

## **Inhalt**

Danksagung .....	8
Arabische Medien: Eine Einführung .....	9
<i>(Carola Richter &amp; Asiem El Difraoui)</i>	
<b>Teil I: Transnationale Phänomene arabischer Medien</b>	
Die Geschichte arabischer Massenmedien von 1860 bis 1950.....	25
<i>(Bettina Gräf)</i>	
Transnationales Satellitenfernsehen: Bilder sprengen Grenzen.....	39
<i>(Carola Richter &amp; Asiem El Difraoui)</i>	
Media Cities: Mediencluster als Mittel wirtschaftlicher Standortkonkurrenz.....	51
<i>(Almut Woller)</i>	
Facebook, Twitter & Co.: Die politische Rolle sozialer Netzwerkmedien.....	63
<i>(Maria Röder-Tzellos)</i>	
Alltag und Medien: Mediatisierung in der arabischen Welt.....	75
<i>(Ines Braune)</i>	
Genderkonstruktionen und Darstellungen von Geschlecht in arabischen Medien.....	87
<i>(Xenia Tabitha Gleissner)</i>	
Medien und Minderheiten in arabischen Ländern .....	99
<i>(Sebastian Elässer, Andrea Fischer-Tahir &amp; Kristin Pfeifer)</i>	
Islamistische Medien: Vom Wahhabismus über die Muslimbrüder zum Cyber-Dschihad .....	117
<i>(Asiem El Difraoui)</i>	

**Teil II: Arabische Länder und ihre Mediensysteme**

Ägypten: Paradox von Vielfalt und Gleichschaltung.....131  
*(Carola Richter)*

Sudan: Medien im Spannungsfeld von Islam,  
 Instrumentalisierung und Idealismus .....143  
*(Anke Fiedler)*

Marokko: Gott, Vaterland und König und eineinhalb  
 Millionen Likes für Mohammed VI.....155  
*(Ines Braune)*

Algerien: Im Land der Zeitungsläser .....167  
*(Daniel Gerlach)*

Tunesien: Mediensystem im Umbruch .....179  
*(Judith Pies)*

Libyen: Von der Diktatur des Grünen Buchs zum post-  
 revolutionären Chaos .....191  
*(Carola Richter)*

Syrien: Von Einheitsstaats- zu Bürgerkriegsmedien.....203  
*(Katharina Nötzold)*

Libanon: Freie Medien im Dienste ihrer Zahlmeister .....215  
*(Katharina Nötzold)*

Palästina: Medien unter doppelter Besatzung.....227  
*(Abir Kopty)*

Jordanien: Zwischen Politur und Strukturreform.....239  
*(Judith Pies)*

Irak: Pluralismus in Bedrängnis.....251  
*(Anja Wollenberg)*

Saudi-Arabien: Gleichzeitigkeit der Gegensätze .....	263
<i>(Carola Richter)</i>	
Vereinigte Arabische Emirate: Zwischen Zensur und unbegrenzten Möglichkeiten.....	275
<i>(Xenia Tabitha Gleissner)</i>	
Qatar: Ein immer noch loyalistisches Mediensystem .....	289
<i>(Sarah El Richani)</i>	
Bahrain: Freund und Feind des Internets .....	299
<i>(Leoni Wolf)</i>	
Kuwait: Ein verblichener Mythos .....	309
<i>(Martin Schiller)</i>	
Oman: Medien und Modernisierung im Land des Weihrauchs .....	319
<i>(Gidon Windecker)</i>	
Jemen: Medien als politische Waffen .....	331
<i>(Mareike Transfeld &amp; Hafez Al-Bukari)</i>	
<b>Autorinnen und Autoren.....</b>	<b>341</b>

## **Transnationales Satellitenfernsehen: Bilder sprengen Grenzen**

*Carola Richter & Asiem El Difraoui*

Wenn man sich 20 Jahre alte Nachrichtensendungen aus einem beliebigen arabischen Land aus den Archiven herausholen lassen und anschauen würde, so bekäme man in verschiedenen Variationen unweigerlich folgendes zu Gesicht: Zunächst die Verlesung des Glückwunschtelegramms des Emirs des Emirates X an den Herrscher des Staates Y, anschließend der Besuch des Präsidenten in einem Krankenhaus oder in einer neuen Fabrikanlage sowie der Empfang eines minder wichtigen ausländischen Politikers im Regierungssitz und dann einen Zusammenschnitt von klagenden palästinensischen Müttern aus Nachrichtenagenturmaterial, mit dem symbolhaft die Verbundenheit aller Araber mit dem palästinensischen Volk beschwört werden sollte. Protokollnachrichten waren der Standard; kontroverse politische Analysen, Streitgespräche über Politik, überhaupt Innenpolitik oder an Nachrichtenfaktoren oder Publikumsinteressen orientierte Berichterstattung hingegen nicht existent.

