

EINE KONTRASTIVE RHETORISCHE ANALYSE VON DEUTSCHEN UND TÜRKISCHEN KOCHSENDUNGEN*

*Fatma BAŞKAYA***

Abstrakt: Das Medium Fernsehen spielt in unserer heutigen Zeit eine wichtige Rolle. Auch das Kochen nahm und nimmt einen sehr grossen Stellenwert in jeder Gesellschaft ein. Die Kochkunst oder das Kochen überhaupt stellt ein zentrales Element der Kultur dar. Außerdem muss jeder Mensch einige Male am Tag Nahrung zu sich nehmen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass es im Fernsehen der große Trend ist, Kochsendungen auszustrahlen und das über mehrere Jahre lang, des weiteren boomen Kochkurse, Kochbücher, Ernährungsratgeber und Ähnliches zu diesem Thema. Kontrastive Analysen zum Sprachenpaar Deutsch-Türkisch zu verschiedenen Themen wie Fernsehwerbungen, Hochzeitseinladungen, Todesanzeigen, Märchen und wissenschaftlichen Texten finden sich in der Literatur, jedoch zu Kochsendungen sind keine vorzufinden. Das Ziel dieser Arbeit ist es, rhetorische Charakteristika der deutschen und türkischen Kochsendungen zu bestimmen und zu analysieren. Die Arbeit stellt dar, ob und wie die verwendeten rhetorischen Mittel der deutschen und türkischen Sendungen sich voneinander unterscheiden und ob Kulturunterschiede dabei eine Rolle spielen.

Schlüssel wörter: Kochsendungen, kontrastive analyse, rhetorische figuren, semiotik.

Alman ve Türk Yemek Programlarının Karşılaştırmalı Dilbilimsel Analizi

Öz: Yemek pişirmek tüm toplumlarda büyük önem taşımaktadır. Yemek pişirme, kültürün önemli bir ögesini temsil etmektedir. Her insanın günde bir kaç kez yemek yeme zorunluluğu göz önüne alındığında, son birkaç yıldır gözlemlenen yemek programlarındaki artış şaşırtıcı değildir. Ayrıca yemek pişirme kursları, yemek kitapları, yemek uzmanları vb. büyük rağbet görmektedir. Almanca-Türkçe için televizyon reklamları, düğün davetiyeleri, ölüm ilanları ve masallar gibi çeşitli konularda karşılaştırmalı analizler yapılmıştır, fakat yemek programları için bu durum söz konusu değildir.

Çalışmanın amacı, Alman ve Türk yemek programlarındaki retorik özellikleri tespit ve analiz etmektir. Araştırmada ayrıca Alman ve Türk yemek programlarında kullanılan retorik araçların birbirinden farklı olup olmadığı ve kültürel farklılıkların bu alanda rol oynayıp oynamadığı gösterilmeye çalışılacaktır.

Anahtar kelimeler: Dilbilimsel özellikler, göstergebilim, karşılaştırmalı analiz, yemek programları.

* Makalenin Geliş ve Kabul Tarihi: 10.10.2017 - 04.12.2017

** Almanca Öğretmeni, Milli Eğitim Bakanlığı, fatma.baskaya42@gmail.com

ORCID: 0000-0002-1598-2196

A Contrastive Rhetorical Analysis of German and Turkish Cooking Programmes

Abstract: The preparation of food plays an important role in every society. Cooking in particular represents an important aspect of culture. Considering thus the frequency of meals, it is not surprising that there is an increase in cooking programs on the television. In addition, there is a great demand for cooking classes, cookbooks and nutritional counsellors. However although contrastive analyses were made for German Turkish tv commercials, wedding invitations, obituaries and other issues, no work was made on cooking programmes in the two countries.

The aim of this work is to identify and analyse the rhetoric of the German and Turkish cooking programmes. The work also explores whether in which manner the rhetoric used by German and Turkish broadcasts and whether cultural differences play a significant role.

Key words: Cooking programmes, contrastive analysis, rhetorical characteristics, semiotic.

Kochsendungen in Deutschland und in der Türkei

Am Anfang dieser Untersuchung werden kurz theoretische Überlegungen zur Semiotik herangezogen und einen allgemeinen Überblick über die Geschichte von Kochsendungen in Deutschland und in der Türkei gegeben. Daran anschließend folgt die exemplarische Vorstellung und Analyse der deutschen Kochsendung *Echt gut! Klink und Nett*, Vincent Klink und Susanne Nett und der türkischen Kochsendung *Nursel'in Evi*, Rafet İnce und Nursel Ergin (*Nursel's Haus*) nach rhetorischen Figuren:

An dieser Stelle folgen Hintergrundwissen über Kochsendungen und deren Umfeld, um im daran folgenden Teil Schlussfolgerungen für die beiden konkreten Kochsendungen zu ziehen.

Deutschland

Der erste Fernsehkoch in Deutschland war Clemens Wilmenrod, der auf NWRD 1953 *BITTE IN ZEHN MINUTEN ZU TISCH* seine Kochkünste zur Schau stellte. Die Sendung war eine 15-minütige Live-Sendung und lief von 1953 bis 1964 auf NWDR bzw. auf WDR und umfasste 180 Folgen. Die Sendung zählte zu den beliebtesten Sendungen im Fernsehen in Deutschland.

Ausgestrahlt zu (sic) besten Sendezeit, am Freitagabend um 21.30 Uhr, avancierte die im NWDR präsentierte Live-Show von Wilmenrod im Handumdrehen zur beliebtesten Sendung der Deutschen. Mit Zuschauerzahlen von bis zu drei Millionen toppte der Fernsehkoch zwischenzeitlich sogar die "Familie Schölermann", Deutschlands erste TV-Familienreihe, die Einschaltquoten von 70 bis 90 Prozent erfuhr (Scholler, 2013, s. 12).

