



OTH

REGENSBURG

BABS-MI

Beiträge zur migrationssensiblen Sozialen Arbeit

Berufsbegleitender Studiengang
Soziale Arbeit an der OTH Regensburg

Sommersemester 2026



Vorwort

Liebe Leser*innen,

Sie halten die siebte Ausgabe der Zeitschrift BABS-Mi in den Händen. Wie bereits die vorangegangenen Ausgaben ist auch diese im Rahmen eines über zwei Semester angelegten Lehrforschungsprojekts im berufsbegleitenden Studiengang Soziale Arbeit an der OTH Regensburg entstanden.

Im Mittelpunkt dieser Ausgabe steht die Mediennutzung von Menschen mit Bezug zur Türkei. Warum widmen wir uns diesem Thema? Wie schon in der vergangenen Ausgabe unterstützen die Studierenden damit das Forschungsprojekt „Transnationale Formen des Rechtsextremismus am Beispiel der Ülkücü“. Was sich hinter diesem Begriff verbirgt und welche Zusammenhänge dabei eine Rolle spielen, erfahren Sie in den Beiträgen dieser Ausgabe.

Um Ihnen zentrale Informationen übersichtlich und kompakt zugänglich zu machen, haben wir in dieser Ausgabe außerdem verschiedene Informationskästen eingefügt. Wir wünschen Ihnen eine anregende und informative Lektüre. Diese Zeitschrift würde es nicht geben, wenn sie nicht von so vielen Menschen unterstützt worden wäre. Ich möchte mich ganz herzlich bei allen Interviewpartner*innen bedanken. Danke auch an die Studierenden, die mit so viel Engagement bei der Sache waren. Den Mentor*innen Julia Greim, Ivan Gyokov, Rabia Kökten, Franziska Koschei, Dr. Stefanie Obergrießer und Claudia Villalobos gilt mein Dank für Ihre Unterstützung der Studierenden. Mia Reichart hat als Studentische Hilfskraft mitgewirkt und aus den einzelnen Beiträgen eine Zeitschrift zusammengestellt. Claudia Villalobos hat zusätzlich noch für das ansprechende Layout gesorgt und Rabia Kökten mit Luis Koller für die fachliche Verknüpfung mit dem Forschungsprojekt.

Wir wünschen Ihnen eine anregende und informative Lektüre. Falls Sie Wünsche, Anregungen oder Kritik haben, schreiben Sie mir. Sie erreichen mich unter martina.ortner@oth-regensburg.de

Herzliche Grüße

Martina Ortner
Professorin für Migrationssensible Soziale Arbeit

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN
Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg
Berufsbegleitender Studiengang Soziale Arbeit

Prof. Dr. Martina Ortner
Seybothstraße 2
93053 Regensburg

REDAKTIONSLEITUNG
Prof. Dr. Martina Ortner
Redaktionelle Mitarbeit
Mia Reichart, Luis Koller, Rabia Kökten

GESTALTUNG
Servicestelle Lehre & Didaktik
Claudia Villalobos

TEXT
Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht
unbedingt die Meinung von Herausgeberin und
Redaktion wieder.

Nicht gekennzeichnete Fotos:
Servicestelle Lehre & Didaktik

Oktober 2026
Ausgabe 7

DOI
<https://doi.org/10.35096/othr/pub-10404>

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	
Martina Ortner	3
EINLEITUNG	
Martina Ortner	6
METHODENKAPITEL	
Martina Ortner, Mia Reichart	10
TRANSNATIONALE FORMEN DES RECHTSEXTREMISMUS AM BEISPIEL DER ÜLKÜCÜ-BEWEGUNG	
Luis Koller, Rabia Kökten	12
RECHTSEXTREMISMUS UND SOCIAL MEDIA	
Von Plattformdynamiken bis zur Ülkücü-Bewegung	
Martin Gugler, Melena Kuhn, Sabrina Fürnstein	15
WAS SIND DIE GRAUEN WÖLFE?	
Luis Koller, Rabia Kökten	22
MEDIENNUTZUNG IM SOZIALEN ALLTAG: ZWISCHEN BEZIEHUNGEN, ROUTINEN UND TRANSNATIONALEN BEZÜGEN	
Julia Haas, Andrea Bloier	25
WAS IST DER FORSCHUNGSVERBUND FORGEREX?	
Luis Koller, Rabia Kökten	32
MENTORINNEN DER FORSCHUNGSGRUPPEN	
Mentor*innen	34
ZWISCHEN SMARTPHONE, FERNSEHEN UND MEHRSPRACHIGKEIT	
Alexander Hilmer, Michael Liebig, Sandra Popp	39
WAS SIND SOZIALE MEDIEN?	
Luis Koller, Rabia Kökten	46
DIGITALE MEDIEN IN DER FREIZEIT VON MENSCHEN MIT TÜRKEIBEZUG	
Helena Bauer, Michael Meindl	49
FAZIT	
Martina Ortner	59

Einleitung

Martina Ortner

Unsere Mediennutzung hat sich in den vergangenen drei Jahrzehnten grundlegend verändert. Was früher als irritierende Form privater Medienrezeption im öffentlichen Raum wahrgenommen wurde – etwa das Musikhören über Kopfhörer mit einem tragbaren Abspielgerät –, ist heute alltäglich (vgl. Hosokawa, 2008). Insbesondere soziale Medien und Messenger-Dienste ermöglichen es, Beziehungen, Informationen und Alltagserfahrungen über räumliche Distanzen hinweg zu teilen. Damit verändern sie nicht nur Formen individueller Kommunikation, sondern auch die Bedingungen, unter denen soziale und politische Netzwerke entstehen und fortbestehen.

Ausgehend von dieser Beobachtung untersucht ein Lehrforschungsprojekt, welche Bedeutung Medien im Alltag von Menschen mit transnationalen Bezügen haben. Im Mittelpunkt steht die Frage, ob und inwiefern Personen, deren Familienmitglieder oder Freund*innen in unterschiedlichen Ländern leben, Medien anders nutzen als Menschen ohne solche grenzüberschreitenden Beziehungen. Angeregt wurde diese Fragestellung durch ein Forschungsprojekt zur Ülkücü-Bewegung, die häufig als „Graue Wölfe“ bezeichnet wird. Die rechtsextreme Bewegung vertritt eine großtürkisch-nationalistische Ideologie und richtet sich unter anderem gegen Kurd*innen, Armenier*innen und Alevit*innen; zudem weist sie antisemitische, antifeministische und queerfeindliche Positionen auf (vgl. Bozay, 2024).

Die Ülkücü-Bewegung ist nicht auf die Türkei beschränkt. Sie ist auch in jenen Ländern präsent, in denen Menschen mit Bezügen zur Türkei leben – unabhängig davon, ob diese selbst migriert oder im jeweiligen Aufenthaltsland geboren worden sind. Auch in Deutschland vertreten Personen diese Ideologie; ihre Aktivitäten sind überwiegend in Vereinen organisiert (vgl. Kökten, 2025). Im Bayerischen Forschungsverbund für Gegenwartsanalysen, Erinnerungspraxis und Gegenstrategien zum Rechtsextremismus (www.forgerex.de) untersucht ein Teilprojekt transnationale Formen des Rechtsextremismus am Beispiel der Ülkücü-Bewegung. Dabei wurde deutlich, welche Möglichkeiten soziale Medien für die Aufrechterhaltung, Verdichtung und Sichtbarkeit grenzüberschreitender politischer Netzwerke eröffnen.

Diese Beobachtung führte zu der weitergehenden Frage, wie Menschen mit sozialen Bezügen zu anderen Ländern Medien im Alltag nutzen. Daraus entstand das hier vorgestellte Lehrforschungsprojekt, in dem Studierende ein laufendes Forschungsprojekt unterstützen und zugleich empirische Forschungsmethoden erlernten. Das Projekt war auf zwei Semester angelegt: Im Wintersemester 2025/2026 führten die Studierenden leitfadengestützte Interviews; im Sommersemester 2026 verfassten sie auf Grundlage der empirischen Befunde Fachartikel und wurden dabei von Mentor*innen begleitet. Theoretisch knüpft das Projekt an die Konzepte des Transnationalismus und

der postmigrantischen Gesellschaft an. Unter Transnationalismus werden grenzüberschreitende soziale Beziehungen und Netzwerke verstanden (Pries 2010). Dazu zählen beispielsweise Familien, deren Mitglieder in Deutschland und der Türkei leben und über Messenger-Dienste wie WhatsApp regelmäßig miteinander kommunizieren. Über solche Medien werden Alltagserfahrungen geteilt und räumliche Distanzen teilweise überbrückt. Diese kommunikativen Möglichkeiten nutzen jedoch nicht nur Familien und Freund*innen, sondern auch politische Akteur*innen und Gruppen, darunter die Ülkücü-Bewegung.

Der Begriff der postmigrantischen Gesellschaft verweist darauf, dass Zu- und Abwanderung gesellschaftliche Normalität sind und Gesellschaften deshalb nicht als statische Gebilde verstanden werden können. Er lenkt den Blick auf Institutionen, Strukturen und politische Kulturen, die an die Migrationsrealität angepasst sein müssen (vgl. Foroutan, 2015). Deutschland und die Türkei sind zwar eigenständige Rechtsräume, die durch politische Beziehungen und Abkommen verbunden sind. Sie sind jedoch keine abgeschlossenen Container: Menschen pflegen Kontakte über Grenzen hinweg und leben in transnationalen Beziehungsnetzwerken. Soziale Medien haben deren Reichweite und Alltagsrelevanz erheblich erweitert, nicht zuletzt aufgrund ihrer breiten Verfügbarkeit und vergleichsweise geringen Nutzungskosten.

Zum Einstieg in die Ergebnisse des studentischen Projektes fasst Mia Reichart zunächst die einzelnen Arbeitsschritte zusammen: Zeitraum, Interviews und Auswertung. Diese Übersicht gibt einen hilf-

reichen Einblick in die Arbeitsweise der Studierenden und veranschaulicht, mit welchem Anspruch an Genauigkeit sie während des Projektes gearbeitet haben. In den Informationskästen, die von Luis Koller erarbeitet wurden, werden Fachbegriffe oder der weitere Projektzusammenhang erläutert.

Melena Wilfert, Sabrina Fürnstein und Martin Gugler untersuchen in ihrem Beitrag „Rechtsextremismus und Social Media. Von Plattformdynamiken bis zur Ülkücü-Bewegung“ Zusammenhänge. Sie diskutieren, wie transnationale rechtsextreme Akteur*innen Plattformlogiken strategisch nutzen und wie algorithmische Verstärkungsmechanismen Radikalisierungsprozesse begünstigen können. Sie zeigen auf, dass Rechtsextremismus und soziale Medien in einem sich wechselseitig verstärkenden Verhältnis stehen.

Andrea Bloier und Julia Haas fragen nach der Mediennutzung im sozialen Alltag: Zwischen Beziehungen, Routinen und transnationalen Bezügen. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass für viele Transnationalität selbstverständlich ist, auch wenn das Wort nicht benutzt wird. Die genutzten Medien dienen nicht ausschließlich der Kommunikation, sondern gestalten soziale Nähe und Zugehörigkeit. Sie schaffen und bestätigen ein Wir.

Der Beitrag „Zwischen Smartphone, Fernsehen und Mehrsprachigkeit“ von Alexander Hilmer, Michael Liebig und Sandra Popp beschreibt, wie sich Menschen mit Türkeibezug über politische Themen informieren und kommt zu dem Ergebnis, dass klassische Leitmedien zunehmend vernachlässigt, digitale, mobile und platt-

formübergreifende Angebote vermehrt genutzt werden und welche Vorteile Mehrsprachigkeit bietet.

Helena Bauer und Michael Meindl ergänzen in ihrem Beitrag die Perspektive mit „Digitale Medien in der Freizeit von Menschen mit Türkeibezug“. Es geht um Unterhaltung, Entspannung und Alltagsbewältigung. Sie stellen fest, dass die Art und Weise der Mediennutzung auch altersabhängig sein kann, aber es innerhalb der jeweiligen Altersstufen auch erhebliche Unterschiede gibt. Die Mehrsprachigkeit wird eingesetzt, um passgenaue Informationen zu bekommen und um Kontakte zu halten.

Im Fazit stellt Martina Ortner stellvertretend für die Studierendengruppe fest, dass die Interviews zeigen, dass Menschen mit Türkeibezug Medien in transnationalen Kommunikationsräumen nutzen, ohne sich grundlegend von anderen transnational lebenden Menschen zu unterscheiden. Soziale Medien fördern Austausch und Information, können durch algorithmische Personalisierung aber auch extremistische Inhalte sichtbar machen. Die Ergebnisse sind aufgrund begrenzter Interviewerfahrung vorsichtig zu deuten; ein Türkeibezug erklärt Mediennutzung nicht, erweitert jedoch mögliche sprachliche, familiäre und politische Bezüge.

Literaturverzeichnis

Bozay, Kemal (2024): Graue Wölfe – eine der größten rechtsextremen Organisationen in Deutschland. BPB. <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/260333/graue-woelfe-eine-der-groessten-rechtsextremen-organisationen-in-deutschland/>

Foroutan, Naika (2015): Die postmigrantische Gesellschaft. BPB. [https://www.bpb.de/themen/migration-integration/kurzdossiers/205190/die-postmigrantische-gesellschaft/Hosokawa,Shuhei.\(2008\[1984\]\):The-walkman-effect.Popular-Music.Seite-165-180.doi:10.1017/S0261143000006218](https://www.bpb.de/themen/migration-integration/kurzdossiers/205190/die-postmigrantische-gesellschaft/Hosokawa,Shuhei.(2008[1984]):The-walkman-effect.Popular-Music.Seite-165-180.doi:10.1017/S0261143000006218)

Kökten, Rabia (2025): Transnationale Organisationslogiken der extremen Rechten mit Türkeibezug in Bayern. Working Paper. <https://doi.org/10.35096/othr/pub-8460>

Pries, Ludger (2010): Transnationalisierung. Theorie und Empirie grenzüberschreitender Vergesellschaftung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92595-0>

Methodenkapitel

Martina Ortner, Mia Reichart

Die Datengrundlage basiert auf zwölf leitfadengestützten qualitativen Interviews mit Personen mit Türkeibezug. Das Sample umfasst neun Frauen und drei Männer, die sich hinsichtlich Generation, beruflicher Situation, Lebensbiografie und familiärer Lebenslage unterscheiden. Dadurch werden unterschiedliche Perspektiven auf die Mediennutzung im Migrationskontext sichtbar.

Die Interviews wurden im Rahmen eines studentischen Forschungsprojekts von Studierenden der Ostbayerischen Technischen Hochschule Regensburg durchgeführt. Inhaltlich orientierten sie sich an einem gemeinsamen Themenfeld und vergleichbaren Leitfragen. Thematisiert wurden verschiedene Aspekte der alltäglichen Mediennutzung sowie sprachliche, familiäre und transnationale Bezüge. Darüber hinaus wurde in mehreren Interviews auch der Nachrichtenkonsum und der Umgang mit politischen Inhalten hinterfragt, insbesondere im Hinblick auf die Wahrnehmung deutscher und türkischer Medien. Die Interviews wurden aufgezeichnet, transkribiert und anhand von Pseudonymen anonymisiert.

