es hier mit einer ideologischen Funktionalisierung der osmanischen Vergangenheit zu tun, die der mit Geschichte nicht sehr vertrauten Bevölkerung übergestülpt wird? Oder handelt es sich in erster Linie um einen »unpolitischen« Vorgang populärkultureller Aneignung der Vergangenheit durch die auch in der Türkei gewachsene Unterhaltungsindustrie, die sich darauf eingestellt hat, die Wünsche des Publikums zu bedienen? Um dies zu klären, sind zunächst einige nähere Informationen zum Fernsehkonsum in der Türkei erforderlich. Außerdem werde ich das hier zugrunde gelegte Verständnis von Populärkultur knapp skizzieren. Mein Hauptinteresse gilt dann der Frage, wie das Phänomen der Vergangenheit als Populärkultur mit dem sozialen Wandel in der Türkei zusammenhängt.

Kein anderes Medium in der Türkei hat eine stärkere Wirkung für die Vermittlung und Wahrnehmung der Welt als das Fernsehen. Das gilt auch für die Vorstellungen über die Vergangenheit. Dabei reicht es nicht aus, sich nur die Zahlen über Fernsehkonsum und Einschaltquoten anzuschauen, sondern man muss in Rechnung stellen, dass die Bedeutung des Fernsehens aus einem anderen Grunde überragend ist: In der Türkei überwiegt die »Mündlichkeitskultur«, die auch durch eine relativ hohe Analphabetismusquote bedingt ist. Nicht lesen und schreiben zu können ist besonders unter Frauen noch immer verbreitet. In Zahlen ausgedrückt: Nach einer jüngeren Erhebung sind 10 Prozent der Frauen über 18 Jahren Analphabetinnen. Bei Frauen über 44 Jahren sind es sogar 20 Prozent. Die Statistiken sagen aber auch, dass rund 85 Prozent aller Bürgerinnen und Bürger in der Türkei lesen und schreiben *können* – die meisten tun es nur nicht. Dass die türkische Bevölkerung wenig lesefreudig ist, zeigen ebenfalls Zahlen der türkischen Statistikbehörde: 22 Prozent der Bevölkerung gelten als regelmäßige Zeitungsleser; Buchleser werden mit 4,5 Prozent und Zeitschriftenleser mit 4 Prozent geführt. Ein Viertel der Bürgerinnen und Bürger in der Türkei hört regelmäßig Radio, und hier vor allem die Musiksendungen. Wenn die Behörde jedoch feststellt, dass in 96 Prozent der Haushalte der Fernseher läuft, in vielen Fällen ununterbrochen, dann wird die mediale Hegemonie des Fernsehens – wenn auch offenkundig als Nebenbei-Medium – rasch deutlich.⁴

4 Vgl. Erika Glassen, Verlagslandschaft und Lesekultur, in: Udo Steinbach (Hg.), *Länderbericht Türkei*, Bonn 2012, S. 497-510; Türken lesen durchschnittlich alle zehn Jahre ein Buch, in: *Deutsch-Türkische Nachrichten*, 9.2.2012.

Der Staat weiß sehr genau, wie viel und was die Bewohner der Türkei fernsehen. 2006 lag der durchschnittliche Fernsehkonsum bei fünf Stunden und neun Minuten am Tag. Differenziert man nach sozialer Herkunft und nach Geschlechtern, so haben besonders Frauen und bildungsferne Schichten einen täglichen Fernsehkonsum von über sechs Stunden. (Zum Vergleich: In Deutschland beträgt der durchschnittliche Fernsehkonsum rund drei Stunden pro Tag.) Dass die Vergangenheit im Leitmedium Fernsehen zumeist nicht wissenschaftlich, ja nicht einmal populärwissenschaftlich präsentiert wird, dürfte auf der Hand liegen. Wir haben es also mit dem Phänomen der Vergangenheit als Populärkultur zu tun, das einer Erklärung bedarf.