In den sechziger Jahren folgte Hans Karl Adam mit der Sendung "Der Fernsehkoch" im Bayrischen Rundfunk. In der DDR folgte Kurt Drummer von 1958 bis 1982 mit "Der Fernsehkoch empfiehlt..." (Voigt, 2008, s. 50).

Auch das ZDF strahlte ab 1967 mit dem Journalisten Ulrich Klever in der Magazinsendung "Drehscheibe" eine Kochsendung aus, welchem nach einigen Jahren der erste professionelle Koch im ZDF Max Inzinger folgte.

In den 90er Jahren war eine Veränderung festzustellen: die reine Wissensvermittlung durch das Kochen wurde in den Hintergrund gedrängt zugunsten der Unterhaltung. Alfred Biolek war einer dieser Moderatoren, die diese Entwicklung vorantrieben, denn er lud als erster einen Gast in seine Sendung ein. Seine Koch-Talk-Show "alfredissimo!" war 12 Jahre präsent, aber parallel zu seiner Sendung entstanden noch viele weitere Kochsendungen (Voigt, 2008, s. 66).

Ender der 90er Jahre erscheint der damals 28jährigen Engländer Jamie Oliver als Koch auf dem Bildschirm, der heute zu den bekanntesten und erfolgreichsten Fernsehkoch zählt. Als deutschen Pendant zu Jamie Oliver konnte man den gelernten Koch Tim Mälzer 2003 im deutschen Fernsehen sehen, der "als der Auslöser für den scheinbar nicht enden wollenden 'Boom' der Kochsendungen im deutschen Fernsehen" galt (Voigt, 2008, s. 67).

Seine Sendung "Schmeckt nicht, gibt's nicht" wurde bis August 2007 ausgestrahlt. Für ihn stellt das Kochen keine Kunst oder Lebensstil dar, sondern ein alltägliches Handwerk, welches die Gerichte so schnell und einfach wie möglich zubereitet. Für Mälzer, der auch als "Popstar unter den deutschen Spitzenköchen" oder auch "der junge Wilde am Löffel"(ebd. 69) genannt wird, ist es auch nicht ganz normal, Fertigprodukte wie Tomaten aus der Dose oder Kartoffelpüree zu benutzen.

Zahlreiche weitere erfolgreiche Kochsendungen folgten und viele werden immer noch ausgestrahlt, die an dieser Stelle aus Platzgründen nur Einige erwähnt werden: FRISCH GEKOCHT MIT ANDI UND ALEX (ORF2, TW1), SILENT COOKING (ORF eins), KOCH MIT OLIVER! (PLUS 4), LAFER! LICHTER! LECKER! (ZDF, ZDF neo) usw.

Türkei

Es muss angemerkt werden, dass die Recherche für die türkischen Kochsendungen schwierig war, denn es gibt keine Untersuchungen dieser Art. Folgende Ausführung kann nur einen kleinen Überblick geben, der aus Nachrichten, Zeitschriften, Biographien und Reportagen mit den türkischen Köchen herausgearbeitet wurde.

In der Türkei erschienen in den 90'er Jahren die ersten Kochprogramme im Fernsehen. Es waren vorwiegend Frauen, die die ersten Sendungen moderierten: So z. B. erschien 1993 als erste Kochsendung mit der Theaterschauspielerin Gülriz Sururi "A LA LUNA"; die Rezepte zu der Sendung wurden von Emel Başdoğan erstellt. Auch sie ist in der Gastronomiebranche eine sehr bekannte Köchin. 1995 erschien unter ihrem Namen die erste türkische Zeitschrift zum Thema Essen und Kochen. Von 1997-2000 wurde ihre Koch- und Lifestylesendung "Sen her şeyi düşünürsün" (Du denkst an Alles) täglich ausgestrahlt.

Als erste weibliche Köchin, die mit einer Livekochsendung in die türkische Fernsehgeschichte eingeschrieben ist, ist Ayşe Tüter zu nennen. Auch sie ist einer der PionierInnen zusammen mit Emine Beder, die auch in den 90er Jahren in mehreren Kochbüchern, Zeitschriften und verschiedenen Medien aber auch Kochsendungen im Fernsehen gewirkt hat.

Zwischen den Jahren 2000-2003 präsentierte Sahrap Soysal als studierte Biologin im Kanal D die Kochsendung "MUTFAKTA KEYİF" (Vergnügen in der Küche). Es folgten viele weitere Programme, zur Zeit moderiert und kocht sie mit Begeisterung "Lezzetli Mutfaklar" (Geschmackvolle Küche) in eigens für Fernsehprogramme vorbereitete Einbauküche in ihrem eigenen Haus. Sie ist dafür bekannt, ihre fröhliche und muntere Art auch beim Kochen zur Schau zu stellen, denn wenn sie Musik hört beim Kochen, fängt sie an zu tanzen.

Im Jahre 2002 folgte Oktay Usta im Sender Samanyolu mit seiner Sendung "YEŞİL ELMA" (Grüner Apfel) und zählt mittlerweile zu den bekanntesten Köchen in der Türkei.

Der Schriftsteller und Journalist, Mehmet Yaşın, führte 2007 im Kanal CNN eine neue Periode der Kochsendung in der Türkei ein: "Yol üstü Lezzet Durakları" nannte sich die Sendung und wird immer noch gesendet. Charakteristisch für die Sendung ist, dass nicht er kochte, sondern in der Türkei umherreiste und besondere, typisch regionale Gerichte vorstellte, die in Restaurants gekocht wurden. Angeregt durch ihn folgten Andere, die eigentlich auch einen anderen Beruf haben und mit Erfolg diese Sendungen aktuell noch moderieren. Da sind zu nennen z.B. Vedat Milor "TADI DAMAĞIMDA" (Auf den Geschmack kommen), Nur Viral "BİZİM SOFRAMIZ" (Unser Esstisch), Ezgi Sertel "LEZZET HARİTASI" (Karte für den Geschmack), Turgay Başyayla "DAVETSİZ MİSAFİR" (Nicht eingeladenen Gast).