Die Auswertung erfolgte anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel. Dieses Verfahren zielt darauf ab, forschungsrelevante Informationen systematisch aus Interviewmaterial zu extrahieren und für die Beantwortung der Forschungsfrage zu nutzen (vgl. Gläser & Laudel, 2010, S. 197 f.). Für die Einzelauswertungen wurden Suchraster entwickelt, die sich am Forschungsthema und den Leitfragen der Interviews

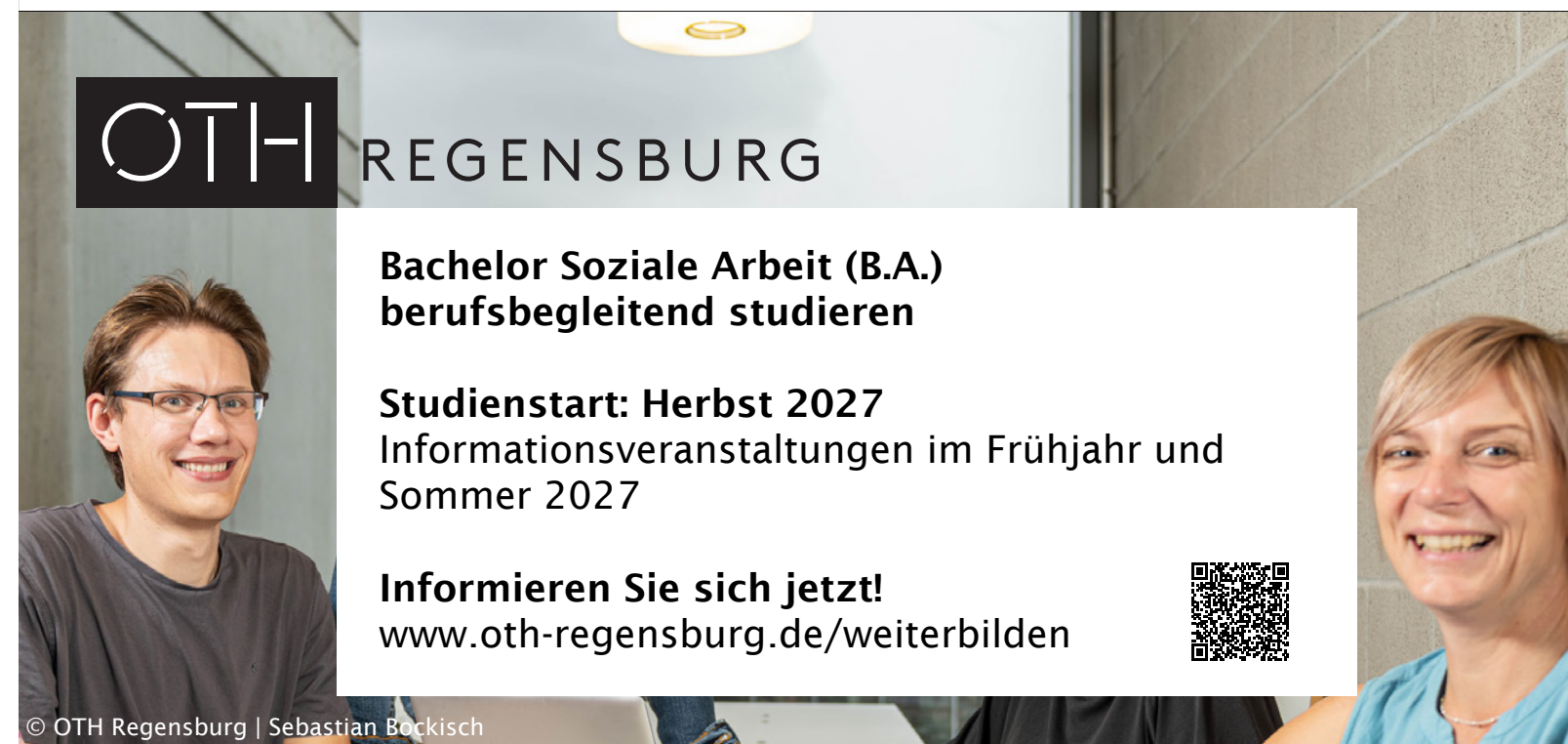
orientierten. Die Kategoriensysteme wurden deduktiv aus dem Erkenntnisinteresse und den Leitfragen entwickelt und im Verlauf der Analyse am Material überprüft und ergänzt. Kennzeichnend für den Ansatz nach Gläser und Laudel ist, dass das Kategoriensystem während der Extraktion offenbleibt, damit es bei relevanten, bisher nicht berücksichtigten Informationen angepasst und erweitert werden kann (vgl. Gläser & Laudel, 2010, S. 199 f.). Übergreifend finden sich in den Einzelauswertungen Kategorien zu alltäglicher Mediennutzung, Medienarten, Sprachwahl, Medienzeit, sozialen Medien, Medienkompetenz, transnationalen Familienbeziehungen und kultureller Identität. Die relevanten Interviewstellen wurden den Kategorien zugeordnet und in Auswertungstabellen dokumentiert und teilweise entlang von Ursachen-, Sach- und Wirkungsdimensionen analysiert.

Dadurch konnte nicht nur erfasst werden, welche Medien genutzt werden, sondern auch aus welchen Gründen und mit welcher Bedeutung.

Für die Ergebnisdarstellung werden die zwölf Interviews vergleichend betrachtet. Ziel ist es, unterschiedliche Formen und Bedeutungen der Mediennutzung fallbezogen zu analysieren, sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Interviews herauszuarbeiten.

Literaturverzeichnis

Gläser, J. & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.



OTH REGENSBURG

**Bachelor Soziale Arbeit (B.A.)
berufsbegleitend studieren**

Studienstart: Herbst 2027
Informationsveranstaltungen im Frühjahr und Sommer 2027

Informieren Sie sich jetzt!
www.oth-regensburg.de/weiterbilden



© OTH Regensburg | Sebastian Bockisch

Transnationale Formen des Rechtsextremismus am Beispiel der Ülkücü-Bewegung

Rabia Kökten, Luis Koller

In der Migrationsforschung werden transnationale soziale Räume als Ausgangspunkte sowie Ergebnisse transnationaler Orientierung und Handlung verstanden. Menschen überqueren Grenzen physisch, pflegen aber gleichzeitig grenzübergreifende soziale, politische oder ökonomische Praktiken, die ihrer Lebensqualität nützen – soweit möglich, unabhängig von nationalstaatlichen Grenzen (vgl. Glick-Schiller et al., 1995). Transnational zu leben ist für viele Menschen längst alltäglich und zunächst unabhängig ihrer politischen Orientierung. So kann auch für Menschen mit geschlossen rechtsextremem Weltbild eine transnationale Bindung sehr wichtig sein, gerade, wenn sich Personen Bewegungen wie der Ülkücü zugehörig fühlen, die ihren Ursprung nicht in Deutschland, sondern (in dem Fall) in der Türkei haben. Denn: diese Bindungen und Netzwerke bieten für die extreme Rechte strategische Gelegenheiten für eine strukturelle, ideelle und personelle Festigung im Lokalen. Sie können dazu beitragen, eine kollektive Identität sowie ideologischen Austausch zu stärken, eine Mobilisierung bei relevanten Themen zu begünstigen und vor Ort eine Legitimierung als türkischkulturelle Organisation voranzubringen.

Das Teilprojekt ReTra beleuchtet entsprechende Prozesse am Beispiel der sog. Grauen

Wölfe (bzw. Ülkücü-Bewegung) in Bayern. Es werden Strukturen, Aktivitäten und Vernetzungen entsprechender Gruppen in städtischen Kontexten sowie deren transnationale Verflechtungen bis in die Türkei analysiert. Dabei wird unter anderem untersucht, unter welchen Bedingungen eine Normalisierung der extremen Rechten mit Türkeibezug entsteht, wie staatliche und zivilgesellschaftliche Akteur*innen darin eingebunden sind und welche möglichen Gegenstrategien bestehen (vgl. Ortner & Kökten 2026). Das Projekt leistet einen Beitrag zur Erforschung transnationaler Formen des Rechtsextremismus, die nicht halt vor nationalen Grenzen machen und sich stattdessen strategisch-vernetzt aufstellen. Die Forschungsmethode ist partizipativ angesetzt und trägt zu einem gegenseitigen Wissensaustausch zwischen Forschung und zivilgesellschaftlicher Praxis bei. Mehr Informationen dazu finden Sie auch unter www.forgerex.de.

Literaturverzeichnis

Glick Schiller, Nina/ Basch, Linda/ Blanc-Szanton, Cristina (1995): From Immigrant to Transmigrant: Theorizing Transnational Migration. In: *Anthropological Quarterly*, 68. Jg., 1/1995, S. 48–63. <https://doi.org/10.2307/3317464>

Ortner, M. & Kökten, R. (2026). Transnationale Formen des Rechtsextremismus am Beispiel der Ülkücü-Bewegung [Online]. Verfügbar unter <https://www.forgerex.de/forschungsthemen/transnationale-formen-des-rechtsextremismus/> [abgerufen am 13.08.2026]

Rechtsextremismus und Social Media

VON PLATTFORMDYNAMIKEN BIS ZUR ÜLKÜCÜ-BEWEGUNG

Martin Gugler, Melena Kuhn, Sabrina Fürnstein

*Abstract: In der deutschen Parteienlandschaft und in den Einstellungen der Bevölkerung lässt sich in den letzten Jahren ein deutlicher Wandel erkennen, der durch die zunehmende Bedeutung sozialer Medien befeuert wird. Der vorliegende Artikel untersucht die Wechselwirkung zwischen der Verbreitung rechtsextremer Weltanschauungen und der algorithmischen Logik sozialer Medienplattformen. Am Fallbeispiel der türkischen Ülkücü-Bewegung (Graue Wölfe) wird exemplarisch gezeigt, wie transnationale rechtsextreme Akteur*innen Plattformlogiken strategisch nutzen und wie algorithmische Verstärkungsmechanismen Radikalisierungsprozesse begünstigen können.*

Einleitung

Während traditionelle Volksparteien mit stagnierenden Mitgliederzahlen kämpfen, verzeichnen Parteien am rechten und rechtsextremen Rand wie „Der III. Weg“ (+20 %), die „Freien Sachsen“ (+20 %) und besonders prägnant die AfD (+49 %) einen deutlichen Zulauf (vgl. Statistisches Bundesamt, 2024, o. S.). Die seit 2006 durchgeführte Mitte-Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung belegt zwar einen leichten Rückgang klar rechtsextremer Einstellungen, zeigt aber dennoch einen gestiegenen fanatischen Glauben an die Überlegenheit der eigenen Nation auf. Während siebzig Prozent der Bevölkerung den Anstieg des Rechtsextremismus als bedrohlich empfinden, finden sich dennoch zunehmend Personen, die demokratiefeindlichen Meinungen nicht mehr zweifelsfrei ablehnend gegenüberstehen (vgl. Schröter, 2025, S. 16 f.). Gleichzeitig nutzen laut ARD/ZDF-Medienstudie 2024 sechzig Prozent der Internetnutzer*innen soziale Medien regelmäßig (vgl. Müller, 2024, S. 1). In-

wie weit beeinflussen sich die Verbreitung von Rechtsextremismus und die algorithmischen Funktionsweisen sozialer Medien gegenseitig und welche Rolle spielen dabei rechtsextreme Akteur*innen mit Türkei-Bezug in Deutschland?

Dieser Artikel verfolgt eine qualitativ-analytische Methode auf Basis einer Literaturanalyse einschlägiger wissenschaftlicher Quellen, behördlicher Berichte und zivilgesellschaftlicher Studien. Im Folgenden werden zunächst die digitalen Strategien rechtsextremer Akteur*innen beleuchtet, anschließend die algorithmischen Mechanismen sozialer Plattformen analysiert und schließlich beide Aspekte am Fallbeispiel der Ülkücü-Bewegung zusammengeführt.

Rechtsextremismus im digitalen Raum: Strategien und Plattformen

Der digitale Bedeutungszuwachs rechtsextremer Akteur*innen spiegelt sich in ihrer Social-Media-Präsenz wider: Die AfD führt



mit 2,6 Millionen kumulierten Follower*innen auf Plattformen wie Instagram, TikTok, Facebook, X und YouTube die Rangliste der Bundestagsparteien mit deutlichem Abstand an; die zweitplatzierten Grünen erreichen 1,43 Millionen (vgl. Janson, 2024, o. S.). Hate Speech, Fear Speech und Fake News bilden dabei zentrale Strategien digitaler Propaganda. Sie rufen Emotionen hervor, bieten einfache Antworten auf komplexe Problemlagen und ermöglichen die Konstruktion gemeinsamer Feindbilder als Grundlage positiver Gruppenidentität (vgl. Endtricht, 2025, S. 401 ff.).

Rechtsextreme Akteur*innen nutzen das gesamte Spektrum verfügbarer Plattformen. Neben TikTok, X und Facebook werden Messenger-Dienste wie Telegram sowie die Gaming-Plattform Discord und das Imageboard Reddit zweckentfremdet (vgl. Guhl et al., 2020, S. 21). TikTok gilt als besonders effektiv einsetzbare Plattform. Durch kurze, emotionalisierende Beiträge ohne Überprüfungsmechanismen kann ein breites, junges Publikum erreicht werden (vgl. Bildungsstätte Anne Frank, 2024, S. 16). Gezielt wird zudem der „vorpolitische Raum“ besetzt. Politische Inhalte tauchen in unverdächtigen Kontexten auf. Gegen diese Vorgehensweise gibt es keine unmittelbare rechtliche Handhabe. Kontroverse Aussagen werden kommentiert und diskutiert, was rechtsextremen Akteur*innen erlaubt, mit Hasskommentaren oder Falschbehauptungen eine gezielte Diskussionsverschleppung zu betreiben (vgl. Ra-fael, 2017, o. S.).

Algorithmen und ihre Wechselwirkung mit Rechtsextremismus

Algorithmen sind „eine eindeutige, endliche Handlungsanweisung zur Lösung eines Problems“ (vgl. Völzmann, 2024, o. S.). Auf Social Media entscheiden sie anhand des erfassten Nutzungsverhaltens, welche Inhalte priorisiert angezeigt werden. Rechtsextreme Akteur*innen machen sich dabei den sogenannten Confirmation Bias zunutze. Dieser beschreibt die Tendenz von Nutzer*innen, bevorzugt Informationen zu konsumieren, die das eigene Weltbild bestätigen (vgl. Nickerson, 1998, S. 175 ff.).

Algorithmen priorisieren Beiträge mit hoher Emotionalität, da diese nachweislich gesteigerte Interaktionsraten erzeugen. Plattformen interpretieren diese Interaktionsdichte als Indikator für Relevanz und spielen entsprechende Inhalte aus wirtschaftlichem Interesse an maximaler Nutzungszeit verstärkt aus (vgl. Veilleux-Lepage, 2026, o. S.). Besonders auf TikTok ist die Reichweite von der Follower*innenanzahl entkoppelt. Maßgeblich ist allein die Interaktionsrate eines Einzelbeitrags. Videos, die Emotionen wie Angst oder Wut auslösen, werden auf der „For You“-Seite überproportional verbreitet, was verkürzte Inhalte und Desinformation gegenüber sachlicher Berichterstattung strukturell bevorteilt (vgl. Franke & Hajok, 2024, o. S.).