Ich wähle den Begriff »Populärkultur« und nicht »Massenkultur«, um das, was hier untersucht wird, nicht von vornherein in den Referenzrahmen eines normativen und zugleich politisierten Kulturbegriffs zu rücken, wie er im Zusammenhang der frühen Debatten über Populärkultur von der Frankfurter Schule entworfen worden ist. Dort wurde – sehr verkürzt gesprochen – die Massenkultur als die kulturelle Ableitung einer ideologischen Interessengemeinschaft von Politik und »Kulturindustrie« sowie infolgedessen als eine Art »Opium für das Volk« interpretiert. Die Überlegungen der Frankfurter Schule, besonders Adornos und Horkheimers, zur »Kulturindustrie« wurden von den in Großbritannien seit den 1960er-Jahren entwickelten *Cultural Studies* zurückgewiesen, da dieser Zugang für die liberal-bürgerlichen Gesellschaften nicht adäquat sei. Die Vertreter der *Cultural Studies* stellen Populärkultur nicht von vornherein unter Ideologieverdacht, sondern untersuchen die ästhetischen Formen und Rezeptionsweisen mit größerer Offenheit, ohne jedoch die von der Frankfurter Schule hervorgehobenen gesellschaftlichen Funktionsbedingungen zu negieren.

Auch wenn es keine allgemein anerkannte Theorie der Populärkultur gibt, wird aus der Perspektive der *Cultural Studies* gemeinhin angenommen, dass Populärkultur keine »niedrige«, sondern eine *andere* Art der Kultur sei – mit anderen Akteuren und Rezipienten, einer anderen Ästhetik. Sie stelle eine kulturelle Aktivität dar, die in den Alltag der Menschen hineinreiche und ihn präge. Einige Vertreter der Populärkultur wie John Fiske sehen in ihr sogar einen emanzipativen Aspekt, eine »Kultur der Unterdrückten«, »die sich gegen ihre Unterdrücker wehren«. Zwar sei nicht zu übersehen, dass die Populärkultur industriell und profitorientiert produziere, aber sie könne den Rezipienten letztlich nichts diktieren. Das, so Fiske, belege die große Zahl an Filmen und anderen Produkten, die durch das Desinteresse der Konsumenten zu kostspieligen Flops geworden seien. Nach dieser Sicht ist Populärkultur nicht nur Konsum, sondern sie ist zugleich ein aktiver Vorgang, der Bedeutungen und Vergnügen in einem sozialen System hervorbringt. Deshalb könne Kultur, wie industriell auch immer entstanden, mit den Begriffen Verkaufen und Kaufen niemals hinreichend beschrieben werden.⁵

5 Vgl. John Fiske, *Understanding Popular Culture*, London 1989, S. 23-26.

Die zahlreichen Verästelungen der Theorien zur Populärkultur (sowie ihre Verbindungen zur Geschichtskultur) können an dieser Stelle nicht vertieft werden.⁶ Hervorgehoben sei lediglich, dass Entstehung und Entwicklung der Populärkultur von bestimmten gesellschaftlichen, politischen wie soziographischen Bedingungen abhängen (Urbanisierung, Demokratisierung, Vorhandensein einer Mittelklasse usw.). Verkürzt ausgedrückt: Ohne ein bestimmtes Maß an bürgerlichen Freiheiten gibt es keine Populärkultur. Sie kann nicht unter einer strikten Kultur des Zwangs entstehen. Bezogen auf den Umgang mit den Medien heißt das: Um von Populärkultur sprechen zu können, muss eine mindestens *partielle* Rezeptionsfreiheit gewährleistet sein – die »Freiheit, sowohl das zu Rezipierende auszuwählen, als auch den Bedeutungs- und Anwendungsprozess mitzubestimmen«.⁷ Damit ist allerdings nicht gesagt, dass undemokratische Regime die Entwicklung der Populärkultur gänzlich verhindern würden. Im Gegenteil, sie sehen die Unterhaltungsindustrie häufig als systemstabilisierend an und lassen sie deshalb gewähren, wie es etwa in der Volksrepublik China der Fall sein dürfte. Häufig tritt die Populärkultur in nicht-demokratischen Ländern zudem als Gegenkultur auf. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob die von den *Cultural Studies* festgestellten emanzipativen und autonomen Merkmale der Populärkultur auch dort zur Geltung kommen, wo Staaten oder politische Regime ein weltanschauliches Programm verfolgen, steuernd in den Medienkonsum eingreifen und damit ein schwer zu bestimmendes, schwankendes Maß an autoritärer Führung beanspruchen. In der Türkei ist das der Fall, wie ich gleich noch ausführen werde. Das Verhältnis von Politik und Unterhaltungsindustrie muss aber näher analysiert werden.