Nusel Ergin hat in der Sendung "NURSELİN MUTFAĞI" Show TV (Die Küche von Nursel) dieses Format etwas geändert, indem sie nicht zu den Zuschauern fährt, sondern die Teilnehmer in ein Hausstudio einlädt und dort deren regionale Gerichte kochen lässt.

Sendungen mit Wettbewerbscharakter erschienen bei Show TV, FOX TV und im Kanal D “YEMEKTEYİZ” (Wir sind beim Essen), das Äquivalent zu “Das perfekte Dinner”, die 7 Jahre präsent war von 2008-2015 und sehr erfolgreich war und großen Anklang bei den Zuschauern gefunden hatte, denn aus ganz Türkei meldeten sich Freiwillige, die in der Sendung teilnehmen wollten.

Wie wir gesehen haben, sind die Vorreiter der deutschen Köche vorwiegend männliche und junge professionelle Köche, während auf der türkischen Seite weibliche Köchinnen aus anderen Branchen im Bildschirm mit den Kochsendungen angefangen haben.

Semiotische Aspekte

Bevor die zwei Sendungen analysiert werden, wäre es besser, einige Informationen über die semiotischen und rhetorischen Aspekte in den Sendungen zu geben.

Bei der Analyse der Kochsendungen bedient man sich der Semiotik, daher ist es angebracht den Begriff des ‘Zeichens’ zu definieren. Die Sprache bildet nach Saussure »ein System von Zeichen, in dem einzig die Verbindung von Sinn und Lautzeichen wesentlich ist [...]« (Schlobinski, 2016).

Die Semiotik hat sich allmählich zu einem großen Spezialgebiet entwickelt, die verschiedene Bereiche tangiert. Umberto Eco zufolge gehört zum Themenbereich der Semiotik alles, was als Zeichen gesehen werden kann (Eco, 1972, s. 17).

So sind ebenfalls Bilder, Wörter, Töne, Gesten und Objekte als Zeichen zu erfassen. Damit Menschen sich austauschen können, müssen sie miteinander kommunizieren und diese Zeichen benutzen. Auch im Medium des Fernsehens machen sich die Menschen von der Sprache, von Gesten, Mimiken und Tönen Gebrauch.

Die zentrale Fragen dieser Arbeit ist, inwieweit sich die “*Nursel’in Evi*” und “*Echt gut! Klink und Nett*” voneinander hinsichtlich kultureller und sozialer Merkmale unterscheiden. Gibt es Unterschiede zwischen den türkischen und deutschen Kochsendungen aus rhetorischer Sicht, die auf kulturelle Unterschiede zurückzuführen sind? Was für rhetorische Mittel überhaupt in den Sendungen vorkommen?

Die Auswahl der beiden Kochsendungen “*Nursel’in Evi*” “*Echt gut! Klink und Nett*” Vincent Klink und Susanne Nett wurde begründet durch formale Ähnlichkeiten wie der Aufmachung und Sendedauer, als auch durch thematische Ähnlichkeiten: In beiden Sendungen kocht ein männlicher Koch und eine weibliche Moderatorin kommentiert und stellt Fragen und hilft beim Kochen oder kocht selbst mit.

Rhetorische Analyse der Kochsendungen

Um im folgenden Abschnitt der Arbeit eine rhetorische Analyse dieser Kochsendungen durchzuführen, wird an dieser Stelle ein kurzer Überblick über die rhetorische Figuren gegeben, die sich in beiden Kochsendungen vorfinden. Die Anzahl ist begrenzt, da nur diejenigen rhetorischen Mittel angegeben sind, die in den Sendungen vorkommen.

Definition: Ein rhetorisches (Stil-)Mittel (auch: eine rhetorische Figur erzielt durch eine bestimmte sprachliche Form einen bestimmten Effekt beim Zuhörer bzw. Leser.

Folgende rhetorische Figuren treten in den genannten Kochsendungen vermehrt auf:

1. Anapher: Wiederholungen eines oder mehrerer Wörter
2. Oxymoron: Verbindung einander gegensätzlicher Begriffe
3. Hyperbel: Starke Übertreibung
4. Epipher: Wiederholung eines Wortes oder einer Wortgruppe am Ende aufeinanderfolgender Sätze.
5. Ironie: Unwahre Behauptung, die erkennen lässt, dass das Gegenteil gemeint ist.
6. Parallelismus: Wiederholung gleicher syntaktischer Fügungen
7. Personifikation: Vermenschlichung
8. Diminutivform: Verkleinerungsform
9. Interjektion: Ausruf stauender Bewunderung
10. Emphase: Nachdruck, betontes Aussprechen bzw. hervorgehobene Schreibweise eines Wortes; gibt ihm einen ungewöhnlichen Sinn.

Außerdem werden folgende Fragen auch beantwortet

- Wie ist die Anrede?
- Wie ist die Sprache zwischen Moderatorin und dem Koch?
- Welche kulturelle, soziale und gesellschaftliche Werte werden vermittelt?
- Wer kocht?
- Wie ist die Küche /Kochplatz gestaltet?

Die Analyse nach rhetorischen Figuren der deutschen Kochsendung

Die Analyse der deutschen Kochsendung *“Echt gut! Klink und Nett”* mit dem Sternekoch Vincent Klink und Restaurantbesitzerin Susanne Nett mit der Folge: *Salate zum Sattessen* von 07.05.2016.