Die Folge ist eine schleichende Desensibilisierung. Durch häufige Konfrontation mit Hassrede kommt es zur Wahrnehmungsverschiebung. Aussagen, die früher auf breite Ablehnung stießen, wirken heute gesellschaftsfähig. Beispielsweise beschreibt der Begriff Remigration

die Rückkehr von Migrant*innen in ihre Herkunftsländer. Seit einigen Jahren hat der Begriff Remigration an Bekanntheit und Etablierung gewonnen und wird von rechtspopulistischen und rechtsextremen Menschen öffentlich verwendet, um ihn im Sinne ihrer Ideologie umzudeuten. Für diese Akteur*innen steht der Begriff für massenhafte Ausweisung von Menschen mit Migrationsgeschichte (vgl. Oltmer, 2025, o. S.). Seit dem Bekanntwerden des Geheimtreffens in Potsdam hat Correctiv, Stand September 2025, 11.000 Beiträge von Mitgliedern des Deutschen Bundestages der AfD auf deren Konten bei Facebook, X, Instagram, TikTok und Telegram gezählt, welche den Begriff Remigration enthielten (vgl. Böhmer et al., 2025, o. S.). Laut Schulze und Rieger (2025) berichten 78 Prozent der Deutschen über 14 Jahren von Erfahrungen mit Hasskommentaren; in der Gruppe der 14- bis 24-Jährigen sind es sogar 92 Prozent (vgl. Schulze & Rieger, 2025, o. S.). Individuelle Prädispositionen und soziale Einbettung sind dabei als ergänzende Einflussfaktoren zu berücksichtigen (vgl. Hohner et al., 2025, o. S.).

Die Ülkücü-Bewegung im digitalen Raum

Die Ülkücü-Bewegung, bekannt als die „Grauen Wölfe“, stellt mit mehr als 12.000 Anhänger*innen in Deutschland die zweitstärkste rechtsextreme Kraft im Land dar (vgl. Küpeli, 2025, S. 90). Die Bewegung ist in Dachverbänden organisiert. Besonders hervorzuheben ist der ADTDF (Türk Federasyon) mit über 200 Ortsvereinen und rund 7.000 Mitgliedern. Dieser ist über Moschee- und Vereinsstrukturen gesellschaftlich tief verankert (vgl. Küpeli, 2025, S. 90).

Im digitalen Raum verbreiten sich rechtsextreme Inhalte zum einen über eigene Kanäle der Bewegung, zum anderen über Social-Media-Accounts von Anhänger*innen des türkischen Staatspräsidenten Recep Erdoğan, die als Brücke zu rechtskonservativ eingestellten türkischstämmigen Menschen in Deutschland fungieren (vgl. Küpeli, 2025, S. 101). TikTok konnte Facebook als taktgebende Plattform ablösen, während YouTube insbesondere zur Verbreitung türkisch-nationalistischer Musik, etwa über das Label Ayyildiz Records, dient (vgl. Küpeli, 2025, S. 101). Einzelne Protagonist*innen vertreten auf öffentlichen Profilen moderate Positionen, während sie unter Pseudonymen rechtsextremistische Inhalte verbreiten (vgl. Bundesamt für Verfassungsschutz 2024, o. S.).

Neben organisationsgebundenen Strukturen hat sich eine diffuse Akteur*innen-gruppe herausgebildet, die Ideologieversatzstücke der türkischen extremen Rechten mit globalen Verschwörungsnarrativen wie dem „Great Reset“ oder „Großer Austausch“ verbindet und sich so in die breitere rechte Szene in Deutschland integriert (vgl. Küpeli, 2025, S. 102). Seit dem 7. Oktober 2023 dominiert antiisraelische Mobilisierung die Social-Media-Aktivitäten der türkischen extremen Rechten und ermöglicht eine Brückenbildung zu anderen rechtsextremen Strömungen (vgl. Küpeli, 2025, S. 102 f.).

Für die Präventionsarbeit ergibt sich das spezifische Problem, dass die verbreiteten Inhalte von Rezipient*innen nicht als extrem, sondern als anschlussfähig wahrgenommen werden. Gegennarrative müssen daher aus den betroffenen Communities selbst kommen. Zudem braucht es

eine gezielte Sensibilisierung im Bereich der Medienkompetenz, um rechtsextreme Symbole und Codes zu erkennen (vgl. Küpeli, 2025, S. 106).

Fazit und Ausblick

Rechtsextremismus und soziale Medien stehen in einem sich wechselseitig verstärkenden Verhältnis. Rechtsextreme Akteur*innen nutzen Emotionalisierung, Desinformation und codierte Sprache strategisch, während Algorithmen diese Reichweite strukturell verstärken. Dies geschieht, da Plattformen Interaktionsdichte als Relevanzindikator auswerten und emotionalisierende Inhalte ungeachtet ihrer gesellschaftlichen Schädlichkeit überproportional ausspielen (vgl. Franke & Hajok, 2024, o. S.; Veilleux-Lepage 2026, o. S.). Am Fallbeispiel der Ülkücü-Bewegung zeigt sich, dass diese Dynamiken transnationale Dimensionen annehmen. Mit über 12.000 Anhänger*innen und tiefer Verankerung in zivilgesellschaftlichen Strukturen verfügt die Bewegung über Reichweiten, die durch Plattformlogiken weiter verstärkt werden (vgl. Küpeli, 2025, S. 90). Besonders problematisch ist, dass rechtsextreme Inhalte von Rezipient*innen häufig nicht als solche erkannt werden, was gezielte Gegenwehr erschwert (vgl. Küpeli, 2025, S. 106). Auf regulatorischer Ebene bietet der Digital Services Act erste verbindliche Ansatzpunkte. Auf pädagogischer Ebene bleibt Medienkompetenzförderung ein zentraler Präventionspunkt. Forschungsbedarf besteht insbesondere hinsichtlich plattformspezifischer Radikalisierungspfade sowie des mehrheitsgesellschaftlich geprägten Rechtsextremismus im digitalen Raum (vgl. ForGeRex o. J., o. S.).

Literaturverzeichnis

- Bildungsstätte Anne Frank (Hrsg.) (2024): Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten. Trends, Strategien und Ästhetik in der Social-Media-Kommunikation. Report #RechteJugend. Hrsg. v. Berendsen, Eva / Schnabel, Deborah. Bildungsstätte Anne Frank. Frankfurt am Main.
- Böhmer, Martin / Hesch, Stella / Knippel, Isabel (2025): Dauerbeschallung im Feed: Wie die AfD „Remigration“ groß macht, Correctiv, URL: [HYPERLINK "https://correctiv.org/aktuelles/neue-rechte/2025/09/30/afd-remigration-social-media-analyse/"](https://correctiv.org/aktuelles/neue-rechte/2025/09/30/afd-remigration-social-media-analyse/) \n _blank<https://correctiv.org/aktuelles/neue-rechte/2025/09/30/afd-remigration-social-media-analyse/> [abgerufen am 28.07.2026].
- Bundesamt für Verfassungsschutz (2024): Bundesministerium des Innern und für Heimat (Hrsg.): Verfassungsschutzbericht 2024. Bexbach.
- Endtricht, Rebecca (2025): Digitale Identitäten und Rechtsextremismus – Soziale Medien als Radikalisierungsraum. S. 397–411. In: Imbusch, Peter / Steg, Jorisfra (Hrsg.): Bedrohungsanalysen. Wiesbaden: Springer VS.
- ForGeRex (o. J.): Transnationale Formen des Rechtsextremismus. URL: <https://www.forgerex.de/forschungsthemen/transnationale-formen-des-rechtsextremismus/> [abgerufen am 16.04.2026].
- Franke, Lara / Hajok, Daniel. (2024): Rechtsextreme Strategien in den sozialen Medien. Bundeszentrale für politische Bildung. URL: <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/549324/rechtsextreme-strategien-in-den-sozialen-medien/> [abgerufen am 03.04.2026].
- Guhl, Jakob / Ebner, Julia / Rau, Jan (2020): Das Online-Ökosystem rechtsextremer Akteure. Hrsg. v. Jon Birdwell. London / Washington DC / Beirut / Toronto: Institute for Strategic Dialogue / Robert-Bosch-Stiftung.
- Hohner, Julian / Schulze, Heidi / Greipl, Simon / Rieger, Diana (2025): Soziale Medien und Radikalisierung: Kommunikation, Mediennutzung und extremismusaffine Einstellungen seit 2020. München: Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU).
- Janson, Matthias (2024): AfD auf Social Media am breitesten aufgestellt. In: Statistisches Bundesamt (Statista). URL: <https://de.statista.com/infografik/7616/fans-der-parteien-in-den-sozialen-netzwerken/> [abgerufen am 04.04.2026].
- Küpeli, Ismail (2025): Graue Wölfe. Türkischer Rechtsextremismus in Deutschland. 1. Auflage. Münster: Unrast Verlag.
- Müller, Thorsten (2024): Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2024. Zahl der Social-Media-Nutzenden steigt auf 60 Prozent. S. 1–8. In: Media Perspektiven, 28/2024.
- Nickerson, Raymond S. (1998): Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. In: Review of General Psychology, 2(2), S. 175–220. URL: <https://www.researchgate.net/publication/280685490> [abgerufen am 14.04.2026].
- Oltmer, Jochen (2025): Rückwanderung. Bundeszentrale für politische Bildung, URL: [HYPERLINK "https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/glossar-migration-integration/270628/rueckwanderung/"](https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/glossar-migration-integration/270628/rueckwanderung/) \n _blank<https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/glossar-migration-integration/270628/rueckwanderung/> [abgerufen am 28.07.2026].
- Rafael, Simone (2017): Hass im Netz – Rechtsextreme Onlinestrategien. Bundeszentrale für politische Bildung. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/259259/hass-im-netz-rechtsextreme-onlinestrategien/> [abgerufen am 31.05.2026].
- Schröter, Franziska (2025): Vorwort der Herausgeberin. S. 15–18. In: Zick, Andreas / Küpper, Beate / Mokros, Nico / Eden, Marco (Hrsg.): Die angespannte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland 2024/25. Bonn: Dietz Verlag.
- Schulze, Heidi/ Rieger Diana (2025): Diskussionsräume und Radikalisierungsprozesse in Sozialen Medien. URL: <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/562042/diskussionsraeume-und-radikalisierungsprozesse-in-sozialen-medien/> [abgerufen am 31.05.2026].

Statistisches Bundesamt (2024): Mitgliederzahlen der rechtsextremen Parteien in Deutschland von 2014 bis 2024. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4760/umfrage/entwicklung-der-mitgliederzahlen-von-rechtsradikalen-parteien/> [abgerufen am 04.04.2026].

Veilleux-Lepage, Yannick (2026): Neue Technologien im Rechtsextremismus – Generative künstliche Intelligenz. Bundeszentrale für politische Bildung. URL: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/576908/neue-technologien-im-rechtsextremismus/> [abgerufen am 14.04.2026].

Völzmann, Berit (2024): Definition: Algorithmus. Leibniz Universität Hannover, Juristische Fakultät. URL: <https://www.jura.uni-hannover.de/en/fakultaet/professuren/voelzmann/aktuelles/einzelansicht/news/algorithmus> [abgerufen am 09.04.2026].



Was sind die Grauen Wölfe?

Rabia Kökten, Luis Koller

Die Grauen Wölfe (bzw. Ülkücü-Bewegung) sind eine rechtsextreme Organisation mit ihrem Ursprung in der Türkei. Im Zentrum ihrer Ideologie steht ein extremer Nationalismus, dessen Ideal ein türkisches Großreich namens „Turan“ ist (vgl. Bozay 2024). Damit verbunden sind rassistische, antisemitische, sexistische und autoritäre Inhalte. In der Türkei ist die Bewegung, durch Parteien wie die MHP oder die BBP, fest im politischen Alltag verankert und besitzt große Macht. Die Grauen Wölfe sind auch in Deutschland weit vernetzt und etabliert. Organisiert in Dachverbänden und Vereinen nutzen sie ein großes Netzwerk, um zu mobilisieren, Ideologien zu verbreiten und Zugehörigkeiten herzustellen (vgl. FaTRex, 2025). Hierzulande bilden sie eine der größten rechtsextremen Organisationen (vgl. Bozay, 2024). Feindbilder der Grauen Wölfe sind auch in Deutschland lebende Menschen und Gruppen wie Alevit*innen, Kurd*innen, Juden und Jüd*innen oder linke Oppositionelle. Damit stellt die Ülkücü-Bewegung eine Gefahr für die gesellschaftliche Vielfalt und die Demokratie dar (vgl. FaTRex, 2025).

Literaturverzeichnis

Bozay, K. (2024) "Graue Wölfe – eine der größten rechtsextremen Organisationen in Deutschland | Rechtsextremismus | bpb.de", Bundeszentrale für politische Bildung, 20. August [Online]. Verfügbar unter <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/260333/graue-woelfe-eine-der-groessten-rechtsextremen-organisationen-in-deutschland/#node-content-title-1> [abgerufen am 14.08.2026].

FaTRex (2025) Türkischer Rechtsextremismus – FaTRex [Online]. Verfügbar unter <https://fatrex.de/tuerkischer-rechtsextremismus/> [abgerufen am 19.08.2026].



Mediennutzung im sozialen Alltag: Zwischen Beziehungen, Routinen und transnationalen Bezügen

Julia Haas, Andrea Bloier

Abstract: Medien sind für viele Menschen ein integraler Bestandteil des Alltags. Für Personen mit Migrationsbiografie sind sie dabei eng mit sozialen Beziehungen verbunden. Der vorliegende Beitrag untersucht die Bedeutung von Medien im Alltag von Menschen mit Türkeibezug in Bayern. Im Fokus der Untersuchung steht die Frage, welche Rolle Medien für die Kommunikation mit Familie und Freunden sowie für die Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen über räumliche Distanzen hinweg spielen. Anhand der geführten Interviews wird deutlich, dass mediale Kommunikation insbesondere im familiären Kontext bedeutsam ist und transnationale Bezüge eine Selbstverständlichkeit darstellen. Medien dienen dabei nicht ausschließlich der Kommunikation, sondern gestalten auch soziale Nähe und Zugehörigkeit.

Medien als Brücke sozialer Lebenswelten

Mediale Kommunikation ist ein fester Bestandteil sozialer Beziehungen und prägt zunehmend den Alltag von Menschen (vgl. Kramp, 2022, S. 442). Insbesondere im Kontext von Migration gewinnen digitale Medien an Bedeutung, da sie die Aufrechterhaltung von Kontakten über räumliche und nationale Grenzen hinweg ermöglichen.

Formen der Mediennutzung sind eng mit individuellen Lebenssituationen sowie mit familiären und sozialen Kontexten verbunden (vgl. Röser, 2007, S. 17f.). Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, die Bedeutung von Medien im Kontext sozialer Beziehungen von Menschen mit Türkeibezug zu untersuchen. Der Beitrag geht der Frage nach: Welche Rolle spielen Medien in den sozialen Beziehungen der Befragten?