Welche Aussagen lassen sich nun treffen über die ideologische Funktionalisierung speziell der osmanischen Vergangenheit durch Politik und Unterhaltungsindustrie? Welche Konfliktfelder eröffnet die Vergangenheit als Populärkultur zwischen Rezipienten und Produzenten? Welche gesellschaftlichen Transformationsprozesse können in dem hier untersuchten Bereich der Populärkultur aufgedeckt werden?

Der Film »Fetih 1453« wurde zunächst im Kino gezeigt, dann kam er als Serie ins Fernsehen. Das »mit Märtyrerblut durchtränkte Heldenepos« beginnt mit der angeblichen prophetischen Ankündigung von der Einnahme der Stadt und endet mit ihrer Eroberung.⁸ Kritische Historiker monierten, der Film halte sich nicht an die tatsächliche Chronologie der Ereignisse, aber derlei pedantische Einwände treffen das Genre nicht. Der Film konzentriert sich auf den Helden- und Edelmut des osmanischen Herrschers. Zum Beispiel ordnet Sultan Mehmed II. großmütig an, den Leichnam des byzantinischen Kaisers Konstantin XI. nach den Regeln der christlichen Religion

6 Im deutschsprachigen Raum besonders ertragreich waren in den vergangenen Jahren die Impulse und Erkenntnisse der Freiburger DFG-Forschergruppe »Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen der Gegenwart«; siehe <<http://portal.uni-freiburg.de/historische-lebenswelten/>>.

7 Hans-Otto Hügel, Einführung, in: ders. (Hg.), *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*, Stuttgart 2003, S. 1-22, hier S. 6.

8 Klaus Kreiser, Die Eroberung Konstantinopels unter anderen Vorzeichen, in: *Süddeutsche Zeitung*, 27.2.2012.

beizusetzen. Ungeachtet dessen finden sich zahlreiche Feind-Klischees wie die »Schlampe Byzanz« (*kahpe Bizans*) oder das »verrückte Byzanz«. Damit entsteht aus dem religiösen Zusammenprall das Bild einer moralischen Höherwertigkeit, die gleichzeitig als Legitimation für die Eroberung gelten darf. Doch scheint sich an dieser Stelle ein Widerspruch einzustellen, denn der hohe Anspruch der islamischen Eroberer wird im Film bildlich zurückgenommen. Die Handlung kommt nicht ohne sittlich zweifelhaftes Bikini-Schönheiten aus, die sich lasziv in der Therme räkeln, wo auch die politischen Beratungen stattfinden.

Wie fügt sich dieser Film in das politisch-ideologische Umfeld der gegenwärtigen Türkei ein? Im Sinne einer ideologisch funktionalisierten Unterhaltung entsprechen der fast drei Stunden dauernde Blockbuster und die Fernsehserie auf den ersten Blick dem konservativ-islamischen Programm der seit 2002 regierenden Partei für Gerechtigkeit und Aufbau, der AKP, bzw. der von ihr betriebenen glorifizierenden Rückschau auf die erfolgreichen Vorväter. In der Tat kann von einem neuen Phänomen der Aneignung des Mediums Fernsehen unter islamischen Vorzeichen die Rede sein. Doch wie eben angedeutet, kann diese Aneignung des Mediums auch zu Konflikten mit islamischen Vorstellungen von Anstand und Moral führen. Die AKP mag das Medium Fernsehen ideologisch instrumentalisieren, aber zugleich unterwirft sie sich unausweichlich der Welt des Kommerzes und der Logik der Unterhaltung.

Die Fernsehserie »Muhteşem Yüzyıl« (»Das prächtige Jahrhundert«) ist ein weiteres Beispiel für die auf den türkischen Bildschirmen dargestellte Verklärung des Osmanischen Reichs bzw. der Macht der Sultane.⁹ Sultan Süleyman der Prächtige steht hier im Zentrum der Handlung. Seine Regierungsära (1520–1566) gilt als die Blütezeit des Osmanenreichs. Außenpolitisch bedeutsam war die territoriale Expansion besonders auf dem Balkan; sie führte seine Truppen 1529 bis vor die Tore Wiens. Die Hauptakteure der historischen Seifenoper sind der schöne Sultan, sein smarterer Großwesir sowie viele schöne Frauen, Geliebte und Konkubinen, die um die Gunst des Sultans werben. Die Serie, deren Fortsetzungen seit 2011 laufen, entwickelte sich zu einem der größten Publikumserfolge der vergangenen Jahre. Sie wurde in 22 Ländern ausgestrahlt, darunter in Russland, Griechenland, in vielen Ländern Südosteuropas und im arabischen Raum. Glaubt man den türkischen Medien, verfolgen 150 Millionen Zuschauer weltweit die Serie.