Die Gesamtdauer einer Folge dauert ca. 29 Minuten 03 Sekunden. Der Trailer geht über 17 Sekunden und zeigt abwechselnd in kleinen aufeinanderfolgenden Bildsequenzen mit den frischen und rohen Zutaten der beiden Gerichte, die in dieser Folge gekocht werden, und auch die Bilder der beiden Köche: der schwäbische Sternekoch Vincent Klink und die pfälzische Rezeptesammlerin Susanne Nett. An den Trailer anschließend zeigt die Kamera den Kräutergarten, der vor der Arbeitsplatte aufgestellt ist. Man hört die Stimme der Moderatorin selbst auch Restaurantbesitzerin- die die Einleitung mit den Kräutern beginnt und auf das Motto *‘Salate zum Sattessen’* der Folge hinüberleitet. Sie umdrehend fragt sie den Koch Vincent, was er denn heute kochen möchte, der mit dem Rücken zu den Zuschauern steht und aus dem Einbaukühlschrank ein grosses, rohes und gesäubertes Huhn herausnimmt und es auf die Arbeitsfläche plaziert. Beide Köche duzen sich. Vincent Klink hat eine weisse Bekleidung, die typisch für Köche ist, während Susanne Nett ein T-Shirt trägt, welches farblich passend ist zur Küche. In dieser Kochsendung ist es so, dass beide verschiedene Gerichte kochen, wobei in dieser Folge Vincent ein *‘Geflügelsalat mit Erbsen’* und Susanne ein *‘Couscous-Salat mit Jacobsmuscheln’* kocht.

Die Küche in der gekocht wird, ist eine sehr hochmoderne, weiträumige Küche mit vielen Hightechgeräten und etlichen Utensilien und Dekorationen ausgestattet. Die Einbauküche ist in dunklem Braunton gehalten, während der Kühlschrank und Herd grau sind. Die anderen vielen Küchenutensilien wie Kochtöpfe, und Schalen sind farblich in Blau- und Türkistönen gehalten. Auch mehrere Blumensträuße, die an vershienen Stellen der Küche aufgestellt sind, passen farblich zur Küche. Die Küche erscheint schlicht, neutral und einfach.

Es ist auffällig, dass die Moderatorin einige Male Wendungen und Redensarten verwendet, wie z.B.:

- *‘Beim letzten Mal, da hatte ich die Siebenmeilenstiefel an’* Hier erinnert sie sich daran, dass beim Letzten Mal die Jacobsmuscheln nicht ganz frisch waren und sie sehr schnell sich den Magen verdorben hat. Hier wird eine Metapher benutzt.

- *“Ich habe mir... unter den Nagel gerissen”*. Dieser Satz ist umgangssprachlich gebraucht aber nicht abwertend, sondern ironisch gemeint. Auch in diesem Satz ist eine metaphorische Beschreibung zu sehen.

- *Der Couscous schluckt wahnsinnig Olivenöl* Das ist eine Übertreibung, Hyperbel und eine Personifikation. Der Fernsehkoch will damit andeuten, nicht sparsam mit dem Olivenöl zu sein, denn es schmeckt *schlotzig* besser. Dieses Wort ‘schlotzig’ hat eigentlich der bekannte Fernsehkoch Tim Mälzer geprägt, der es in Verbindung mit Risotto gebraucht hat, was soviel wie ‘cremig’ bedeutet. Es wird aber auch gesagt, dass das Wort auch aus dem Schwäbischen abgeleitet wird, wo es ‘mässig trinken’ bedeutet. (<https://wortreiche.wordpress.com/2011/09/14/schlotzig/>).

Susanne: *Oh, das ist ja butterweich, dein...* ist auch ein Beispiel für Übertreibung (Hyperbel) und ein Vergleich ist auch daran zu erkennen. Man kann auch einen Oxymoron erkennen. Hier probieren die Köche gegenseitig ihre fertigen Gerichte. Susanne drückt damit ihre Begeisterung aus, damit die Zuschauer auf den Geschmack kommen und neugierig werden, dazu ermuntert werden, diese Salate zuhause nachzukochen.

Vincent: Ich habe die braunen *Brocken* gegessen. ‘Brocken’ steht hier für Aprikose und wird metaphorisch verwendet. Damit ist umgangssprachlich gemeint: ein grosses unregelmäßiges Stück oder Happen. Diese braune Aprikose sieht zwar nicht so gut aus, ist aber dementsprechend geschmacksintensiver.

Die Moderatorin wirft vor der Kamera die braune Aprikose in den Mund, was die Zuschauer auch sonst zuhause beim Kochen auch machen würden. Dies unterstreicht nochmals ihre natürliche Art.

Vincent: benutzt ‘*Gockel*’ oder ‘*Göckelchen*’ das ist eine süddeutsche Bezeichnung für den Hahn. Die Form ‘*Göckelchen*’ ist eine Diminutivform (Verkleinerungsform) von ‘*Gockel*’, eine Verniedlichung, und zeigt, dass er Spass beim Kochen hat.

Susanne: ‘Wenn man es gegen den Kopf *patscht, dann läuft es herunter...*’

In diesem Fall ist eine Personifikation gebraucht. Der umgangssprachliche Gebrauch bewirkt eine unterhaltsamere Sendung, damit es nicht langweilig wird und interessant bleibt.

Vincent: ‘*Susanne, du machst ja die Hölle los!*’ Die rhetorische Figur stellt eine Metapher dar.

Hier benutzt Vincent wieder eine Redensart, um zu zeigen, dass es nicht langweilig ist in der Sendung, sondern dass Aufregung herrscht und turbulent zugeht. Denn Susannes Gericht ist ein Exotisches mit Couscous, Aprikosen, Curry, Mandeln und Ingwer. Diese Kombination sieht man nicht alle Tage.