Die Rolle von Medien in der Gestaltung sozialer Beziehungen

Nach dem Mediatisierungsansatz von Friedrich Krotz sind Medien nicht nur Übertragungskanäle, sondern Bestandteil des Handelns selbst. Sie strukturieren kommunikative Praktiken und verändern damit, wie Menschen im Alltag Nähe herstellen und Beziehungen pflegen (vgl. Kramp, 2022, S. 440). Diese Verschränkung zeigt sich in den Interviews an einem konkreten Medium: WhatsApp erweist sich über alle Altersgruppen hinweg als zentrales Werkzeug der Beziehungspflege. Waltraud Palme beschreibt ihre Nutzung als festen Bestandteil ihres Alltags:

„[...] Ich bin ein bisschen süchtig nach WhatsApp. Da sind immer viele Nachrichten von Freunden und der Familie, besonders in der Familiengruppe [...]“

WhatsApp ist bei mir täglich, ähm, fast rund um die Uhr. Ich habe da viele Gruppen, eine für die Familie, eine mit meinen Freundinnen und da wird viel geteilt [...].“ (Waltraud Palme, Z. 21 ff., 81 ff.)

Deutlich wird dabei, dass sich mediale Kommunikation als wiederkehrende Alltagsroutine vollzieht. Sie ist nicht an besondere Anlässe gebunden, sondern in den täglichen Rhythmus eingebettet. Eine solche Aneignung kommunikativer Praktiken beschreibt deren gezielte Integration in den Alltag (vgl. Röser & Roitsch, 2025, S. 627f.). Dass diese Routinen dabei nicht an einem Ort haltmachen, sondern selbstverständlich über Grenzen hinweg reichen, zeigt Lisa Pustebume:

„[...] hab den Bezug eben durch meine Eltern und Familie, weil meine Eltern dort geboren sind. [...] Wir haben auch Kontakt zu der Familie in der Türkei. Also meistens über WhatsApp, Instagram viel, aber wir telefonieren auch ab und zu, mit meiner Oma zum Beispiel [...].“ (Lisa Pustebume, Z. 22 ff.)

Ihre Schilderung führt zu einer weiteren Dimension: Medien dienen nicht nur der alltäglichen Kommunikation, sondern verbinden die Befragten zugleich mit ihren Familien im Herkunftsland.

Transnationale Dimensionen der Mediennutzung

Digitale Medien konstituieren für Menschen mit Migrationshintergrund soziale Räume, in denen familiäre Beziehungen kontinuierlich gepflegt und kulturelle Zugehörigkeiten fortlaufend verhandelt werden (vgl. Hepp et al., 2011, S. 9). Wie Hepp

anhand eigener Forschung zu Migrationsgemeinschaften zeigt, entsteht gerade durch die medienvermittelte, translokale Kommunikation innerhalb der Diaspora eine kommunikative Vernetzung, die Herkunfts- und Aufnahmeland miteinander verbindet (vgl. Hepp, 2011, S. 91). In der Forschung zur Heimatmediennutzung - der Nutzung von Medien aus dem Herkunftsland - werden drei zentrale Motive unterschieden: Erstens die Bewahrung des kulturellen Erbes, also die mediale Rückbindung an Sprache und Tradition (vgl. Reutter et al., 2009, S. 34); zweitens der banale Transnationalismus als alltäglich-selbstverständliche Nutzung herkunftsbezogener Medien (vgl. Reutter et al., S. 35); drittens die aktive Hybridität, die gezielte Kombination von Angeboten aus dem Herkunfts- und dem Aufnahmeland (vgl. Reutter et al., S. 37). Diese Motivstruktur lässt sich in den vorliegenden Interviews nachweisen. Der emotionale Kern transnationaler Verbundenheit manifestiert sich insbesondere in der sprachlichen Dimension der Kommunikation. Ein Befragter der zweiten Generation beschreibt, wie der Kontakt zu Verwandten in der Türkei ausschließlich über digitale Medien und auf Türkisch gepflegt wird:

„Zu meinen Cousins, meinem Onkel über WhatsApp. Wir schreiben dann auf Türkisch, sie haben nie Deutsch gelernt [...] Mit meiner Oma telefoniere ich, wir sprechen dann auch Türkisch.“ (Peter Pustebume, Z. 98 ff.)

Die Videotelefonie überwindet dabei die räumliche Distanz auf emotionaler Ebene, wie ein weiterer Befragter der zweiten Generation eindrücklich beschreibt:

„Meine Oma, mit der videotelefonier ich jede Woche über WhatsApp. Das ist schon krass, wie sehr Medien uns da verbinden. Ohne Internet wär der Kontakt viel schwieriger.“ (Albert Sonnenblume, Z. 99 f.)

Besonders anschaulich zeigt sich das Motiv der Bewahrung des kulturellen Erbes bei der Elterngeneration, für die türkische Fernsehinhalte eine kontinuierliche Rückbindung an die Herkunftskultur darstellen, während jüngere Generationen bewusst deutsch- und türkischsprachige Angebote kombinieren und damit bikulturelle Aushandlungsräume realisieren (vgl. Hepp et al., 2011, S. 192). Dies beschreibt Albert Sonnenblume wie folgt:

„Meine Eltern nutzen viel türkisches Fernsehen [...] Die schauen das jeden Abend, für die ist das wie Heimat im Fernsehen.“ (Albert Sonnenblume, Z. 176 f.)

Auch diese transnationalen Praktiken folgen festen Routinen - vom wöchentlichen Videotelefonat mit der Großmutter bis zum abendlichen Fernsehritual der Elterngeneration. Sie lassen sich als banaler Transnationalismus im Sinne einer alltäglich-selbstverständlichen Mediennutzung verstehen.

Emotionale und identitätsbezogene Aspekte der Mediennutzung

Menschen mit Türkeibezug nutzen überwiegend deutsche Medien, greifen jedoch häufig auf türkische Angebote und die türkische Sprache zurück. Medien stärken dabei die familiäre Nähe und Zugehörigkeit und dienen als Verbindung zum Herkunftsland (vgl. Schührer, 2018, S. 54).

Dass die Sprachwahl selbst eine emotionale Funktion erfüllt, zeigt die folgende Aussage:

„[...] wenn wir Sprachnachrichten schicken [...] mit meinen Cousins und Cousinen da rede ich natürlich Türkisch [...] ist emotionaler, familiärer. Aber Nachrichten, die deutschen Nachrichten schaue ich natürlich auf Deutsch.“ (Pia Pustebume, Z. 116 ff.)

Türkisch ist hier an den familiären, gefühlsbetonten Nahbereich gebunden, Deutsch an die sachlichen Kontexte wie Nachrichten. Die Sprachwahl markiert damit, welche Art von Beziehung und Nähe jeweils adressiert wird. Diese herkunftsorientierte Zuwendung kann sich im Lebenslauf sogar verstärken, wie das folgende Zitat verdeutlicht:

„Früher hab ich öfters geschaut gehabt auf deutschen Kanälen. - Warum jetzt nicht mehr? - Weiß gar nicht, weil ich älter geworden bin. Wahrscheinlich möchte ich dann auch ein bisschen meine Kultur kennenlernen.“ (Frau Granatapfel, Z. 96 ff.)

Dass Medien wie Fernsehen oder Zeitungen die emotionale Bindung, Zugehörigkeit und Identität zum Herkunftsland stärken und zugleich kulturelle Integration und Verständigung unterstützen, bestätigen auch Rydin und Sjöberg (2007, S. 285) sowie Janzen (2009, S. 60). Solche kommunikativen Netzwerke ermöglichen die translokale Konstruktion von Herkunft im Alltag (vgl. Hepp et al., 2011, S. 179).

Gleichzeitig wird in den Interviews ersichtlich, dass Mediennutzung nicht ausschließlich mit Nähe und Zugehörigkeit

verbunden ist, sondern auch einen bewussten Umgang mit digitaler Sichtbarkeit und sozialer Teilhabe impliziert.

Mediennutzung im Spannungsfeld von Privatheit und sozialer Teilhabe

Medien tragen für Migrant*innen wesentlich zur Aushandlung von Zugehörigkeit und Identität in der Aufnahmegesellschaft bei (vgl. Zöllner, 2009, S. 3). Da Personen mit Migrationshintergrund fortlaufend mit externen Zuschreibungen konfrontiert sind (vgl. Hepp et al., 2011, S. 9), wird die bewusste Steuerung der eigenen digitalen Sichtbarkeit zu einer zentralen Alltagspraxis (vgl. Döring, 2025, S. 16): Indem die Befragten kontrollieren, wie sie sich darstellen und wie lange Inhalte sichtbar bleiben, sichern sie zugleich ihre Identität. Ein zentrales Ergebnis der vorliegenden Studie ist, dass nahezu alle Befragten soziale Medien bewusst passiv nutzen – sie lesen und verfolgen Inhalte, veröffentlichen eigene Beiträge aber selten oder gar nicht. Auffällig ist, dass diese zurückhaltende Nutzung vor allem von den befragten Frauen geschildert wird. Eine Befragte der dritten Generation bringt dies pointiert zum Ausdruck:

„Auf Insta poste ich nichts. Ich bin eine Stalkerin.“ (Selin Orchidee, Z. 318 f.)

Der Rückzug aus dem aktiven Veröffentlichen ist dabei kein spontanes Verhalten, sondern eine bewusste Entscheidung, die reflektiert und aktiv begründet wird (vgl. Boyd, 2014, S. 76f.). Eine weitere Befragte der dritten Generation beschreibt diesen Prozess:

„Gerade mit denen ich entfernter bin, dass die auch was mitbekommen, aber dann hab ich mir gedacht ich möchte das einfach nicht mehr. Es muss keiner wissen, was ich mache.“ (Isabell Mohnblume, Z. 141 ff.)

Besonders ausgeprägt zeigt sich der Schutzgedanke, sobald es um die eigenen Kinder geht:

„Meine Kinder zensiere ich immer [...] Aber meine Kinder möchte ich weniger im Internet zeigen.“ (Greta Gerbera, Z. 187 ff.)

Die beobachteten Praktiken sind daher nicht als Rückzug aus sozialer Teilhabe zu verstehen, sondern als Ausdruck einer aktiven und selbstbestimmten Gestaltung digitaler Sichtbarkeit im Spannungsfeld von Teilhabe und Selbstschutz (vgl. Boyd, 2014, S. 75). Für die Soziale Arbeit ergibt sich daraus die Aufgabe, diese Handlungsstrategien als Ressource wahrzunehmen und in der Begleitung von Menschen mit Migrationshintergrund angemessen zu berücksichtigen.

Fazit

Der vorliegende Beitrag ging der Frage nach, welche Rolle Medien in den sozialen Beziehungen von Menschen mit Türkeibezug spielen. Die Analyse zeigt, dass Medien einen zentralen Stellenwert im Alltag einnehmen und maßgeblich zur Gestaltung, Aufrechterhaltung und Intensivierung sozialer Beziehungen beitragen. Sie strukturieren wiederkehrende Alltagsroutinen, die soziale Beziehungen im Tagesrhythmus verankern, und erfüllen dabei nicht nur eine kommunikative, sondern eine ausgeprägt emotionale Funktion: Sie

vermitteln Nähe, Zugehörigkeit und Heimatgefühle – nicht zuletzt über die Herkunftssprache, die von den Befragten als besonders emotional erlebt wird.

Deutliche Unterschiede zeigen sich zwischen den Generationen: Während die ältere Generation Medien stärker herkunftsorientiert nutzt und etwa türkische Fernsehinhalte als kontinuierliche Rückbindung an die Herkunftskultur erlebt, kombinieren jüngere Befragte deutsch- und türkischsprachige Angebote und gehen bewusst zurückhaltender mit ihrer digitalen Sichtbarkeit um. Medien dienen damit als zentrale Infrastruktur transnationaler Lebenswelten, unterstützen die Aushandlung kultureller Zugehörigkeit und Identität und bestätigen zentrale Annahmen der Mediatisierungsforschung. Ansätze eines geschlechtsspezifischen Musters deuten sich darüber hinaus im Umgang mit digitaler Sichtbarkeit an: Insbesondere die befragten Frauen begründen einen bewusst passiven, zurückhaltenden Gebrauch sozialer Medien – etwa den Verzicht auf eigene Beiträge oder den Schutz der eigenen Kinder vor digitaler Präsenz. Zugleich wird deutlich, dass digitale Mediennutzung reflektiert erfolgt: Digitale Sichtbarkeit wird bewusst reguliert und im Gleichgewicht zwischen sozialer Teilhabe und Selbstschutz gestaltet. Medien sind somit nicht lediglich Kommunikationsmittel, sondern integraler Bestandteil sozialer Praxis. Für die Soziale Arbeit ergibt sich daraus die Notwendigkeit, Mediennutzung als Ressource anzuerkennen und stärker in die professionelle Praxis einzubeziehen.

Literaturverzeichnis

Boyd, Danah (2014): *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.

Döring, Nicola (2025): Identität, Selbstdarstellung und Eindrucksbildung in digitalen Kontexten. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus/Karnowski, Veronika (Hrsg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1–23. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18017-1_8-2.

Hepp, Andreas (2011): *Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Hepp, Andreas/Bozdog, Cigdem/Suna, Laura (2011): *Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92828-9>.

Janzen, Karoline (2009): Medienkonsum und Integration: Türken in Deutschland. In: Dittmar, Jakob (Hrsg.): *Berliner Schriften zur Medienwissenschaft*. Berlin: Universitätsverlag der TU.

Kramp, Leif (2022): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. In: Spiller, Ralf/Rudeloff, Christian/Döbler, Thomas (Hrsg.) (2022): *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft*, S. 437–450. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2>.

Reutter, Jörg/Schindler, Daniel Artur/Schulz, Charlotte/Unterberger, Markus (2009): Heimatmedien und Medienheimat. Empirische Herleitung eines Modells zur Klassifizierung der Heimatmediennutzung durch Migranten. In: Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Medien, Migration, Identität. Migranten und ihre Mediennutzung*. Stuttgart: Hochschule der Medien Stuttgart, S. 7–41.