Während »Muhteşem Yüzyıl« ausgerechnet in den ehemaligen osmanischen Gebieten in Kroatien, Bosnien und Mazedonien großen Erfolg hatte, zog die Serie in der Türkei wütende Kritiken auf sich.¹⁰ Die Produzenten sahen sich dem Vorwurf ausgesetzt, islamische Sittlichkeitsvorstellungen zu verletzen. Obwohl sich der Film

9 <<http://www.muhtesemyuzuil.tv>>.

10 Siehe z.B. Omar al-Ghazzi/Marwan M. Kraidy, Neo-Ottoman Cool 2: Turkish Nation Branding and Arabic Language Transnational Broadcasting, in: *International Journal of Communication* 7 (2013), S. 2341-2360; Maria Rigoutsu/Basak Özay, Türkische »Invasion« im griechischen Fernsehen, in: *Deutsche Welle*, 28.2.2013; Christos Loutradis, Turkish soap opera becomes popular in Greece, in: *Hürriyet Daily News*, 18.7.2010; Karen Krüger, Türkische Fernsehserien – Eine kulturelle Revolution, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 20.11.2012.

thematisch in die Glorifizierung der Osmanen einfügt, liefen konservative und religiöse Kreise Sturm gegen die wahrscheinlich erfolgreichste Seifenoper des türkischen Fernsehens. Sie kritisierten, dass sich die Handlung nicht um den Sultan dreht, sondern überwiegend um seine Hauptfrau Hürrem Sultan. In der Tat wird diese – in der europäischen Literatur besser bekannt unter ihrem ukrainischen Namen Roxelane – als eine intelligente und durchtriebene Frau porträtiert, die es schafft, von einer ehemals christlichen Haremsklavin zur einflussreichen Ehefrau des Sultans aufzusteigen.

In die Kritik schaltete sich sogar Ministerpräsident Erdoğan ein, weil ihm die allzu menschliche Darstellung des ruhmreichen Sultans Süleyman nicht gefiel. Er sah darin eine Verunglimpfung der großartigen osmanischen Geschichte und drohte den Produzenten mit einer Klage wegen Volksverhetzung. Erdoğan störte sich an den Inszenierungen des Liebeslebens der historischen Figuren, den Intrigen im Harem und den Machtspielen im Palast. Einen derart unheldenhaft und als triebgesteuert dargestellten Sultan wollte er nicht hinnehmen: Es sei völlig inakzeptabel, dass der herrliche Sultan wie Wachs in den Händen einer Frau gezeigt werde; anders als im Film beschrieben, habe der Sultan 30 Jahre auf dem Pferderücken zugebracht und heldenhafte Eroberungen vorgenommen. Der Ministerpräsident folgerte: Das Volk müsse mit Hilfe der Gerichte jenen einen Denkkzettel verpassen, die mit den Werten des Volkes spielten. Über diese Schelte berichteten auch die deutschen Medien. Hier zeigt sich, auf welchem schmalen Grat die Filmschaffenden in der Türkei zwischen staatlicher Steuerung und der inneren Logik der Populärkultur balancieren müssen. Zu einer Anklage kam es jedoch nicht. Nach der Intervention der Politik kündigte der *private* Sender in einem Akt vorausseilender Selbstzensur an, die Serie vorzeitig aus dem Programm zu nehmen. Zwar wird »Muhteşem Yüzyıl« weiterhin ausgestrahlt, doch kommen Szenen mit sexuellen Andeutungen nicht mehr vor; die Frauen treten nun in züchtiger Kleidung und teilweise mit lockeren Kopftüchern auf.