Vincent scheut sich nicht, zu sagen, dass mit dem Herd nicht alles klappt, so wie er es gern hätte. Ein anderes Mal, gibt er zu, dass er einen Waschzwang

habe. Er ist im Reinen mit sich selbst, daher scheut er sich nicht immer alles perfekt zu machen und sagt es auch offen und ehrlich.

Aber meiner Meinung nach, ist es für einen Koch sehr wichtig, sich öfters die Hände zu waschen, daher ist das häufige Händewaschen kein Makel. Es könnte hier auch auf den Wert der deutschen Kultur bezüglich der Sauberkeit hinweisen, denn es wird in Deutschland sehr großen Wert gelegt auf Sauberkeit, Ordnung und Sicherheit.

Der Sternekoch Vincent benutzt *bröckeln*, *Brockerl*, damit sind Erbsen gemeint, die in kleine Stücke zerteilen, so nennt man sie im Schwabenland. Aber nicht jeder versteht dieses Wort, denn es ist Dialekt. Hier ist eine Metapher zu sehen, denn das Wort 'bröckeln' wird normalerweise nicht in diesem Zusammenhang gebraucht.

Erbsen in der Packung nennt der Fernsehkoch als *Scherzartikel*. Scherzartikel sind kleine Gegenstände für Scherze zu Fasching oder anderen Gelegenheiten. Auch hier findet sich eine Metapher. Er nimmt sie nicht so ernst und verwendet sie nicht, denn für ihn sind frisches Gemüse vom Gärtner besser. Hier ist er eine didaktische Absicht zu sehen.

Susanne: '*Ui, du machst auch Ingwer?*' Das stellt eine Interjektion dar, also ein Ausruf staunender Bewunderung, weil der Koch selbst zugegeben hatte, dass er solch exotische Gericht kaum kocht, deshalb wundert sich Susanne nun darüber, dass er frischen Ingwer benutzt für seinen Salat.

Auch der Koch benutzt während der Sendung des öfteren den schwäbischen Dialekt: '*Weiss i gar net ma! ...und ni mehr so lecker...*'

Die Moderatorin wiederholt einige Male '*Das essen bei uns die Hasen, gell*', hier sieht man eine Interjekton, die in dialektisch rheinländischer Art ist. Außerdem versucht Susanne die Sendung etwas aufzulockern durch ihre humorvolle Art. Sie meint damit den Bleichlöwenzahn, den sie Vincent reicht, der seinen Salat damit verfeinern möchte. Sie macht diese Bemerkung dabei: '*Ich hab dir mal was mitgebracht, damit du mal längere Haare hast!*'. Hier sieht man eine Personifikation.

Das wirkt beim Zuschauer interessant, denn somit können die Zuschauer die beiden als einen von ihnen sehen; sie wirken als normale Menschen mit einer natürlichen Art, die auch Humor vertragen. Damit bricht sie mit dem Klischee, die Deutschen seien zu ernst und würden keinen Humor vertragen.

Hier kann angemerkt werden, dass die Wissensvermittlung und die Bedeutung des Kochens eine wichtige Rolle in der deutschen Kochsendungen spielt. Sowohl die Moderatorin als auch der Koch sind bemüht, den Akt des Kochens unterhaltend und lebendig zu gestalten und Spaß mit in die Sache einzubringen.

Die benutzten rhetorischen Mittel verstärken, was die Köche beschreiben und erklären während des Kochens. Die Zuschauer könnten Lust bekommen haben, das Gericht nachzukochen.

Die Analyse nach rhetorischen Figuren der türkischen Kochsendung

Die Analyse der türkischen Kochsendung ‘Nursel’in Evi’nde Ramazan 215. Folge mit dem Fernsehkoch Rafet Ince und der beliebten Moderatorin Nursel Ergin, gesendet am 23.06.2017¹.

Die Küche in der gekocht wird, ist ein kleines eigens für die Fernsehsendung gemietetes Haus. Im Eingangstrailer wird in der Vogelperspektive das kleine Häuschen mit einem Gärtchen gezeigt, wobei Nursel ihre Gäste am Toreingang mit einem herzlichen Lächeln begrüßt und hereinbittet. An dieser Stelle kann angemerkt werden, dass dem sozialen Wert der türkischen Gastfreundlichkeit Ausdruck verliehen wird.

Die Gesamtdauer einer Folge läuft über ca. 60 Minuten und wird in der Woche jeden Tag mittags um 12:00 ausgestrahlt. Jede Sendung besteht aus zwei Teilen, wobei in der ersten Hälfte (ca. 40 Min.) gekocht wird und im zweiten Teil (ca. 20 Min.) gebastelt, gestrickt, im Garten gearbeitet oder die Zuschauer erhalten Schönheitstipps von Experten. Nursel Ergin hat generell eine Zuschauerin als Gast, mit der sie zusammen kocht oder manchmal kocht sie auch selbst. Alle zwei Wochen können die Zuschauer auch von einem professionellen Koch die Kochkünste bewundern.