1996 dann der Paukenschlag: AL-JAZEERA! Plötzlich wurde unter dem Slogan »Meinung und Gegenmeinung« heftig im Fernsehen gefochten, ja häufig regelrecht geschrien. AL-JAZEERAS politische Talkshows rissen die Zuschauer mit. Hier wurde so offen wie noch nie in der arabischen Welt diskutiert (Lynch 2006). Weltliche arabische Nationalisten stritten sich mit Islamisten, voll verschleierte ultra-konservative Musliminnen mit arabischen Frauenrechtlerinnen oder Demokratie-Befürworter mit Monarchisten. AL-JAZEERA brachte der arabischen Welt eine bislang unerhörte Meinungsvielfalt. Es schuf die erste wirkliche pan-arabische Öffentlichkeit (El Difraoui/ Abel 2012). Plötzlich standen Korrespondenten live mitten im Geschehen in Palästina, in Afghanistan oder im Irak und sogar vor der Haustür der Zuschauer in einem Dorf in Marokko oder einem Supermarkt in Oman und berichteten von dem, was sie sahen, und alle Zuschauer konnten daran teilhaben. Auf einmal schien auch die eigene Meinung etwas zu zählen, wurde man doch bei den verschiedenen Call-In-Sendungen regelrecht zur Mitsprache aufgefordert. Kritische Stimmen behaupten zwar, dass AL-JAZEERA lediglich ein Ventil für Frustration sei und damit die arabische Bevölkerung davon abhalten würde, ihrer Unzufriedenheit auf der Straße Luft zu machen, statt sich für wirklichen politischen Wandel zu engagieren (Al-Sadi 2012). Aber auch den Kritikern war bewusst, dass in Anlehnung an die Prämisse McLuhans »das Medium ist die Botschaft« allein die Existenz AL-JAZEERAS zu einer Verände-

rung führen würde. Und in der Tat war AL-JAZEERA Teil einer Medienrevolution, welche die arabische Welt ins Zeitalter der Globalisierung katapultierte.

## Die politische Ökonomie der Satellitensender

Der technische Grundstein für diese Entwicklung wurde allerdings schon in den 1980er-Jahren gelegt. Die 22 Staaten der Arabischen Liga beschlossen, in ein eigenes Satellitensystem namens ArabSat zu investieren. Die Kosten für dieses Vorhaben, das zur Zeit ein Volumen von 500 Millionen US-Dollar hat, wurden entsprechend der finanziellen Potenz sehr ungleich verteilt: Saudi-Arabien trägt demnach 36,6 %, Kuwait 14,5 %, Libyen 11,2 %, Qatar 9,8 %, die Vereinigten Arabischen Emirate 4,6 %, Jordanien 4,0 %, Libanon 3,8 %, Bahrain 2,4 %, Syrien 2,0 %, Irak 1,9 %, Algerien 1,7 %, Jemen 1,6 %, Ägypten 1,5 %, Oman 1,2 %, Tunesien 0,7 %, Marokko 0,6 %, Mauretanien, Sudan, Palästina und Somalia je 0,2 %, Djibouti 0,1%.