Wie so oft bei neuartigen Programmformaten folgten auf die Blockbuster zahlreiche Imitate. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit seien einige »Osmanenserien« genannt, die über die türkischen Bildschirme laufen: »Fatih der Eroberer« (das ist die Serienversion des Spielfilms), »Die osmanische Ohrfeige«, »Tiefer Staat im Osmanenreich«, »Es waren einmal die Osmanen«, »Das längste Jahrhundert«, »Schmutzige Spiele«, »Der Sturz des Kalifen«. Auf die Wiedergabe des Inhalts kann an dieser Stelle verzichtet werden. Die Filme bieten überwiegend leichte Unterhaltung, glorifizieren die Sultane sowie Schlacht- und Märtyrertode und flechten dabei jede Menge Verschwörungstheorien ein. Im Übrigen sind nicht alle Serien so erfolgreich wie »Das prächtige Jahrhundert«. Interventionen der Regierung und Sanktionen der staatlichen Fernsehaufsicht zwangen die Produzenten mehrfach, ihre Spielfilme und Serien an islamische Vorstellungen von Anstand und Moral anzupassen. Hier zeigte sich aber das von der Theorie der Populärkultur aufgezeigte Dilemma: Die entschärften Serien, die ohne Sexgeschichten und freizügige Frauen auskommen mussten, verfehlten den Publikumsgeschmack. Sie erwiesen sich als unrentabel, weil sie keine genügenden Einschaltquoten und damit auch keine Werbeeinnahmen erzielen konnten. Tendenziell

kann man sagen: Gerade diejenigen Serien, die im staatlichen Fernsehen TRT liefen und daher regierungskonform sittsam inszeniert waren, wurden inzwischen wieder aus dem Programm genommen.

Die Grenze zwischen ideologischer Funktion der historischen Unterhaltungsindustrie einerseits, Rezipientengeschmack bzw. Konsum andererseits ist fließend und muss immer wieder neu justiert werden. Ideologische Konflikte sind nicht nur nicht ausgeschlossen, sondern angelegt. Unübersehbar ist die zumindest partielle Indienststellung der Vergangenheit als Populärkultur durch die Regierung. Damit aber ergibt sich ein weiteres Problem, das die Theorie der Populärkultur mit dem Begriff der »Kulturverschmutzung« (*cultural pollution*) beschreibt. Dies betrifft den Charakter der Konflikte zwischen Politik und Kommerz: In der Populärkultur verbirgt sich im türkischen Fall ein gewissermaßen amtlicher Anspruch auf hochkulturelle Inhalte, d.h. die Regierung unterstützt grundsätzlich die Darstellung der Vergangenheit als Populärkultur, aber sie versucht gerade das Populäre zu eliminieren. Wenn sie den Fernsehserien ein »höheres« Niveau verabreichen möchte – und das mit den Mitteln des autoritären Staats –, dann ist sie im Begriff, in der Populärkultur tatsächlich den »Verblendungszusammenhang« herzustellen.

Mit diesen Ausführungen ist aber noch nicht geklärt, warum so viele Türkinnen und Türken in der populärkulturell präsentierten Vergangenheit schwelgen. Wie schon gesagt wurde, lässt sich die Wiederkehr des Osmanischen Reichs als ein elementarer Bestandteil der Kulturpolitik der regierenden AKP deuten. In diesem Sinne äußern sich viele türkische Soziologen, die der Meinung sind, dass die »Osmanen-Verherrlichung« als ein Top-Down-Prozess zu verstehen sei. Dabei wird der Begriff »Neo-Osmanismus« angeführt. Besonders AKP-kritische Eliten in der Türkei, aber auch westliche Medien verstehen darunter eine ausgreifende türkische Außen- und eine repressive Kulturpolitik im Inneren. Neo-Osmanismus gilt vielen als der Versuch der heutigen Türkei, in moderner Form den alten Einflussbereich des Osmanischen Reichs zu rekonstruieren und den Staat kulturpolitisch zu konsolidieren.¹¹ In der Türkei jedoch kommt der Begriff Neo-Osmanismus nicht gut an und wird offiziell nicht verwendet, da er geeignet ist, negative Implikationen wie »kriegerische Eroberung« und »Unterjochung fremder Bevölkerungsgruppen« hervorzurufen. Diese negativen Wahrnehmungen sind besonders in den Nationalgeschichtsschreibungen der post-osmanischen Länder in Südosteuropa eine feste narrative Konstante.