Das Kochstudio ist eine mittelgroße amerikanische Küche, das Wohnzimmer schließt sich der gemütlich eingerichteten Küche an. Sie ist hochmodern mit Hightechgeräten eingerichtet, wie einer Cerankochfläche, einem großem Kühlschrank und kleineren elektrischen Küchenutensilien wie Kaffemaschine und einem Wasserkocher, aber hat dennoch nostalgische, orientalische und typische türkische Elemente. Nursel hat ihre eigene Art die Küche mit sehr originellen türkischen Assesoires und Utensilien auszustatten, in den Jahren ihrer Karriere beibehalten. Sie hat somit eine Vorreiterrolle übernommen, da in letzter Zeit in vielen Kochprogrammen mit diesen in Vergessenheit geratenen Utensilien gekocht wird. Auch die Küchenregale und-schränke sind mit Spitze und Stickereien beschmückt. Weitere Küchengegenstände, die Nursel gerne benutzt sind Kupferbehälter (*bakır tencere ve kapları*), Emailleimer und-teller (*emaye kovasi, emaye tabağı*), Parchen-Stoffe (*pazen bezi*) sehr dünnes Nudelholz (*oklava*). Des Weiteren befindet sich neben der modernen Cerankochplatte ein Gewürzset aus Kupfer, mit welchem sie ihre spezielle Art des Würzens der Gerichte ausführt, nämlich mit dem umgedrehten Deckel,

¹ Hier ist dem Namen das Wort vorübergehend ‘Ramazan’ angehängt: Nursel’in Evi’nde Ramazan, da in der Sendezeit der Fastenmonat herrschte.

dabei erscheint es den Zuschauern als würze und salze sie zu stark die Gerichte, aber es ist in der Tat nicht so. In der Küche befindet sich auch ein Gasherd, je nach dem, welches Herd die Gäste bevorzugen.

Selbst die Regale sind abwechselnd mit modernen und nostalgischen Gegenständen versehen wie moderne bunte Gläser und Gefäße, Teller und Emaille-Teekanne oder auch Porzellanteller und – tassen (*çini*) mit typischen türkischen Motiven. Auch ein alter und hoher Mörser aus Holz steht unter den Utensilien, der sonst nur noch in Dörfern aufzufinden ist (*dibek*), getrocknetes Gemüse wie Auberginen (*kurular*), oder Zwiebeln lassen die Küche aussehen wie bei den Zuschauern selbst.

Die Küche erscheint heimisch durch diese Einrichtung, auch die kleinen eingerahmten Bilder von Nursel und ihren Gästen umrunden das ganze Ambiente. Die Zuschauer können sich wie bei sich zuhause fühlen. Das schöne Tongefäß für das Olivenöl ist eine originelle Idee von Nursel und passend zur Atmosphäre.

Neben dem großen dunkelrotem Kühlschrank befindet sich eine kleine schwarze Tafel, worauf die täglich gekochten Gerichte festgehalten sind. Nursel liest in jeder Sendung ein schönes Wort oder eine interessante kleine Geschichte aus "Nursel's Kalenderblatt" vor, welches auf dem Kühlschrank hängt. Im Gegensatz zur deutschen Küche erscheint die türkische Küche sehr farbenfroh und originell.

Die türkische Kochsendung *Nursel'in Evinde Ramazan* ist keine Livesendung, sie beginnt mit einem Trailer über interessante Sehenswürdigkeiten Istanbuls und leckere türkische Gerichte. Die Sendung ist ein Vormittagsprogramm, die die Zielgruppe der Frauen und Hausfrauen anspricht. Die Moderatorin und der Koch Rafet Usta, einer der bekannten Köche der Türkei stehen schon im Studio vor der Kochplatte. Nursel Ergin ist eine bekannte sympathische junge Moderatorin, die seit ca. 10 Jahren auf dem Bildschirm zu sehen ist. Sie begann ihre Fernsehkarriere eher zufällig, nachdem sie bei einer anderen Fernsehsendung von Acun Ilıca als Teilnehmerin eingeladen war.

Die Sendung fängt mit der freundlichen und herzlichen Begrüßung der Zuschauer durch Nursel mit den Worten "*Herkese merhabalar, günaydınlar, tatlı mı tatlı, ince mi ince şefimiz Rafet Ustamız bizimle...*" an und fragt ihn anschließend nach dem Menü, welches aus vier verschiedenen Gerichten besteht: 1. Kayısı Aşı (*Aprikosengericht*) 2. Fırında kabak kalye (*Gefüllte Zucchini im Ofen*) 3. Als Nachtisch Türk kahveli irmikli helva (*ein Dessert mit Griess und türkischem Kaffee*) und 4. Kızılıklı Tarhana (*Bauernsuppe mit Kornelkirschen*).

Nursel Ergin redet den Koch mit ‘Rafet Usta’ an, was in der Türkei die Regel ist. Eine andere Art der Anrede ist ‘Şef’, womit auch weibliche Köchinnen angeredet werden, denn dies stellt eine gewisse respektvolle Art dar. Es ist in der türkischen Gesellschaft Tradition, aus Respekt nicht mit dem Vornamen anzureden, sondern mit dem Berufstitel oder mit der Verwandtschaftsbeziehung ‘abla, abi, teyze, amca...’ (*großer Bruder, Schwester, Tante, Onkel*). Die Anrede oder Begrüßung differenziert sich also nach dem Alter und Geschlecht.

Die gegenseitige Anrede der türkischen Moderatorin und des Kochs ist über die ganze Sendung durch herzlich und freundschaftlich warm. So benutzt z. B. der Koch oft Kosewörter wie:

hayatım, şekerim, bizim kız, canım arkadaşım, canım benim kurban olurum sana... (meine Liebe, meine Süße, unser(e) Mädchen/Tochter, meine liebe Freundin, ich könnte alles für dich tun!).

Die Moderatorin redet ihn mit *Rafetciğim (Rafetchen)* an. Sie gebraucht bei der Anrede gerne die Diminutivform, was die freundschaftliche Beziehung unterstreicht. Beide sind bemüht, ihr Gesagtes durch ihre Gestik und Mimik zu unterstreichen, was dazu beiträgt, die Sendung lebendiger und unterhaltsamer zu gestalten. Die Anrede ist ein kulturelles Element, denn in der türkischen Gesellschaft spielt der Respekt eine wichtige Rolle bei der Anrede. Es ist nicht üblich in öffentlicher Gesellschaft, sein Gegenüber mit seinem Namen anzusprechen.