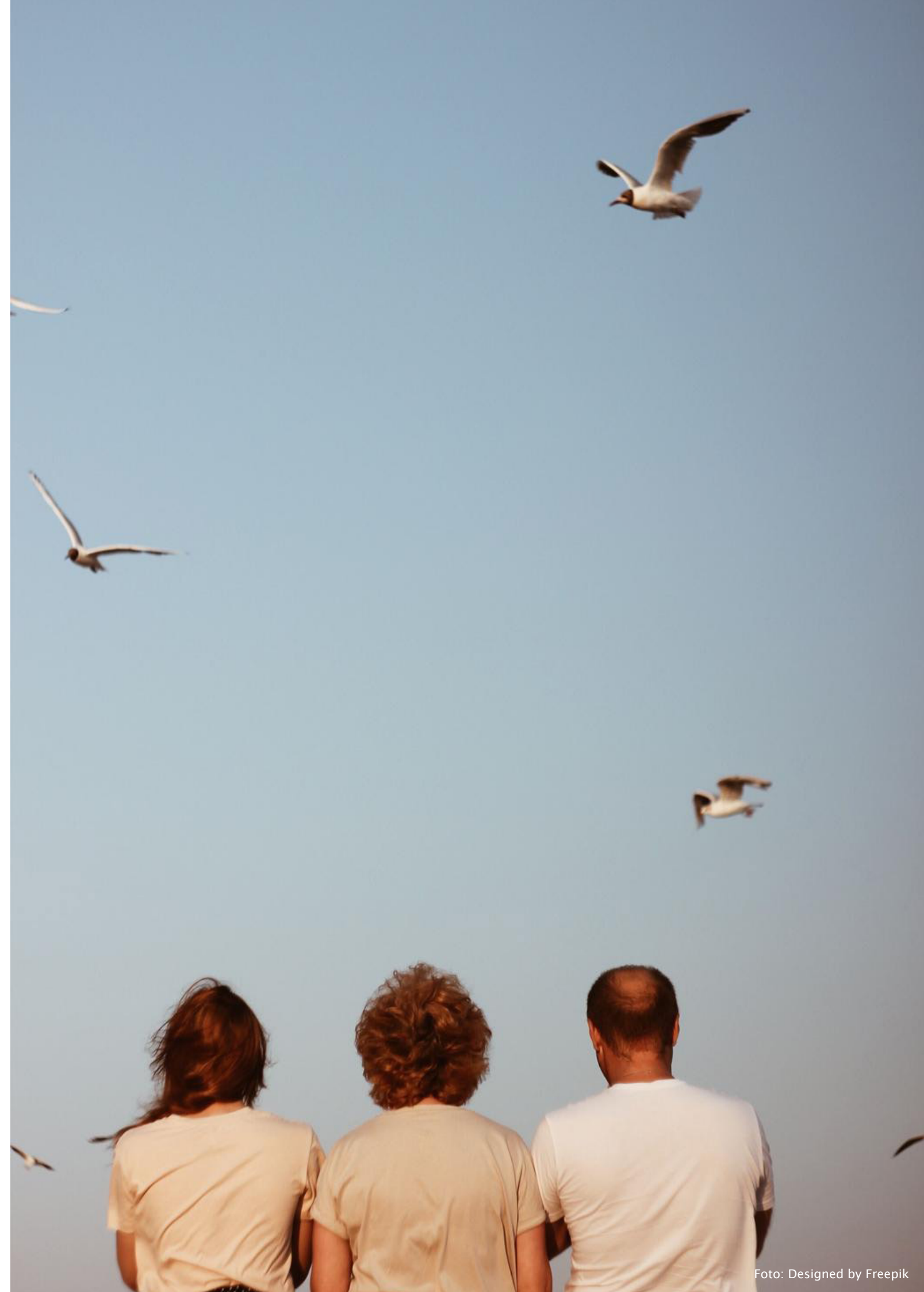
Röser, Jutta (2007): Der Domestizierungsansatz und seine Potenziale zur Analyse alltäglichen Medienhandelns. In: Röser, Jutta (Hrsg.): *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 15–30.

Röser, Jutta/Roitsch, Cindy (2025): Mediennutzung und Medienaneignung. In: Röttger, Ulrike/Altmeyden, Klaus-Dieter/Klaus, Elisabeth (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung in die kommunikativen und medialen Grundlagen der Gesellschaft*, S. 625–672. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-44284-2>.

Rydin, Ingegerd/Sjöberg, Ulrika (2007): Identität, Staatsbürgerschaft, kultureller Wandel und das Generationsverhältnis. In: Bonfadelli, Heinz/Moser, Heinz (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa im multikulturellen Raum?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 273–302.

Schührer, Susanne (2018): Türkeistämmige Personen in Deutschland. Erkenntnisse aus der Repräsentativuntersuchung „Ausgewählte Migrantengruppen in Deutschland 2015“ (RAM). Working Paper 81 des Forschungszentrums Migration, Integration und Asyl des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge. Nürnberg. https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Forschung/WorkingPapers/wp81-tuerkeistae-mmige-in-deutschland.pdf?__blob=publicationFile&v=13 [abgerufen am 05.06.2026]

Zöllner, Oliver (2009): Hybride Heimat und Identitäten im Wandel. Eine Einführung. In: Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Medien, Migration, Identität. Migranten und ihre Mediennutzung*. Stuttgart: Hochschule der Medien Stuttgart, S. 1–6.



Was ist der Forschungsverbund ForGeRex?

Rabia Kökten, Luis Koller

ForGeRex ist ein bayrischer Forschungsverbund, der Erscheinungsformen, Ideologien und Strategien extrem rechter Akteur*innen in Bayern untersucht und gleichzeitig wirksame Gegenstrategien erforscht. ForGeRex setzt dabei auf einen systematischen und interdisziplinären Ansatz. Vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst gefördert, wird Rechtsextremismus als Forschungsgegenstand in neun Teilprojekten aus unterschiedlichen Bereichen bearbeitet, die jeweils verschiedene Aspekte der extremen Rechten behandeln (vgl. ForGeRex, 2026). Weitere Informationen zum Forschungsverbund finden Sie unter www.forgerex.de.

Literaturverzeichnis

ForGeRex (2026) Forschungsverbund für Gegenwartsanalysen, Erinnerungspraxis und Gegenstrategien zum Rechtsextremismus in Bayern [Online]. Verfügbar unter <https://www.forgerex.de/> [abgerufen am 17.08.2026].

Mentor*innen der Arbeitsgruppen

Das Lehrforschungsprojekt wurde von Mentor*innen unterstützt. Sie haben mit den Studierenden diskutiert, weitere fachliche Perspektiven eingebracht und die Rohfassungen der Artikel kommentiert. Allen Mentor*innen sei herzlich gedankt!

IVAN GYOKOV



Ivan Gyokov ist B.A. Sozialpädagoge. Er ist momentan Masterstudent im Studiengang Soziale Arbeit – Inklusion und Exklusion, und ist als studentische Hilfskraft an der Fakultät für Sozial- und Gesundheitswissenschaften der OTH Regensburg tätig. Zentrale Themen seiner Arbeit sind Transnationalismus, Postmigration und Digitalisierung.

NINA GREINER



Nina Greiner ist Klinische Linguistin und Gerontologin. Sie ist als Forschungsreferentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fakultät Sozial- und Gesundheitswissenschaften der OTH Regensburg tätig. Zentrale Themen ihrer Arbeit bilden die Digitalisierung im Gesundheitswesen sowie innovative, interdisziplinäre Versorgungsansätze für ältere Menschen und Personen mit Kommunikationsstörungen. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Förderung von Lebensqualität und Teilhabe unter Berücksichtigung individueller Lebenslagen.

ANTONIA RODE



Antonia Rode ist Sozialwissenschaftlerin (M.A.) und hat in München und Wien studiert. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsprojekt „(un)doing memory und Rechtsextremismus“ an der Hochschule München und Mitglied im For-GeRex - Forschungsverbund für Gegenwartsanalysen, Erinnerungspraxis und Gegenstrategien zum Rechtsextremismus in Bayern. Sie promoviert zum Themenkomplex Erinnern und Rechtsextremismus. Ihre Forschungsschwerpunkte sind kritische Rechtsextremismusforschung und Macht- und Herrschaftsverhältnisse. Sie ist zertifizierte Social Justice und Diversity Trainerin und hat zu Antisemitismus und Antidiskriminierung an Schulen in der Verwaltung gearbeitet.

CLAUDIA VILLALOBOS



Claudia Villalobos ist Kulturwissenschaftlerin und Interkulturalitätsmanagerin. Sie stammt aus Kolumbien und lebt seit 2013 in Deutschland. Ihre wissenschaftlichen Schwerpunkte umfassen die interkulturelle Kommunikation, Integrationsprozesse, internationale Kooperationen sowie die Lebens- und Bildungssituation kolumbianischer Studierender in Deutschland. Ihr fachliches Interesse gilt insbesondere der Analyse interkultureller Dynamiken und des Zusammenspiels kulturell geprägter Perspektiven und Handlungsweisen in globalisierten Bildungs- und Organisationskontexten.

DR. STEFANIE OBERGRIESSER



Dr. Stefanie Obergriesser ist Erziehungswissenschaftlerin und Forschungsreferentin an der Fakultät für Angewandte Sozial- und Gesundheitswissenschaften an der OTH Regensburg. Sie arbeitet zu den Themen Teilhabe, Digitalisierung und Wohlbefinden. Internationale Perspektiven bilden dabei einen Schwerpunkt ihrer Forschung ebenso wie das Thema Bildung, das als Querschnittsthema in nahezu allen Bereichen der Lebenswissenschaften relevant ist.

RABIA KÖKTEN



Rabia Kökten ist Erziehungswissenschaftlerin (M.A.) mit den Schwerpunkten Demokratiebildung und Antidiskriminierung. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der OTH Regensburg im Forschungsprojekt „Transnationale Formen des Rechtsextremismus“ und Mitglied im ForGeRex - Forschungsverbund für Gegenwartsanalysen, Erinnerungspraxis und Gegenstrategien zum Rechtsextremismus in Bayern. Seit 2018 arbeitet sie an der Schnittstelle von sozialwissenschaftlicher Forschung und politischer Bildungspraxis. Sie ist Dozentin und Trainerin für Rassismus- bzw. Sexismuskritik und berät staatliche sowie zivilgesellschaftliche Organisationen für eine diskriminierungskritische Organisationsentwicklung.

FRANZISKA KOSCHEI



Franziska Koschei ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Forschung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis und Teil des Forschungsverbunds für Gegenwartsanalysen, Erinnerungspraxis und Gegenstrategien zum Rechtsextremismus in Bayern („ForGeRex“). Im Projekt „RexMemes – Internet-Memes als rechtsextreme Kommunikationsstrategie“ untersucht sie, wie junge Menschen rechtspopulistische Memes wahrnehmen. Zudem beschäftigt sie sich als externe Doktorandin an der Universität Passau mit forschungsethischen Fragestellungen bei der Erforschung (extrem) rechten Materials mit jungen Menschen. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen auf rechtspopulistischer Ansprache in sozialen Medien sowie auf ethischen Fragen der Forschung mit jungen Menschen zur extremen Rechten.

JULIA GREIM



Julia Greim ist angewandte Geschichtswissenschaftlerin (M.A.) mit dem Schwerpunkt politische Bildung. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fakultät für Sozial- und Gesundheitswissenschaften der OTH Regensburg und Dozentin für Gender & Diversity.

Zwischen Smartphone, Fernsehen und Mehrsprachigkeit

WIE INFORMIEREN SICH MENSCHEN MIT TÜRKEIBEZUG ÜBER POLITISCHE THEMEN?

Alexander Hilmer, Michael Liebig, Sandra Popp

Abstract: Politische Meinungsbildung ist eine zentrale Voraussetzung demokratischer Teilhabe. Politische Informationen werden im Zuge der Digitalisierung zunehmend über digitale Plattformen, Suchmaschinen und soziale Netzwerke vermittelt (vgl. von Lindern, 2022). Der vorliegende Fachartikel untersucht, wie sich Menschen mit Türkei-bezug über politische Themen informieren und welche Medien, Sprachen und Nutzungsstrategien dabei relevant sind.

Zugangsgeräte und Plattformen

Das zentrale Zugangsgerät ist in nahezu allen Interviews das Smartphone. Über das Handy werden Nachrichten-Apps, soziale Netzwerke, Messenger-Dienste und Suchmaschinen verwendet. Unsere Untersuchung konnte Ergebnisse der Medien-nutzungsforschung bestätigen, wonach politische Information zunehmend über digitale Plattformen erfolgt, insbesondere über soziale Netzwerke, Messenger-Dienste, Suchmaschinen und Online-Nachrichtenangebote (vgl. von Lindern, 2022).

Neben dem Smartphone spielen Fernsehgeräte weiterhin eine Rolle, insbesondere für lineare Nachrichtensendungen. Dies gilt vor allem für Befragte zwischen 41 und 60 Jahren, die häufig feste Nutzungsmuster beschreiben, etwa das regelmäßige Einschalten klassischer Nachrichtensendungen zu bestimmten Uhrzeiten. So beschreibt eine Interviewte eine feste abendliche Routine:

„Das ist ganz klar, um 18:45 Uhr wird RTL aktuell eingeschalten. Das ist dann diese halbe Stunde, die brauche ich jeden Tag“ (Interview Selin Orchidee 2025, Z. 84–85).

Ergänzend werden über Smart-TV-Angebote oder Streamingdienste wie Waipu TV auch türkische Nachrichtensender genutzt. Radio und Tablets treten situativ hinzu, etwa beim Autofahren oder während des Frühstücks. Diese Resultate lassen sich mit Forschungsergebnissen verbinden, wonach die Nutzung klassischer Nachrichtenquellen wie Fernsehen, Radio und Print mit zunehmendem Alter deutlich ansteigt und ältere Menschen diese Medien häufiger regelmäßig nutzen (vgl. Hölig & Wunderlich, 2022).

Im Hinblick auf die genutzten Plattformen zeigen die Interviews eine starke Konzentration auf soziale Medien, insbesondere Instagram und TikTok. Jene dienen nicht nur der Unterhaltung, sondern werden gezielt auch zur politischen Information ge-



nutzt, etwa zur Beobachtung aktueller Ereignisse in der Türkei. So beschreibt eine Interviewte die gezielte Nutzung von Instagram zur Information über Ereignisse in der Türkei:

„Und auf Instagram, da schau ich mir dann auch gerne bezüglich Nachrichten was an, viel auch, was so in der Türkei los ist, da posten auch immer ganz, ganz viele dazu was.“ (Interview Lisa Pustebblume 2025, Z. 34–35).

Der Zugang zu politischen Inhalten erfolgt dabei häufig indirekt, entweder algorithmisch vermittelt oder über persönliche Netzwerke. Inhalte werden vorgeschlagen, weitergeleitet oder in Messenger-Gruppen geteilt. Damit zeigen sich zentrale Besonderheiten sozialer Medien bei der Informationsbeschaffung. Zum einen zeigt sich die unvermeidliche Personalisierung des Informationsangebots durch algorithmische und nutzergetriebene Auswahlmechanismen, zum anderen die Sozialität der Plattformen, bei der Empfehlungen von Freund*innen und Bekannten den Zugang zu Informationen beeinflussen (vgl. Kümpel, 2024).

Neben sozialen Medien nutzen einige Befragte bewusst journalistische Nachrichtenangebote über Apps oder Websites, darunter die Tagesschau-App, Online-Ausgaben deutscher Tageszeitungen sowie türkische Nachrichtenportale. Entsprechend beschreibt eine Interviewte eine kombinierte Nutzung:

„Und dann, ja genau, dann habe ich am Handy meine Apps für Nachrichten. Zum Beispiel die Tagesschau-App [...] und dann schau ich im Internet, wo ich türki-

sche Schlagzeilen nachlesen kann. Zum Beispiel informiere ich mich in der Hürriyet.“ (Interview Pia Pustebblume 2025, Z. 49–52).

Ergänzend werden Suchmaschinen und Wikipedia zur Einordnung und Vertiefung politischer Informationen verwendet. Auch YouTube spielt für einige Interviewte eine Rolle, insbesondere in Form von Kanälen zur Vermittlung von Hintergrundwissen und zur Einordnung politischer Themen. Podcasts werden ebenfalls genutzt, meist über Plattformen wie Spotify.