Es ist in der Tat nicht von der Hand zu weisen, dass osmanische Vergangenheit und muslimische Identität wesentliche Bestandteile der Kulturpolitik der AKP-Regierung ausmachen, unter der Parole »zurück zu den islamisch-osmanischen Wurzeln«. Mit Hilfe der staatlichen Behörde für Film- und Fernsehaufsicht (Radyo Televizyon Üst Kurumu) kann die Regierung zensierend und steuernd in die Medien eingreifen. Ein Hauptproblem der türkischen Medienlandschaft ist zudem die sehr starke Verknüpfung von politischer und wirtschaftlicher Macht sowie die Monopolisierung der Medienkonzerne. Diese sind zumeist Mischkonzerne, die ihre Haupteinträge in anderen

11 Siehe die Beiträge in: Bernd Rill (Hg.), *Türkische Außenpolitik*, München 2012.

Sektoren erzielen (wie Banken, Energie, Bauwirtschaft) und deshalb ein starkes Interesse an öffentlichen Aufträgen und Krediten haben. Das führt zu einem Anpassungsdruck an die Signale der Regierung, bis hin zur regierungskonformen Darstellung öffentlicher Ereignisse. Aus diesen Gründen neigen viele Beobachter dazu, die medialen Ausprägungen des Neo-Osmanismus als einen staatlich induzierten Vorgang zu interpretieren, der letztlich das Ziel habe, die Gesellschaft auf islamische Grundsätze und außenpolitische Stärke hin zu orientieren.

So treffend diese Einschätzungen als politische Zeitdiagnosen mitunter auch sein mögen – sie greifen zu kurz, wenn der tiefgreifende soziale und soziokulturelle Wandel der letzten Jahrzehnte für eine Untersuchung der Populärkultur unberücksichtigt bleibt. Die Türkei hat mit dem Aufstieg der AKP eine Umwälzung erlebt, die nicht nur die oberflächlich sichtbaren kulturpolitischen Handlungen betrifft, sondern auch tieferliegende, längerfristige gesellschaftliche Entwicklungen. Denn zum ersten Mal seit der Staatsgründung 1923 hat eine Schicht die Macht erobert, die dem Elitenprofil der alten Republik nicht entspricht. Das sind vor allem Anatolier, die seit den 1960er-Jahren infolge der Landflucht in die großen Ballungszentren gezogen sind und ihr islamisches Milieu in die Großstädte hineingetragen haben; außerdem anatolische Mittelschichten, die ebenfalls tief im Islam verwurzelt sind. In den Großstädten führten diese Bevölkerungsgruppen lange Zeit eine Parallelexistenz, abgeschottet von den »modernen«, d.h. gebildet-laizistischen Mittel- und Oberschichten. Die Lebenswelten der unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen berührten sich kaum. Zu Konflikten kam es, als die anatolische Schicht, in den 1990er-Jahren zu Wohlstand gelangt, allmählich begann, dem öffentlichen Raum ihren Stempel aufzudrücken. Für diese Spaltung der Gesellschaft bürgerten sich in der türkischen Öffentlichkeit die Begriffe »weiße Türken« und »schwarze Türken« ein.¹² Unter »weißen Türken« versteht man in aller Regel die gebildeten, urbanen, europäisch und global orientierten Menschen aus der Mittel- und Oberschicht, unter »schwarzen Türken« dagegen die frommen, traditionsbewussten Anatolier aus der Provinz, die von den »Weißtürken« als unkultiviert und unzivilisiert angesehen werden.

Wollte man weiter mit diesem Begriffspaar argumentieren, so könnte man meinen, dass heute ein Prozess zu Ende gekommen ist, den man als die politische Emanzipation der »Schwarztürken« bezeichnen kann. Die anatolische Provinz hat inzwischen eine im Islam verwurzelte bürgerliche Mittelschicht hervorgebracht, die auch im öffentlichen Leben ihre wahrnehmbaren Zeichen hinterlässt. Eben diese neue Schicht, aus der auch die AKP hervorgegangen ist, zeigt Interesse an einer alternativen »Geschichtsschreibung«, die besser zum islamisch-konservativen Selbstverständnis passt als das offizielle kemalistische Narrativ. Das zeigt sich besonders im Umgang mit der osmanischen Geschichte. Der westlich orientierte Kemalismus hatte das Osmanische Reich hinter sich gelassen, Kalifat und Sultanat abgeschafft und sich radikal von diesem historischen Erbe abgewendet. Das Osmanenreich diente in der offiziellen

12 Zur Begriffsgeschichte und Diskussion siehe die Beiträge in: Riva Kastoryano (Hg.), *Turkey between Nationalism and Globalism*, New York 2013.

kemalistischen Geschichtsschreibung als eine negative Folie: Es erschien als ein korumpiertes und kosmopolitisches, nicht nationales Vielvölkerreich, das deshalb zurückgeblieben und zum Untergang verdammt gewesen sei. Der Kemalismus, wenn es ihn überhaupt als geschlossene Ideologie geben sollte, suchte sich seine Geschichtsmymthen eher in der vorosmanischen Zeit. Nicht die Osmanen, sondern die turkstämmigen Steppenbewohner Zentralasiens wurden zu den Ahnen der Türken erklärt.