Typisch auch für den Koch Rafet sind die Sprüche wie:

- *Ooh, mis gibi (Es riecht herrvorragend!),*
- *ooh ver coşkuyu !(Lass es krachen!), cos diye... (Geräusch beim Anbraten)*
- *ooh sese bakar mısın!, ben bu sese bayılıyorum... (hörst du dieses Geräusch? Ich bin vernarrt in dieses Geräusch!)*

All diese Begriffe zeigen, dass der Koch bei seinem Element ist, dass er die Küche und das Kochen sehr liebt und es auch gerne zeigt und weitergeben möchte. Diese Beispiele stellen als rhetorische Figur Interjektionen dar, um das Gesagte visuell hörbar zu machen und eine Verstärkung des Ausdrucks zu erreichen. Rafet Usta unterstreicht das Gesagte gestisch noch mit seinen Händen, wodurch das Interesse der Zuschauer geweckt wird und keine Langeweile aufkommt.

Eine anderes auffälliges rhetorisches Element, welches oft im Türkischen gebraucht wird, stellt die Wiederholung und die Epipher dar:

- *Nursel: Bıçakla tak tak yapmak... (Geräusch beim Würfeln der Zwiebel), hafif hafif bir şey yapacağız (wir bereiten ein ganz leichtes Gericht vor), tatlı mı tatlı, ince mi ince... (er ist lieblich und fein)*

- Rafet: *hemen doğrayalım hemen... (wir würfeln es sofort..)*
- *Ünlü münlü (berühmt etc.), dolap molap (Schränk etc.),*

Bei diesem iterativen Gebrauch der Begriffe werden Wörter benutzt, die einander nahe stehen oder auch entgegengesetzt sind, deren Klänge sich ähneln oder keine weitere Bedeutung innehaben wie “*ünlü münlü*”, “*dolap molap*”.

Die Wirkung dieses rhetorischen Mittels ist, die Ausdruckskraft zu verstärken, die Eindringlichkeit und die Bedeutung zu betonen.

Nursel trägt am Ende der Sendung ein kleines Gedicht des türkischen Kochs vor, welches ebenfalls kürzlich in seinem neu erschienen Buch veröffentlicht ist:

“*Aş’a katarsan aşk, olur sana aş, aş’a katmazsan aşk, olmaz sana aş*” (Tust du Liebe in das Essen, dann bekommst du eine leckere Speise, tust du keine Liebe in das Essen, dann erhältst du keine leckere Speise).

Hier dienen die Anapher und die Assonanz als rhetorische Mittel zur Betonung und für die Einprägsamkeit.

Als das dritte Gericht gekocht werden soll, übernimmt der kleine Sohn des Kochs die Rolle seines Vaters als Koch. Nursel nimmt den kleinen Koch sehr ernst und stellt ihm auch Fragen während dieser vor dem Herd steht und kocht, denn dieser möchte in die Fußstapfen seines Vaters eintreten. Sie erinnert an dieser Stelle an den verstorbenen, berühmten Barış Manço, der früher eine Sendung mit kleinen Kindern gemacht hatte.

Diese kleine Episode zeigt die Kinderfreundlichkeit der türkischen Familien und die besondere Stellung der Familie in der türkischen Gesellschaft. Der Koch hatte seine ganze Familie mitgebracht, Nursel begrüßt die Ehefrau und die Tochter hinter der Kamera.

Rafet Usta legt großen Wert auf Selbstgekohtes, denn an einer Stelle macht er eine kritische Bemerkung darüber, dass die Jugend von heute von ihren Müttern das Kochen nicht lernen möchte und folglich, wenn sie später heiraten, ihre Gäste lieber in Restaurants oder in Cafés bewirten und ihre Zeit dort verbringen. Früher sei es selbstverständlich gewesen, dass junge Familien ihre Eltern zu sich nach Hause einladeten zu einem schönen gemeinsamen Essen. In der türkischen Gesellschaft ist es von großer Bedeutung, mit der Familie an einem Tisch zu sitzen und gemeinsam zu essen. Die Familie stellt einen wichtigen sozialen Wert dar. Die türkische Kochsendung vermittelt diese Werte.

Eine weitere Angelegenheit, auf die der türkische Koch hinweist, ist, zu Hause keine fertigen kohlenensäureartigen Getränke zu trinken, sondern vermehrt die türkischen in Vergessenheit geratenen Getränke wie Ayran oder Şerbet (Süßes

Getränk aus Obst) selbst zuzubereiten und zu genießen. Hier übt er eine didaktische Funktion aus, denn er plädiert dafür, dass die türkische Frau eher zuhause mit frischen Waren kochen soll, anstatt Fertignahrung zu kaufen.

Schlussfolgerung

Kochsendungen sind in den vergangenen Jahren aus dem Fernsehen nicht mehr wegzudenken, daher war es angebracht in dieser Arbeit eine beliebte deutsche Kochsendung mit einer bekannten türkischen Kochsendung unter semiotischen Aspekten kontrastiv zu analysieren.

In dieser Untersuchung wurde herausgestellt, dass das Kochen in deutschen Kochsendungen vorwiegend eine Männersache ist. Die jüngeren deutschen Köche sind populär und erfolgreich und werden sehr bewundert durch ihre charmante, natürliche und witzige Art. In türkischen Kochsendungen waren anfänglich die Frauen die Vorreiter, aber mit der Zeit übernahmen auch hier die männlichen Köche die Domäne des Fernsehkochens. Vergleichend kann aber festgestellt werden, dass türkische Köchinnen im Gegensatz zu deutschen Köchinnen im Fernsehen überwiegen.