Die Auswertung der Interviews zeigt, dass sich Menschen mit Türkeibezug heute überwiegend digital, mobil und plattformübergreifend über politische Themen informieren. Klassische Leitmedien verlieren dabei nicht vollständig an Bedeutung, werden jedoch zunehmend in digitalisierter Form genutzt.

Sprachwahl bei politischen Informationen

Der sprachliche Zugang beeinflusst, welche Inhalte ausgewählt und weiterverarbeitet werden. Die Interviews zeigen, dass die Nutzung von Deutsch und Türkisch kontextabhängig erfolgt.

Ein Großteil der Befragten nutzt Deutsch als primäre Informationssprache für politische Themen in Deutschland. So betont eine Interviewpartnerin:

„Wenn es um Nachrichten geht, dann immer auf Deutsch. Das finde ich wichtig, um gut informiert zu sein, besonders über Dinge, die in Deutschland passieren“ (Interview Waltraud Palme 2025, Z. 119–121).

Ein weiterer Befragter beschreibt, dass er *„eher die deutschen Nachrichten“* verfolgt (Interview Peter Pustebblume 2025, Z. 113–115). Studien zeigen, dass für gesellschaftliche und politische Informationen im Aufenthaltsland häufig deutschsprachige Medien genutzt werden (vgl. Simon & Krtalić 2022, S. 5–6). Auch Überblicksdarstellungen zur Mediennutzung von Menschen mit Migrationsgeschichte weisen darauf hin, dass deutschsprachige Medien eine Rolle für die Orientierung im politischen und gesellschaftlichen Kontext des Aufenthaltslandes spielen (vgl. Paasch-Colberg & Richter 2026).

Türkisch wird bei Themen mit Bezug zur Türkei genutzt. Eine Interviewte erklärt, dass sie bei *„politischen Themen oder gesellschaftlichen Diskussionen, die die Türkei betreffen, [...] oft auf Türkisch“* liest (Interview Waltraud Palme 2025, Z. 121–124). Darüber hinaus beschreibt ein Interviewter:

„deutsche Nachrichten für Deutschland, türkische für die Türkei“ (Interview Albert Sonnenblume 2025, Z. 121–122).

Forschungsergebnisse zeigen, dass Medien in verschiedenen Sprachen je nach Informationsbedarf genutzt werden (vgl. Simon & Krtalić 2022, S. 5f.).

Einige Befragte nutzen türkischsprachige Medien, etwa Pia Pustebblume, die türkische Schlagzeilen in der Zeitung Hürriyet liest (Interview Pia Pustebblume 2025, Z. 49–52) oder eine Interviewpartnerin, die angibt, *„seit 10, 15 Jahren [...] meistens türkische Kanäle“* (Interview Granatapfel 2025, Z. 119–120) zu schauen. Medien aus der Türkei werden für Themen und In-

formationen über die Türkei genutzt (vgl. Halm 2006, S. 78–79).

Die Sprachwahl steht im Zusammenhang mit Verständlichkeit. Eine Interviewpartnerin betont, dass sie komplexere Inhalte auf Deutsch sucht:

„damit ich es auch wirklich dann ganz verstehe“ (Interview Isabell Mohnblume 2025, Z. 87–91).

Mehrere Befragte nutzen beide Sprachen. So gibt eine Interviewte an, sowohl deutsche als auch türkische Nachrichten zu konsumieren (Interview Selin Orchidee 2025, Z. 63–72). Studien zeigen ebenfalls, dass Medien in unterschiedlichen Sprachen genutzt werden (vgl. Müller 2004, S. 364–365; Simon & Krtalić 2022, S. 6). Auch Überblicksdarstellungen weisen darauf hin, dass deutsch- und türkischsprachige Medien parallel genutzt werden (vgl. Paasch-Colberg/Richter 2026).

Eine befragte Person erhält zudem türkischsprachige Inhalte über Familienmitglieder:

„mein Onkel [...] schickt mir ab und zu Links.“ (Interview Peter Pustebblume 2025, Z. 113–114).

Insgesamt zeigt sich, dass Deutsch für politische Informationen über Deutschland und Türkisch für Themen mit Bezug zur Türkei genutzt wird. Dieses Nutzungsverhalten deckt sich mit anderen Studien, die zeigen, dass Medien in unterschiedlichen Sprachen genutzt werden (vgl. Simon & Krtalić 2022, S. 5–6; Paasch-Colberg & Richter 2026).

Informationsverhalten und Nutzungsstrategien

Informationsverhalten und Nutzungsstrategien werden im Folgenden als Formen des Umgangs mit politischen Informationen verstanden. Ein Teil der Befragten zeigt ein eher passives Informationsverhalten, was auf eine alltagsintegrierte und wenig intentional gesteuerte Informationsaufnahme hinweist. Politische Inhalte werden häufig beiläufig über Social Media oder Radio konsumiert. So beschreibt eine Interviewpartnerin:

„Radio höre ich, wenn ich in die Arbeit fahre [...] da höre ich dann auch immer die Nachrichten“ (Interview Peter Pustebume 2025, Z. 45–47).

Der Nachrichtenkonsum erfolgt dabei routinisiert im Alltag, während eine gezielte Informationssuche selten stattfindet. Diese Beobachtung lässt sich mit aktuellen Forschungsergebnissen verbinden, die ebenfalls aufzeigen, dass digitale Medien häufig nebenbei genutzt werden und politische Inhalte beiläufig rezipiert werden (vgl. Simon & Krtalić 2022, S. 29 ff.).

Demgegenüber steht ein aktives Informationsverhalten, bei dem gezielt recherchiert und verschiedene Quellen herangezogen werden. So erklärt eine Interviewpartnerin:

„wenn ich dann was genauer wissen will, dann google ich das oder schau, dass ich mehrere Quellen finde dazu“ (Interview Lisa Pustebume 2025, Z. 107–108).

Dies weist auf ein bewusst reflektiertes Informationshandeln hin, bei dem Inhalte vertieft erschlossen werden. Ein solches

Muster wird auch in der Forschung beschrieben: Ein Teil der Bevölkerung sucht aktiv nach weiterführenden Informationen (vgl. Tonassi et al. 2020, S. 628 ff.).

Ein weiteres zentrales Ergebnis ist der ausgeprägte kritische Umgang mit Medieninhalten, der auf eine hohe Sensibilität gegenüber deren Glaubwürdigkeit hinweist. Medien werden nicht nur genutzt, sondern auch hinterfragt und bewertet. Diese Funktion als Instanz der Meinungsbildung wird auch in der Literatur hervorgehoben (vgl. Halm 2006, S. 78). Mehrere Befragte äußern Zweifel an der Verlässlichkeit von Informationen, insbesondere im Kontext von Fake News und Künstlicher Intelligenz. Daraus ergeben sich Strategien wie das Vergleichen mehrerer Quellen oder das bewusste Meiden bestimmter Angebote. So äußert eine Interviewpartnerin:

„Du holst dir Infos, das Problem ist halt mittlerweile mit der KI weißt du nicht mehr was echt ist und was nicht echt ist. Das ist das Problem.“ (Interview Isabell Mohnblume 2025, Z. 44–45).

Neben aktivem und passivem Informationsverhalten zeigt sich auch eine Strategie der bewussten Distanzierung. Einige Befragte reduzieren ihren Medienkonsum oder vermeiden politische Inhalte, um sich vor emotionaler Belastung zu schützen. Diese Form der Vermeidung wird ebenfalls in Studien im Zusammenhang mit Nachrichtenüberlastung beschrieben (vgl. Tonassi et al. 2020, S. 628 ff.). So gibt eine Interviewpartnerin an:

„Ich mach dann auch immer wieder Pausen [...] Lösche es dann komplett und

distanziere mich dann so [...] Ich merke dann einfach, wenn ich das Leid der anderen sehe, dass mich das zu sehr belastet. Das tut mir einfach nicht gut.“ (Interview Greta Gerbera 2025, Z. 157–161).

Insgesamt zeigt sich, dass Menschen mit Türkeibezug politische Informationen sowohl passiv-alltagsintegriert als auch aktiv-reflexiv nutzen und dabei vielfältige Strategien im Umgang mit Medien entwickeln.

Fazit

Die Ergebnisse zeigen, dass Menschen mit Türkeibezug politische Informationen vor allem digital, mobil und plattformübergreifend nutzen. Das Smartphone ist der zentrale Zugang, klassische Medien wie Fernsehen bleiben ergänzend relevant. Die Nutzung ist durch funktionale Mehrsprachigkeit geprägt. Deutsch wird für politische Themen in Deutschland, Türkisch für Informationen zur Türkei genutzt. Zugleich zeigen sich unterschiedliche Informationsstrategien von passiver Alltagsnutzung bis hin zu aktiver Recherche und Quellenvergleich. Insgesamt ist politische Informationsaneignung hybrid, kontextabhängig und vielfältig.

Literaturverzeichnis

Halm, Dirk (2006): Die Medien der türkischen Bevölkerung in Deutschland: Berichterstattung, Nutzung und Funktion. In: Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld

Hölig, Sascha/Wunderlich, Leonie (2022): Nachrichtennutzung, Meinungsbildung und Informationsorientierung junger Menschen in digitalen Medienumgebungen. In: BzKJAKTUELL, Heft 1/2022, <https://www.bzkj.de/resource/blob/193328/4f8cf4d9e25580d4e78f256e0ce83188/20221-nachrichtennutzung-data.pdf> [zugegriffen am 02.05.2026]

Kümpel, Anna Sophie (2024): Individuelle Meinungsbildung und -äußerung auf sozialen Medien | Soziale Medien – wie sie wurden, was sie sind. <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/soziale-medien/545487/individuelle-meinungsbildung-und-aeusserung-auf-sozialen-medien/> [zugegriffen am 06.05.2026]

Lindern von, Jakob (2022): Hintergrund: Wie wirkt sich die Nutzung digitaler Plattformen auf Meinungsbildungsprozesse aus? Politische Bildung in einer digitalen Welt. <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/politische-bildung-in-einer-digitalen-welt/unterrichtsmaterialien/506332/hintergrund-wie-wirkt-sich-die-nutzung-digitaler-plattformen-auf-meinungsbildungsprozesse-aus/> [zugegriffen am 06.05.2026]

Müller, Daniel (2004): Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten. In: Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Bielefeld.

Paasch-Colberg, Sünje/Richter, Carola (2026): Mediennutzung von Menschen mit Migrationsgeschichte. <https://www.bpb.de/themen/migration-integration/kurzdossiers/577430/mediennutzung-von-menschen-mit-migrationsgeschichte/> [zugegriffen am 27.04.2026]

Simon, Erk/Krtalić, Iva (2022): Regionale Informationen und Menschen mit Einwanderungsgeschichte. Erwartungen, Nutzung und qualitative Kriterien am Beispiel des WDR. Media Perspektiven, Heft 1/2022

Tonassi, Timo/Wittlif, Alex/Schemer, Christian (2020): Mediennutzung und Medienvertrauen von Migranten. Untersuchung auf Basis des SVR-Integrationsbarometers 2018. Media Perspektiven, Heft 12/2020



Was sind soziale Medien?

Rabia Kökten, Luis Koller

Als Soziale Medien (Social Media) werden digital vernetzte Medien bezeichnet, die das Pflegen von Beziehungen und den Austausch zwischen Personen digital ermöglichen. Ein Schwerpunkt liegt auf dem netzbasierten Bearbeiten und Veröffentlichen von Inhalten und dem damit verbundenen Verbreiten von Informationen (vgl. JFF, 2026). Beispiele dafür sind Plattformen wie Facebook, Instagram oder X. Soziale Medien haben die Formen persönlicher Kommunikation radikal verändert (vgl. Bieber, 2022) und haben mittlerweile Einfluss auf fast jeden Gesellschaftsbereich. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Social Media ist somit von großer Bedeutung.

Literaturverzeichnis

Bieber, C. (2022) "Social Media | bpb.de", Bundeszentrale für politische Bildung, 3. August [Online]. Verfügbar unter <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/handwoerterbuchpolitisches-system/511478/social-media/> [abgerufen am 19.08.2026].

JFF (2026) Social Media – JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis [Online]. Verfügbar unter <https://www.jff.de/schwerpunkte/social-media> [abgerufen am 19.08.2026].

Digitale Medien in der Freizeit von Menschen mit Türkeibezug

SPRACHWAHL, KULTURELLE ZUGEHÖRIGKEIT UND ORIENTIERUNG IM ALLTAG - EINE QUALITATIVE ANALYSE

Helena Bauer, Michael Meindl

Abstract: Der vorliegende Fachartikel untersucht auf Grundlage qualitativer Interviews, wie Menschen mit Türkeibezug digitale Medien in ihrer Freizeit nutzen und welche Rolle dabei die Wahl zwischen deutsch- und türkischsprachigen Inhalten spielt. Die Ergebnisse zeigen, dass Medien vor allem zur Unterhaltung und Entspannung genutzt werden. Gleichzeitig wird deutlich, dass die Sprachwahl je nach Situation unterschiedliche Funktionen erfüllt. Türkischsprachige Inhalte stehen häufiger im Zusammenhang mit Familie, Emotion und Herkunft, während deutschsprachige Medien eher für Information und Orientierung im Alltag genutzt werden.

Einleitung

Digitale Medien sind längst fester Bestandteil des Alltags. Sie dienen nicht nur der Informationsbeschaffung, sondern auch der Unterhaltung, der sozialen Vernetzung und der Identitätsbildung. Gerade im Migrationskontext kommt ihnen eine zusätzliche Bedeutung zu, weil sie Kontakte über Ländergrenzen hinweg aufrechterhalten und transnationale Kommunikationspraktiken erleichtern (vgl. Hepp et al., 2011, S. 163 ff.). Diese Erkenntnisse stammen zwar aus dem Jahr 2011, das Konzept der mediatisierten Vernetzung erweist sich jedoch auch im vorliegenden Material als tragfähig, wie sich insbesondere an der Bedeutung von WhatsApp und Videotelefonie für die Aufrechterhaltung familiärer Beziehungen zeigt (vgl. Kapitel 2.4)

Damit verbunden ist die Frage, welche Medien in welcher Sprache genutzt werden. Sie steht in engem Zusammenhang mit

Identitätsbildung, sozialer Zugehörigkeit und medialer Selbstverortung (vgl. Karadaş et al., 2017, S. 128 ff.). Forschung und Praxis zeigen, dass mehrsprachige Medienutzung nicht gegen gesellschaftliche Teilhabe spricht, sondern auch ein Ausdruck von Handlungssicherheit in unterschiedlichen sozialen und kulturellen Räumen sein kann (vgl. Paasch-Colberg & Richter, 2024).

Der Fachartikel geht der Frage nach, wie Menschen mit Türkeibezug digitale Medien in ihrer Freizeit zur Unterhaltung nutzen und welche Rolle die Sprachwahl dabei für kulturelle Zugehörigkeit und Orientierung im Alltag spielt.

Digitale Medien als fester Bestandteil der Freizeit

Die Interviews zeigen deutlich, dass digitale Medien bei allen Befragten, unabhängig von Alter, Bildungsgrad oder Generation, einen festen Platz in der Freizeit haben.