Das ältere türkische Fernsehprogramm hatte diesem Narrativ Rechnung getragen. Bis in die 1990er-Jahre gab es ein staatliches Fernsehen, das als Resonanzverstärker des Kemalismus galt und sich mit seinem elitären Geschmackskanon überwiegend an die gebildete urbane, europäisch orientierte Mittelschicht in den Großstädten richtete. Muslimisch-konservative Meinungseliten fanden ihre Orientierungen im Staatsfernsehen TRT nicht vertreten – in den 1990er-Jahren sprach man sogar von einem »Kulturgenozid«, der vom türkischen Staatsfernsehen begangen werde.¹³ Damit war die Verbreitung der westlichen Kultur und des westlichen Wertesystems durch TRT gemeint. Islamisch-konservative Kritiker vermissten unter anderem die angemessene Würdigung der osmanischen Geschichte.

Inzwischen ist das offizielle Geschichtsnarrativ stark erodiert. Entscheidend war dafür die Zulassung kommerzieller Privatsender im Laufe der 1990er-Jahre. Seitdem gerieten die Vorherrschaft des Staats im Bereich der Kulturproduktion und die staatliche Deutungshoheit immer mehr unter Druck. Mit dem Ausbau des privaten Medienmarkts verlor der türkische staatliche Rundfunk sein Monopol und musste mit den kommerziell orientierten Privatsendern konkurrieren. Diese erreichten nun auch die bisher vom Staatsfernsehen benachteiligten Schichten, die Armutsbevölkerung, bildungsferne sowie religiöse Bevölkerungsgruppen. Damit führte der »Markt« zur Heterogenität des Kulturangebots und zur Expansion der Populärkultur.

Auf diese Weise drangen alternative und konkurrierende Geschichtsdarstellungen in die türkische Gesellschaft ein, die vor allem über die privaten Fernsehkanäle vermittelt wurden. Sämtliche Tabus der nationalen Geschichte, die bislang nur unter professionellen Historikern ein Thema waren, wurden nun zum öffentlichen Gesprächsstoff. Über die neuen Medien erfuhren die Fernsehzuschauer im Laufe der 1990er-Jahre etwa, dass im Ersten Weltkrieg Armenier des Osmanischen Reichs als Folge der damaligen Regierungspolitik ermordet worden waren und dass die Weltöffentlichkeit diese Vorgänge als Genozid einstuft. Viele Menschen aus der jungen Generation nahmen staunend zur Kenntnis, dass einst eine hohe Zahl an Nichtmuslimen in ihrem Land gelebt hatte. Einige der nationalen Traumata wie etwa die Vertreibung von Griechen aus der Türkei 1955 wurden auch filmisch verarbeitet. Zu einem Publikumsrenner in der Türkei und in Griechenland gleichermaßen wurde zum Beispiel die Seifenoper »Yabancı Damat« (»Fremder Bräutigam«). Obgleich mit den Mitteln der seichten Unterhaltung erzählt, spielte die Serie gezielt mit den gegenseitigen nationalen Klischees und zeigte dem Fernsehpublikum einen – wenn auch im Privaten

13 Vgl. Christine Jung, *Islamische Fernsehsender in der Türkei. Zur Entwicklung des türkischen Fernsehens zwischen Staat, Markt und Religion*, Berlin 2003, S. 112.

angesiedelten – Weg der Versöhnung auf. Noch bevor die Osmanen-Mode einsetzte, wurden im türkischen Fernsehen die türkische linke »68er«-Bewegung und die 1980er-Jahre nach dem Militärputsch filmisch und in Form von Seifenopern abgearbeitet, die ebenfalls großen Anklang beim Publikum fanden.