Der rhetorischen Analyse der deutschen und türkischen Kochsendungen können wir entnehmen, dass in deutschen Fernsehsendungen vermehrt die Metapher als rethorisches Mittel herangezogen wird. Es wird damit eine Verdeutlichung durch bildliche Unterstützung erzeugt: "Ich habe die *braunen Brocken* gegessen" 'Brocken' ist eine Metapher für Aprikose; an anderer Stelle 'bröckeln, Brockerl' was eine Metapher für Erbsen ist.

Die Moderatorin verwendet mehrere Male Redensarten und Wendungen, wie z. B. "Beim letzten Mal, da hatte ich die *Siebenmeilenstiefel* an...". Des weiteren werden die Personifikation und Interjektion verwendet: "Der *Couscous schluckt wahnsinnig Olivenöl...*". Der deutsche Koch benutzt die Diminutivform (Verkleinerungsform): 'Göckelchen'.

In der türkischen Kochsendung treten oft als rhetorische Mittel die Interjektion, die Anapher und Wiederholungen auf.

- Nursel: *bıçakla tak tak yapmak...*,
- ...*hafif hafif bir şey yapacağız.*
- ... *tatlı mı tatlı, ince mi ince,*
- Rafet: *hemen doğrayalım hemen...*
- ...*ünlü münlü, dolap molap,*
- Rafet: *..ohh mis, cos diye....*

Eine weitere benutzte rhetorische Figur stellt die Epipher dar: "Aşa katarsan aşk, olur sana aş, aş katmazsan aşk, olmaz sana aş"

All diese eingesetzten rhetorischen Mittel bewirken eine verstärkte Aussagekraft sowie eine bessere Veranschaulichung. Sowohl die deutsche als auch die türkische Kochsendung will die Bedeutung des Kochens unterstreichen und das Kochen an sich unterhaltsamer darstellen, Wissen vermitteln und interessante Tipps weitergeben. Das Kochen wirkt interessanter für die Zuschauer und sie können bekommen Lust, selbst in die Küche zu gehen und die Gerichte nachzukochen.

Es wurde herausgearbeitet, dass der Koch in der türkischen Kochsendung ausdrücklich die Zuschauer anspricht, mehr zu Hause frisch zu kochen und keine Fertigprodukte zu bevorzugen. Auf die besondere Bedeutung der Familie und der Gastfreundlichkeit in der türkischen Gesellschaft und deren kulturelle Werte wurde hingewiesen.

Literaturliste

- Becker, S. (2010). *Kochsendungen in der Bundesrepublik Deutschland und in der DDR. Clemens Wilmenrods "Bitte in zehn Minuten zu Tisch" und Kurt Drummers "Der Fernsehkoch empfiehlt" im Vergleich.* Hamburg: Nordwestdeutsche Hefte zur Rundfunkgeschichte, Hrsg. Hans- Ulrich Wagner. Heft 8.
- Eco, U. (1972). *Einführung in die Semiotik.* Übersetzt von Jürgen Trabant. München: Fink.
- Iken, K. *Deutschlands erster Fernsehkoch: Mister Toast Hawaii.* Einestages: Zeitgeschichten auf Spiegel online.
- Saussure, F. (1976). *Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft.* Berlin.
- Scholler, S. (2013). *Küchen, Kochen, Köche- Inszenierungsstrategien in Kochshows.* Diplomarbeit. Wien.
- Uslu, E. (2007). *Fernsehwerbung im Deutschen und Türkischen: Eine kontrastive Untersuchung.* Magisterarbeit. Konya.
- Voigt, D. (2008). *Kochsendungen im deutschen Fernsehen- Zur medialen Inszenierung von Alltagskompetenz.* Magisterarbeit. Herne.

Elektronische Quellen

- Echt gut! Klink und Nett, Salate zum Sattessen* (07.05.2016), Zugangsadresse: <http://swrmediathek.de/player.htm?show=372e9d00-11ea-11e6-8a3c-0026b975f2e6>, zuletzt abgerufen am 10.05.2016.
- <http://www.foodie.com.tr/content.asp?pid=710&mainid=37>, zuletzt abgerufen am 11.05.2016.
- <http://www.haberturk.com/magazin/televizyon/haber/1288323-nursel-ergin-hem-bilgilendirecegiz-hem-eglendirecegiz>, zuletzt abgerufen am 25.09.2017.
- <http://haber.star.com.tr/medya/show-tvden-yeni-bir-yemek-programi/haber-731948>, zuletzt abgerufen am 11.05.2016.

<http://www.kadinlarkulubu.com/archive/t-638053.html>, zuletzt abgerufen am 10.05.2016.

<http://www.milliyet.com.tr/Pazar/HaberDetay.aspx?aType=HaberDetay&Kategori=pazar&KategoriID=26&ArticleID=1128657&Date=16.08.2009&b=Ekranada%20pi ser%20bize%20de%20duser>, zuletzt abgerufen am 11.05.2016.

Nursel'in Evi (23.06.2017), Zugangsadresse <https://www.youtube.com/channel/UCmHH3YYTuHintrMrXEqEM5Q> zuletzt abgerufen am 25.09.2017.

Schobliniski, P. (2016). *Semiotik, Ferdinand de Saussures Zeichenbegriff*, Zugangsadresse: https://www.mediensprache.net/de/basix/semiotik/zeichen/de_saussure.aspx, zuletzt abgerufen am 10.05.2016.

Zugangsadresse: http://www.berlinonline.de/themen/gesundheit-undfitness/essen-undgeniessen/tv_kochsendungen/index.php

<http://www.turkiyegazetesi.com.tr/magazin/371132.aspx>, zuletzt abgerufen am 08.05.2016.

<https://wortreiche.wordpress.com/2011/09/14/schlotzig>, zuletzt abgerufen am 10.05.2016.