Genannt werden vor allem Streaming-Dienste wie Netflix, Amazon Prime und Disney+, dazu Social-Media-Plattformen wie Instagram und TikTok, außerdem WhatsApp und YouTube. Genutzt werden diese Angebote vor allem abends nach Arbeit und dem Familienalltag sowie am Wochenende. Exemplarisch beschreibt Albert Sonnenblume (20-29 Jahre, 2. Generation) sein Abendprogramm als Wechsel zwischen Netflix und Disney Plus (Interview Albert Sonnenblume, Z. 148 ff.).

Bei der täglichen Nutzungsdauer zeigt sich vor allem innerhalb der zweiten Generation eine große Spannbreite, während die erste und dritte Generation eher moderate Werte angeben. Frau Granatapfel (50-59 Jahre, 1. Generation) beschreibt kurze Zeitfenster über den Tag verteilt und ein festes Abendritual vor dem türkischen Fernsehen für eineinhalb bis zwei Stunden (Interview Frau Granatapfel, Z. 251 ff.). Innerhalb der zweiten Generation reicht die Spannbreite von Albert Sonnenblume (20-29 Jahre), der seine gesamte tägliche Mediennutzung auf sieben bis acht Stunden schätzt, davon vier bis fünf Stunden allein am Smartphone – „Wenn man alles zusammenrechnet, sind es locker sieben bis acht Stunden am Tag, wo ich irgendwie mit Medien in Berührung bin“ (Interview Albert Sonnenblume, Z. 150 ff.) – bis zu Waltraud Palme (20-29 Jahre), die auf „so zwei bis drei Stunden insgesamt am Handy am Tag“ kommt (Z. 181 ff.). Jens Jukka (30-39 Jahre) bewegt sich mit rund sechs Stunden im oberen Bereich dieser Spanne und bewertet seinen eigenen Medienkonsum selbst als „*ungesund*“ (Interview Jens Jukka, Z. 43), während Pia Pustebume (40-49 Jahre) eine Gesamtnutzung von drei bis vier Stunden angibt (Interview Pia Pustebume, Z. 194 ff.). Greta Gerbera (30-39

Jahre, 3. Generation) liegt mit rund zwei Stunden täglich am unteren Ende, was ihr iPhone-Bildschirmzeit-Protokoll bestätigt (Interview Greta Gerbera, Z. 145 ff.).

Diese Beobachtungen passen zur allgemeinen Medienentwicklung in Deutschland. Laut ARD/ZDF-Medienstudie nutzt die Bevölkerung ab 14 Jahren täglich durchschnittlich knapp sechs Stunden Medien, wobei Streaming und Social Media weiter an Bedeutung gewinnen (vgl. ARD/ZDF-Forschungskommission, 2024). Dadurch lassen sich generationelle Unterschiede ebenso betrachten wie individuelle Ausprägungen von Mediennutzung feststellen.

Funktion von Medien: Unterhaltung, Entspannung und Alltagsbewältigung

Im Interviewmaterial zeigt sich an mehreren Stellen, dass Medien in der Freizeit weniger zur Information als zur emotionalen Entlastung genutzt werden. Dieser Befund lässt sich nicht als Besonderheit von Menschen mit Türkeibezug einordnen. Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass sich die täglich genutzten Mediengattungen zwischen Menschen mit und ohne Migrationsgeschichte kaum unterscheiden, etwa beim Fernsehen oder Radio. Auffällig ist lediglich eine etwas intensivere Social-Media-Nutzung bei Menschen mit Migrationsgeschichte (vgl. Paasch-Colberg & Richter, 2024). Frau Granatapfel schildert, dass abends das türkische Fernsehen einfach nebenher läuft:

„Einfach laufen lassen und zu hören, wie es läuft“ (Interview Frau Granatapfel, Z. 112 ff.).

Medien dienen ihr primär zur Entspannung, politische Inhalte lehnt sie dabei explizit ab: „*Politik bin ich überhaupt nicht. Ich mag Politik überhaupt nicht*“ (Interview Frau Granatapfel, Z. 114 ff.). Isabell Mohnblume (40-59 Jahre, 3. Generation) nutzt Instagram und TikTok am Abend gezielt für Unterhaltung, weil ihr ernstere Inhalte zu anstrengend sind:

„Ja abends brauch ich das zum Runterkommen. Aber da darf es wirklich nur Unterhaltung sein. Also dann sind es wirklich nur so lustige Fun-Videos, Fun-Fact-Videos.“ (Isabell Mohnblume, Z. 51 ff.)

Sie begründet dies mit der Erschöpfung nach einem medienintensiven Arbeitstag:

„wenn ich mich jetzt auf irgendwas anderes fokussieren würde, auf wirklich ernste Sachen oder wir schauen einen neuen Film an, das ist mir zu anstrengend am Abend“ (Interview Isabell Mohnblume, Z. 125 ff.).

Jens Jukka (30-39 Jahre, 2. Generation) ergänzt mit dem gemeinsamen Online-Gaming über Discord eine weitere Form der Freizeitnutzung, bei der Medien nicht nur konsumiert, sondern gemeinsam erlebt werden (Interview Jens Jukka, Z. 35 ff.), wobei Discord als eigenständiger sozialer Kommunikationsraum funktioniert.

Auch Lisa Pustebume (20-29 Jahre, 2. Generation) beschreibt das Abend-Streaming mit ihrer Schwester als feste und entlastende Routine:

„Wenn sich's ergibt, dass man noch eine Serie guckt. Das mach ich auch gerne mit meiner Schwester“ (Interview Lisa

Pustebume, Z. 155 ff.); an freien Tagen weitet sich dies zu gemeinsamen „Serienmarathon oder Filmemarathon“ aus (Interview Lisa Pustebume, Z. 192 ff.).

Andreas Hepp et al. (2011, S. 42) beschreiben Mediennutzung im Migrationskontext nicht nur als Informationshandeln, sondern auch als Teil alltäglicher Entlastung und Bewältigung. Medien werden demnach gezielt so genutzt, dass sie emotionale Entspannung ermöglichen, Routinen stützen und den Alltag strukturieren. Damit rückt ihre Funktion über den reinen Konsum hinaus in Richtung einer praktischen Alltagsressource.

Zwischen Quelle und Interviewmaterial zeigt sich damit eine klare Verbindung. Die im Material sichtbare Nutzung von Medien zum Abschalten, zur emotionalen Entlastung und als sozial eingebettete Gewohnheit lässt sich gut mit dem Verständnis von Mediennutzung der Autor*innen als Form der Alltagsbewältigung zusammenfügen. Die Interviews konkretisieren diese Erkenntnis, da sie zeigen, wie unterschiedlich diese Funktion im Alltag tatsächlich ausgestaltet wird.

Sprachwahl als Ausdruck von Identität und Zugehörigkeit

Besonders aufschlussreich ist die Sprachwahl. Die Interviews zeigen ein klares, aber nicht starres Muster. Deutschsprachige Inhalte werden überwiegend für Nachrichten, allgemeine Information und Social Media genutzt, also für Themen, die der Orientierung im deutschen Alltag dienen. Türkischsprachige Medien spielen dagegen vor allem im familiären, emotionalen und kulturellen Zusammenhang eine Rolle. Auch

neuere Forschung verweist darauf, dass Mediennutzung eng mit sozialer Identität, Zugehörigkeit und medialer Wahrnehmung verbunden ist (vgl. Karadaş et al., 2017, S. 128 ff.).

Im generationellen Vergleich der Befragten wird diese Funktion besonders sichtbar. Frau Granatapfel (50-59 Jahre, 1. Generation) benennt zwei Gründe für ihre Präferenz für türkischsprachige Medien:

„Weil da versteh ich besser. Von der Sprache her. [...] Weil ich älter geworden bin. Wahrscheinlich möchte ich dann auch ein bisschen meine Kultur kennenlernen“ (Interview Frau Granatapfel, Z. 90 ff.).

Albert Sonnenblume (20-29 Jahre, 2. Generation) beschreibt deutschsprachige Medien als primäre Quelle für politische Themen, Studium und Arbeit:

„alles, was mit meinem Alltag hier zu tun hat, [...] Türkische Medien nutzt ich eher für Verbindung zur Türkei, zu meinen Wurzeln“ (Interview Albert Sonnenblume, Z. 107 ff.).

Waltraud Palme (20-29 Jahre, 2. Generation) nutzt türkische Serien, wenn sie sich ihrer Herkunft näher fühlen möchte, deutsche Serien dagegen eher zum unkomplizierten Abschalten:

„Besonders, wenn ich Türkisch sprechen möchte oder irgendwie das Gefühl habe, dass es mich mehr berührt, schaue ich etwas auf Türkisch. Aber wenn ich einfach abschalten will, dann sind es oft auch deutsche Serien.“ (Waltraud Palme, Z. 112 ff.).

Lisa Pusteblume (20-29 Jahre, 2. Generati-

on) begründet, warum sie türkische Filme und Serien bewusst auf Türkisch schaut:

„ich will das meinen Kindern auch später mal beibringen und das ist für mich auch einfach Kultur und ich fühl mich sehr wohl damit“ (Interview Lisa Pusteblume, Z. 49-50).

Albert Sonnenblume (20-29 Jahre, 2. Generation) wiederum beschreibt den Wechsel zwischen den Sprachen als natürliche Alltagspraxis:

„mit Freunden hier, die auch türkischen Hintergrund haben – wir switchen zwischen Deutsch und Türkisch hin und her, manchmal sogar im selben Satz“ (Interview Albert Sonnenblume, Z. 116 ff.).

Jens Jukka (30-39 Jahre, 2. Generation) distanziert sich bewusst von türkischen Medien, die er als politisch beeinflusst wahrnimmt, und bevorzugt für politische Informationen deutsche Quellen. Türkisch nutzt er eher funktional, etwa für Fußballnachrichten oder kulturelle Anschlussfähigkeit: *„Fußballnews würde ich sagen, definitiv mehr türkisch“ (Interview Jens Jukka, Z. 51). Andreas Hepp et al. (2011, S. 19 ff.)* beschreiben in ihrer Typologie neben herkunftsorientierten und bikulturellen auch assimilative Nutzungsweisen. Der Begriff der Assimilation wird in der aktuellen Migrationsforschung jedoch kritisch gesehen, da er eine einseitige Anpassungsleistung impliziert und die Eigenständigkeit mehrsprachiger Alltagspraxen nicht angemessen erfasst (vgl. z. B. Karadaş et al., 2017, S. 130). Im vorliegenden Material lassen sich beide Muster wiederfinden. Frau Granatapfels stark an türkischsprachigen Inhalten orientierte Mediennutzung entspricht

einem herkunftsorientierten Muster, während Albert Sonnenblumes bewusste Trennung zwischen deutschen Medien für den Alltag und türkischen Inhalten für die Verbindung zu seinen Wurzeln (vgl. Kapitel 3.3) für ein bikulturelles Muster steht. Von einer assimilativen Deutung wird bewusst abgesehen, da auch Befragte mit stark deutschsprachig geprägter Mediennutzung wie Waltraud Palme ihre Herkunftssprache nicht aufgeben, sondern situativ und bewusst einsetzen. Ihre Mediennutzung wird also nicht als Aufgabe kultureller Bezüge beschrieben, sondern als kontextabhängige Praxis.

Medien als transnationale Brücke

Ein weiteres wichtiges Ergebnis betrifft die kommunikative Funktion digitaler Medien im Migrationskontext. Andreas Hepp und seine Kolleg*innen (2011, S. 163 ff.) beschreiben solche Praktiken als Form mediatisierter Interaktion, mit der soziale Nähe trotz räumlicher Distanz erhalten werden kann.

Vor allem WhatsApp spielt für die Aufrechterhaltung familiärer Beziehungen über Ländergrenzen hinweg eine zentrale Rolle. Das zeigt sich in mehreren Interviews sehr deutlich. Frau Granatapfel hält über WhatsApp und Telefon engen Kontakt zu ihrer pflegebedürftigen Mutter in der Türkei:

„Die Mama lebt in der Türkei jetzt. Sie ist auch schon seit 30 Jahren zurückgegangen. Und ein bisschen krank“ (Interview Frau Granatapfel, Z. 168 ff.). „Türkisch ist dort die selbstverständliche Kommunikationssprache“ (Interview Frau Granatapfel, Z. 163 ff.).

Albert Sonnenblume berichtet:

„Meine Oma, mit der video-telefonier ich jede Woche über WhatsApp. Das ist schon krass, wie sehr Medien uns da verbinden. Ohne Internet wär der Kontakt viel schwieriger.“ (Albert Sonnenblume, Z. 98 ff.).

Pia Pusteblume beschreibt ihre WhatsApp-Kommunikation mit Cousinen in der Türkei als *„emotionaler, familiärer“* als deutschsprachigen Austausch (Interview Pia Pusteblume, Z. 117-118).

Lisa Pusteblume hält den Kontakt zur Familie in der Türkei:

„meistens über WhatsApp, Instagram viel, aber wir telefonieren auch ab und zu, mit meiner Oma zum Beispiel“ (Interview Lisa Pusteblume, Z. 25 ff.).

Auch bei Peter Pusteblume (20-29 Jahre, 2. Generation) beschränkt sich der transnationale Familienkontakt weitgehend auf WhatsApp und Telefon. Dieser erfolgt auf Türkisch, da die Verwandten in der Türkei kein Deutsch sprechen:

„Zu meinen Cousins, meinem Onkel über WhatsApp. Wir schreiben dann auf Türkisch, sie haben nie deutsch gelernt“ (Interview Peter Pusteblume, Z. 98 ff.).

Damit wird deutlich, dass transnationale Kommunikation kein generationsspezifisches Phänomen ist. Sie findet sich bei der ersten Generation ebenso wie bei der zweiten und dritten Generation, unabhängig davon, wie stark die übrige Mediennutzung bereits auf Deutsch ausgerichtet ist. WhatsApp fungiert dabei als niedrigschwelliges Verbindungsmittel, das familiäre Nähe über Ländergrenzen hinweg alltagstauglich hält.

Generationelle Unterschiede im Medienumgang

Joachim Trebbe (2007, S. 183 ff.) zeigt, dass für die Mediennutzung nicht allein die Generationszugehörigkeit entscheidend ist, sondern stärker die individuelle Akkulturationsstrategie, also die Art und Weise, wie sich Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund zwischen deutschem und türkischem Kontext bewegen (vgl. Trebbe, 2007, S. 203 ff.). Genau dieses Muster lässt sich auch in der Analyse der Interviews erkennen.

Trebbes Erkenntnisse stammen zwar aus dem Jahr 2007, das Konzept der individuellen Akkulturationsstrategie erweist sich jedoch auch im vorliegenden Material als tragfähig. Die Interviews zeigen, dass nicht die Generationszugehörigkeit allein darüber entscheidet, wie Medien genutzt werden, sondern die Art und Weise, wie sich die Befragten zwischen verschiedenen kulturellen und medialen Räumen bewegen.

