
Inhalt

Einleitung

1. Wie denken Sie über getürkte Medien?.....	7
2. Mediaworld.....	13
3. Kultur ist Bewegung	
3.1. Landkarte Kultur.....	19
3.2. Kultur als symbolische Distribution.....	21
3.3. Kultur als Sozialisationsprozess.....	22
3.4. Kultur als permanente Konstruktion von Sinn.....	23
3.5. Multikulturalismus und Transkulturalismus.....	27
4. Kultur und Medien	
4.1. Multilinguale Medienbeispiele.....	35
4.2. Medien als kulturelles Kapital.....	37
4.3. Medien verweisen auf Medien.....	39
4.4. Medien und ihr Inhalt – Diskurse.....	44
5. Sprache und kulturelle Identität.....	49
6. Ethnizität und türkischsprachige Medienkultur in Deutschland.....	53
7. Gesellschaftliche Wirkung türkischsprachiger Medien..	61

8. Empirisches Untersuchungsdesign für deutsch- und türkischsprachige Print- und Hörfunkmedien.....	65
9. Erhebung und Analyse von deutsch- und türkischsprachigen Printmedien in Deutschland	
9.1. Die Situation deutsch- und türkischsprachiger Printmedien.....	67
9.2. Persembe.....	71
9.3. otkökü.....	83
9.4. Hürriyet.....	93
9.5. Dünya.....	105
9.6. Arkadas.....	117
9.7. Evrensel.....	125
10. Erhebung und Analyse deutsch- und türkischsprachiger Radioprogramme in Deutschland	
10.1. Die Situation deutsch- und türkischsprachiger Formate im Radio.....	139
10.2. Café Alaturka.....	145
10.3. Cilgin.....	155
10.4. Radio MuniFM.....	165
10.5. Radio Kaktus.....	175
11. Deutsch- und türkischsprachige Printmedien im Vergleich.....	183
12. Deutsch- und türkischsprachige Radioprogramme im Vergleich.....	187
13. Deutsch- und türkischsprachige Print- und Hörfunkmedien und ihre Positionierung im Integrations- und Multikulturalismuskurs.....	193
14. Lebenssituation der Türkeistämmigen in Deutschland	199
15. Szenarien der Entwicklung deutsch- und türkischsprachiger Medien.....	203
Anmerkungen.....	213
Literatur/Internetadressen.....	219