Die Kommerzialisierung des Medienmarkts trug letztlich dazu bei, dass in der Türkei konkurrierende Geschichtsdarstellungen und ein Erinnerungspluralismus entstehen konnten. Die Fernsehkanäle begannen mehr und mehr zu produzieren, was das Publikum verlangte. Die meisten Medien in der Türkei gingen zwar nicht konform mit den neueren Erkenntnissen der Historikerzunft, aber sie gaben in ihren Sendungen Raum für Tabuthemen. Ob affirmativ oder verneinend – allein *dass* konkurrierende Erinnerungen medial vermittelt wurden, führte zum Aufleben alternativer Vergangenheitsdeutungen. Die Medien im Allgemeinen und die Fernsehkanäle im Besonderen bedienten das allgemein gewachsene Geschichtsinteresse. Die Wiederkehr der osmanischen Vergangenheit ist daher nicht nur als ein Teil des islamischen Kulturprogramms der AKP zu interpretieren, sondern mindestens ebenso sehr als eine Reaktion der Fernsehmacher auf die Erschütterungen des nationalen Selbstbilds und die Erosion des kemalistischen Fortschrittsglaubens. Konfrontiert mit den »unangenehmen« Aspekten der kemalistisch-republikanischen Geschichte wurde die osmanische Geschichte als positives Gegenstück neu erfunden, zumal das Osmanenreich in manchem offener war als die Republik. Die filmische Imagination der osmanischen Vergangenheit ist insofern eine Eroberung der eigenen Geschichte im ästhetischen Format der Unterhaltung.

Die »Osmanenserien« machen freilich nur einen Teil der umfangreichen Serienproduktion in der Türkei aus, und ihr Erfolg ist vor diesem Hintergrund etwas zu relativieren. Offensichtlich sind es nicht nur Serien mit historischen Bezügen, die beim türkischen Publikum gut ankommen, sondern insgesamt alle Seifenopern – auch Serien, die in der Gegenwart spielen, wie etwa »Aşk-1 Memnu« (»Verbotene Liebe«), »Fatmagül'ün Suçu Ne?« (»Was ist Fatmagüls Schuld?«) oder »Gümüş« (»Silber«), um nur einige der Publikumsrenner zu nennen.¹⁴ Alle diese Serien enthalten populärkulturelle, mit Sex & Crime angereicherte Unterhaltungselemente, die beim türkischen Publikum sehr beliebt sind. Fehlen diese Elemente, werden die Serien entweder aus dem Programm genommen oder aber ins Staatsfernsehen abgeschoben, das nicht auf Werbeanzeigen angewiesen ist, sowie in die der Regierung nahestehenden Sender. Offenbart sich in diesem Vorgang nicht das von Theoretikern der Populärkultur betonte aktive und eigensinnige Verhalten der Medienkonsumenten? Deren Entscheidung wird sich jedenfalls in den Einschaltquoten bemerkbar machen und damit einen indirekten Einfluss auf Programm- bzw. Serieninhalte haben. Da allerdings systematische Untersuchungen zur Rezipientenseite und Wirkungsanalysen bislang fehlen, können keine verallgemeinernden Aussagen darüber getroffen werden, warum

14 Siehe z.B. Thomas Seibert, Türken sind verrückt nach »Verbotener Liebe«, in: *Tagesspiegel*, 23.6.2010; Krüger, Türkische Fernsehserien (Anm. 10); Tim Neshitov, Türkische Antwort auf »Sex and the City«, Bildungsstätte Harem, in: *Süddeutsche Zeitung*, 9.8.2013.

das türkische Publikum hungrig nach historischen (und ebenso nicht-historischen) Serien ist – und welche eigenen Geschichtsdeutungen es daraus womöglich ableitet. Lediglich aus wenigen Untersuchungen ist zu entnehmen, dass besonders Zuschauerinnen die Seifenopern einschalten. Sie haben zwar großes Mitleid mit den meist vom Schicksal gebeutelten Serienheldinnen; identifizieren möchten sie sich aber lieber mit den Erfolgsfrauen, die in jeder Lage Haltung bewahren und dabei aussehen, als kämen sie geradewegs vom Laufsteg. Deswegen, so die türkische Historikerin Özlem Sert, sei Hürrem Sultan auch so beliebt bei den Frauen. Allerdings wünschten sie sich nicht den Harem zurück, sondern würden bloß gern einmal so leben wie im Palast.¹⁵

Für Filmbeispiele siehe die Internet-Version unter
<<http://www.zeithistorische-forschungen.de/1-2015/id=5186>>.

Dr. Berna Pekesen

Universität Hamburg | Asien-Afrika-Institut/Turkologie
Edmund-Siemers-Allee 1 (Flügel Ost) | D-20146 Hamburg
E-Mail: berna.pekesen@uni-hamburg.de

15 Sert, *Yeni Osmanlıcı* (Anm. 3), S. 100f.