Zugleich zeigt sich, dass die Unterschiede innerhalb einer Generation teilweise größer sind als zwischen den Generationen. Frau Granatapfel ist die einzige Befragte der ersten Generation und vertritt diese im Rahmen der Untersuchung allein, weshalb ein generationsinterner Vergleich hier nicht möglich ist. Ihre Mediennutzung zeigt eine klare Orientierung an türkischsprachigen Inhalten, und ihre Präferenz für das türkische Fernsehen ist fest in den Tagesablauf integriert (Interview Frau Granatapfel, Z. 51 und Z. 66).

In der zweiten Generation reicht das Spektrum von sicherer Bewegung zwischen beiden Sprachen, wie bei Albert Sonnenblume

(20-29 Jahre, 2. Generation), der bewusst zwischen deutschen Medien „für den Alltag“ und türkischen Inhalten „für die Verbindung zu meinen Wurzeln“ (Interview Albert Sonnenblume, Z. 109 ff.) unterscheidet, bis hin zu Jens Jukka (30-39 Jahre, 2. Generation), der sich bewusst gegen türkische Medieninhalte, vor allem im Bereich der politischen Berichterstattung, entscheidet.

Die dritte Generation ist im deutschen Medienalltag weitgehend verankert. Exemplarisch zeigt sich das bei Greta Gerbera (30-39 Jahre, 3. Generation):

„Ich kann die Sprache, aber benutze sie eigentlich überhaupt nicht mehr. Weder bei meinen Eltern noch im Alltag“ (Interview Greta Gerbera, Z. 84 ff.), und: „heute schauen wir eigentlich alles auf Deutsch“ (Interview Greta Gerbera, Z. 125).

Interessant ist dabei, dass dies nicht immer so war: In ihrer Jugend nutzte sie Facebook ausschließlich auf Türkisch – erst als ihr Freundeskreis weniger türkisch geprägt war, veränderte sich das (Interview Greta Gerbera, Z. 139 ff.). Einzelne Ausnahmen zeigen jedoch, dass auch in der dritten Generation politische und biografische Faktoren eine wichtige Rolle spielen. Selin Orchidee (50-59 Jahre, 3. Generation) schaut täglich sowohl deutsche als auch türkische Nachrichten und priorisiert dabei die deutschen:

„Für mich ist es sehr wichtig, dass ich diese deutschen Nachrichten gesehen haben muss. Die muss ich wirklich täglich anschauen“ (Interview Selin Orchidee, Z. 496 ff.).

Ihr Mann, der bis zum zwölften Lebensjahr

in der Türkei aufgewachsen ist, misst den kurdischen Sendungen besondere Bedeutung bei, die über einen eigenen kurdischen Fernsehsender via Waipu TV empfangen werden (Interview Selin Orchidee, Z. 562 ff.). Selin Orchidee erläutert den Hintergrund:

„weil ich oder wir ja die kurdische Abstammung haben. Und die Kurden die werden ja in der Türkei so ein bisschen also nebensächlich werden sie behandelt und das sind meistens so Sachen, das ist wirklich täglich gibt es da irgendwelche Themen.“ (Selin Orchidee, Z. 508 ff.)

Mediennutzung folgt damit keiner einfachen Generationenlogik. Wie Trebbes Konzept der individuellen Akkulturationsstrategie nahelegt, entscheidet nicht die Zugehörigkeit zu einer Generation allein über die Art der Mediennutzung, sondern die jeweils eigene Art, sich zwischen kulturellen und medialen Räumen zu bewegen, wie die Beispiele von Jens Jukka, Greta Gerbera und Selin Orchidee zeigen, die trotz ähnlichen Alters oder gleicher Generation sehr unterschiedliche Wege finden.

Diskussion

Die Ergebnisse zeigen, dass digitale Medien in der Freizeit von Menschen mit Türkei-bezug mehrere Funktionen gleichzeitig erfüllen. Sie dienen der Entspannung und der transnationalen Kommunikation und tragen darüber, insbesondere durch die Sprachwahl, zur kulturellen Zugehörigkeit bei. Die unterschiedliche Sprachwahl spricht dabei nicht gegen Zugehörigkeit, sondern verweist eher auf eine mehrsprachige Alltagspraxis, die sich auch mit neueren Arbeiten zu sozialer Identität, Mediennutzung und

medialer Wahrnehmung im Migrationskontext verbinden lässt (vgl. Hepp et al., 2011, S. 163 ff.; Karadaş et al., 2017, S. 128 ff.).

Auffällig ist vor allem die Bandbreite innerhalb der zweiten Generation. Jens Jukka macht deutlich, dass Distanz gegenüber türkischen Medien nicht mit Desinteresse gleichzusetzen ist, sondern auch eine bewusste politische Entscheidung sein kann. Damit verschiebt sich der Blick weg von einfachen Gegenüberstellungen zwischen „türkischsprachig“ und „deutschsprachig“ hin zu einer differenzierteren Betrachtung individueller Medienentscheidungen.

Für die Soziale Arbeit ergibt sich daraus, dass mehrsprachige Mediennutzung nicht vorschnell problematisiert werden sollte. Sinnvoller ist es, sie als Ressource zu verstehen und die transnationale Dimension in der Arbeit mit Menschen mit Migrationsgeschichte mitzudenken (vgl. Paasch-Colberg & Richter, 2024). Gleichzeitig zeigt das Material, wie wichtig es ist, Unterschiede innerhalb von Generationen und transnationale Lebenspraxen ernst zu nehmen, statt vorschnell zu verallgemeinern. Herkunft spielt dabei nicht nur als biografisches Merkmal eine Rolle, sondern auch als gelebte transnationale Praxis: Auch Menschen, die in Deutschland geboren wurden und aufgewachsen sind, pflegen aktiv Beziehungen in die Türkei und navigieren zwischen verschiedenen kulturellen und medialen Räumen. Gerade weil im öffentlichen Diskurs aus solchen Mehrfachzugehörigkeiten häufig vorschnelle Urteile abgeleitet werden, ist eine differenzierte Betrachtung umso wichtiger.

Fazit

Die Untersuchung macht deutlich, dass digitale Medien für Menschen mit Türkei-bezug ein selbstverständlicher Teil der Freizeit sind. Sie dienen nicht nur der Unterhaltung, sondern auch der emotionalen Entlastung, der (kulturellen) Zugehörigkeit und der transnationalen Kommunikation. Die Sprachwahl erweist sich dabei als wichtiger Hinweis auf unterschiedliche Funktionen im Alltag: Türkischsprachige Medien stehen häufiger für Familie, Herkunft und emotionale Nähe, deutschsprachige Medien eher für Information, Orientierung und gesellschaftliche Teilhabe.

Über die Generationen hinweg verändert sich dieses Muster, allerdings nicht geradlinig. Die Interviews zeigen, dass die Generationszugehörigkeit allein wenig darüber aussagt, wie Medien konkret genutzt werden. Entscheidend ist damit weniger, welcher Generation jemand angehört, sondern wie er oder sie sich zwischen den medialen und kulturellen Räumen bewegt. Für die Praxis der Sozialen Arbeit bedeutet dies, mehrsprachige Mediennutzung als Ausdruck kultureller Handlungsfähigkeit anzuerkennen und transnationale Kommunikationspraktiken in der Beratung als Ressource zu verstehen.

Literaturverzeichnis

ARD/ZDF-Forschungskommission. (2024). ARD/ZDF-Medienstudie 2024. Verfügbar unter <https://www.ard-zdf-medienstudie.de> [abgerufen am 20.05.2026].

Gläser, Jochen/Laudel, Grit. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hepp, Andreas/Bozdağ, Cigdem/Suna, Laura. (2011). Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Karadaş, Nida/Neumann, Klaus/Reinemann, Carsten. (2017). Reziproke Effekte auf türkische Migranten. Eine Untersuchung zum Zusammenhang von sozialer Identität, Mediennutzung, Medienwahrnehmung und Medienwirkungen. *Studies in Communication | Media*, 6 (2).

Paasch-Colberg, Sünje/ Richter, Carola (2024). Mediennutzung von Menschen mit Migrationsgeschichte. Bundeszentrale für politische Bildung. Verfügbar unter <https://www.bpb.de/themen/migration-integration/kurzdossiers/577430> [abgerufen am 20.05.2026].

Trebbe, Joachim. (2007). Akkulturation und Mediennutzung von türkischen Jugendlichen in Deutschland. In Heinz Bonfadelli/Heinz Moser (Hrsg.), *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

OTH REGENSBURG



Berufsbegleitend zum Bachelor *auch ohne Abitur*

Pflegemanagement (B.A.)
Evidence Based Practice Pflege (B.Sc.)

Studienstart: jeweils im Wintersemester
Informationsveranstaltungen im Herbst 2026 und Frühjahr/Sommer 2027

Informieren Sie sich jetzt!
www.oth-regensburg.de/weiterbilden



Fazit

Martina Ortner

Wie lässt sich die Frage beantworten, wie Menschen mit Türkeibezug Medien nutzen? Die Interviews legen nahe, dass sich ihre Medienpraxis in zentralen Punkten nicht grundsätzlich von der anderer transnational lebender Menschen unterscheidet. Transnationale Kommunikationsräume gehören für viele zum Alltag: Familien, Freundschaften und politische Bezugspunkte erstrecken sich über mehrere Länder. Medien dienen dabei sowohl dem Austausch über Alltägliches – etwa Fotos von Enkelkindern oder Rezepte für Feiertage – als auch der Information über gesellschaftliche und politische Entwicklungen in unterschiedlichen Kontexten. Erweiterte Sprachkompetenzen können den Zugang zu diesen Medienräumen und Informationsquellen jedoch vergrößern.

Die Befragten beschrieben soziale Medien als nach Gruppen und Interessen strukturierte Kommunikationsumgebungen. Zugleich prägen Plattformalgorithmen die sichtbaren Inhalte: Suchanfragen, Interaktionen und Verweildauern fließen in personalisierte Angebote ein; die Auswahl der Informationen stabilisiert damit zugleich das jeweilige Profil. In diesem Sinne begegnen grundsätzlich alle Nutzer*innen sozialer Medien auch rechtsextremen Akteur*innen und Inhalten. Entscheidend ist daher nicht allein die potenzielle Sichtbarkeit solcher Inhalte, sondern ob sie auf Resonanz stoßen, wie sie eingeordnet werden und welche Gegenressourcen vorhanden sind. Demokratiebildung und kritische Medienkompetenz sollten deshalb früh an-

setzen und wiederholt reflektiert werden.

Die Studierenden hoben insbesondere hervor, dass die Ülkücü-Bewegung in den Medien vergleichsweise wenig präsent ist. Ihre Schlussfolgerung war, dass eine geringe öffentliche Sichtbarkeit auch dazu beitragen kann, Gefährdungen zu unterschätzen. Islamismus wird demgegenüber deutlich häufiger medial thematisiert. Dies kann Aufmerksamkeit erzeugen und die Finanzierung pädagogischer Präventionsmaßnahmen begünstigen. Diese Beobachtung verweist auf die Notwendigkeit, rechtsextreme und islamistische Phänomene differenziert zu analysieren, ohne einzelne Gruppen pauschal zu problematisieren.

Die Aussagekraft der Untersuchung ist durch die Forschungserfahrung der Studierenden begrenzt. Im Führen qualitativer Interviews fühlten sie sich zunächst unsicher. Zugleich erlebten sie die Gespräche als vertrauensvolle, persönliche Begegnungen und würdigten die Bereitschaft der Interviewten, eigene Erfahrungen zu teilen. Die fehlende Interviewroutine führte jedoch dazu, dass manche Themen nur punktuell vertieft wurden. So wurde beispielsweise kaum nach bevorzugten Serien, Angeboten für Shopping oder Sportinformationen sowie konkret genutzten Nachrichtenplattformen gefragt. Auch das politische Interesse der Befragten ließ sich nicht systematisch erschließen. Bei der mehrsprachigen Mediennutzung lag der Fokus vor allem auf Deutsch und Türkisch;

mögliche weitere Sprachkompetenzen, etwa Englisch oder Kurdisch, wurden weder gezielt erfragt noch von den Befragten vertieft.

Die zahlreichen Auslassungen erlauben daher nur eine vorsichtige Interpretation. Sie könnten darauf hindeuten, dass politische Fragen eher umgangen wurden und die Befragten stattdessen den Abbau von Vorurteilen in den Vordergrund stellten. Thematisiert wurde vor allem der alltägliche Mediengebrauch, etwa der Austausch von WhatsApp-Nachrichten im Familienkreis. Mehrere Befragte äußerten sich zudem selbstkritisch zu ihrem hohen Medienkonsum. In einzelnen Interviewpassagen war dabei eine Anspannung spürbar, die als besondere Wachsamkeit gegenüber möglichen Zuschreibungen und Missverständnissen gelesen werden kann.

Die Studierenden haben die empirische Arbeit durch eine fundierte theoretische Auseinandersetzung gerahmt. Sie bezogen Studien zur allgemeinen Mediennutzung und zur Rechtsextremismusforschung ein, setzten sich mit dem Forschungsverbund ForGeRex und insbesondere mit dem Teilprojekt zu transnationalen Formen des Rechtsextremismus am Beispiel der Ülkücü-Bewegung auseinander. Zudem diskutierten sie Konzepte des Transnationalismus und der postmigrantischen Gesellschaft. Zentral war dabei die Kritik an einem methodologischen Nationalismus, der die Nation zum dominanten Bezugsrahmen der Forschung macht (vgl. Canan, 2015), sowie an einem methodologischen Migrantismus, der Menschen auf einen vermeintlichen Migrationshintergrund reduziert und damit ihre vielfältigen sozialen Positionierungen ausblendet (vgl.

Yildiz, 2025; Pfaff & Weiß 2025). Gerade diese Perspektive ist für die Einordnung der Ergebnisse wesentlich: Ein Türkei-bezug erklärt Mediennutzung nicht. Er kann aber zusätzliche sprachliche, familiale und politische Bezugsmöglichkeiten eröffnen, die in künftigen Studien differenzierter erhoben werden sollten.

Literaturverzeichnis

Canan, Canan (2015): Methodologischer Nationalismus in der Migrationsforschung. In: Identitätsstatus von Einheimischen mit Migrationshintergrund. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-08982-5_4

Pfaff, N., Weiß, A. (2025). Methodologischer Nationalismus in der erziehungswissenschaftlichen Migrationsforschung. In: Diehm, I., Hummrich, M., Meseth, W., Putjata, G. (eds) Handbuch Erziehungswissenschaftliche Migrationsforschung. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-40621-9_18-1

Yildiz, Erol (2025): Postmigrantisch Denken. Bielefeld: Transcript Verlag. DOI: 10.14361/9783839457245-003

Berufsbegleitendes Studium **Gehen Sie jetzt Ihre Karriere an!**

Berufsbegleitende Bachelorstudiengänge

auch ohne Abitur

- Betriebswirtschaft (B.A.)
- Evidence Based Practice Pflege (B.Sc.)
- Pflegemanagement (B.A.)
- Soziale Arbeit (B.A.)
- Systemtechnik (B.Eng.)

Berufsbegleitende Masterstudiengänge

- Car IT und Elektronik (M.Eng.)
- Business Administration (MBA)
- Informationstechnologie (M.Eng.)
- Leitung und Kommunikationsmanagement (M.A.)

Informationen

www.oth-regensburg.de/weiterbilden