Der erste Satellit wurde 1985 in Betrieb genommen, um Bilder der Pilgerfahrt zu den Heiligen Städten von Mekka und Medina in Saudi-Arabien international zu übermitteln. ArabSat wurde zunächst nur zum regionalen Programmaustausch, wie er auch mittels der European Broadcasting Union (EBU) unter den Sendern Europas üblich ist, eingesetzt. Ägypten nutzte als erstes Land das über diesen Austausch hinausgehende Potenzial des Satelliten, indem es den ersten arabischen Satellitensender etablierte und nicht nur den beteiligten Anstalten Bilder übermittelte, sondern sie direkt für die Zuschauer zugänglich machte. Anlass war der Irak-Krieg 1990/91, in dem auch Ägyptens Armee Kontingente auf Seiten der von den USA geführten Koalition stellte, um die irakischen Invasoren aus Kuwait zu vertreiben. Die ägyptischen Soldaten im Einsatz sollten Zugang zu den heimischen Informationen bekommen und nicht auf den damals sehr populären westlichen Monopolisten CNN angewiesen sein.. Ägypten sendete mit ESC1 (EGYPTIAN SATELLITE CHANNEL 1) nunmehr das Programm seines ersten terrestrischen Kanals auch über Satellit (Sakr 2001). Doch damit war nur eine neue technische Möglichkeit der Verbreitung erschlossen; es bedeutete noch keinen Qualitätssprung des Fernsehens.

Dieser wurde im Folgejahr durch eine wirtschaftliche Diversifizierungsstrategie der milliardenschweren Eliten aus den Golfstaaten eingeläutet. Die Endlichkeit der Rohölvorräte als Einkommensquelle und vor allem die Verwundbarkeit der Märkte, wurde durch den Irak-Kuwait-Krieg erneut verdeutlicht. Zukunftsträchtige Investitionsfelder wurden gesucht und neue Kommunikationstechnologien als ein solches identifiziert. 1991 wurde von reichen Geschäftsmännern aus den Golfstaaten der Sender MIDDLE EAST BROADCASTING CENTER (MBC) gegründet [siehe Beitrag Saudi-Arabien]. Aus London wurde über ArabSat in die ganze

Region gesendet. In schneller Folge wurden danach weitere Konsortien gegründet: 1993 entstand die Pay-TV-Gruppe ARAB RADIO AND TELEVISION (ART) und 1994 die ORBIT-Gruppe mit Sitzen in Italien sowie 1995 die ROTANA-Gruppe. Hinter all diesen Konsortien stehen bis heute hauptsächlich saudische Prinzen, dem saudischen Königshaus nahestehende Geschäftsleute sowie betuchte Investoren aus den Golfstaaten (Sakr 2001). Obwohl die Sendegruppen kurz- und mittelfristig keinen oder kaum Profit generieren, werden sie von ihren Besitzern als Langzeitinvestitionen gesehen, mit denen der Anschluss an die globale Wirtschaftselite demonstriert werden und neues soziales und politisches Kapital geschlagen werden soll, welches sich wiederum für andere Wirtschaftsprojekte der arabischen Unternehmer nutzen lässt. Boyd (2001: 51) etwa betont, dass ORBIT wohl das »kostenintensivste« Satellitenprojekt in der Welt sei, bei dem relativ wenig Hoffnung bestünde, die Startinvestition von mindestens einer Milliarde US-Dollar tatsächlich wieder einzufahren. Stattdessen hätten sich saudische Geschäftsleute mit dieser Investition in die Riege der globalen Medienmogule eingekauft. ORBIT selber basiert auf dem Konzept von Rupert Murdochs STAR TV (ebd.). Naomi Sakr (2013) beschreibt ihrerseits, wie saudische aber auch ägyptische und libanesisische Unternehmer zwar aus ihren nationalen Rahmenbedingungen und Verbindungen ihre Macht und ihr Investitionskapital beziehen, aber letztlich vor allem durch ihre Medien zur globalen Business-Elite aufgestiegen sind und dadurch wiederum an internationaler aber auch lokaler Legitimität gewinnen. Der saudische Prinz al-Walid bin Talal etwa ist nicht nur lokaler Medienbesitzer, sondern auch Teilhaber an Robert Murdochs NEWSCORP, hält Anteile bei TWITTER oder auch bei Silvio Berlusconi's MEDIASET. Diese Verbindungen garantieren natürlich auch Rückflüsse von ausländischen Investitionen in die eigenen lokalen und regionalen Projekte.

Diese angestrebte Marktdiversifizierung sollte und soll aber gleichzeitig nicht die politische Legitimität der Machthaber der Region untergraben. Um also nicht mit den nationalen Medienrestriktionen in Konflikt zu geraten, wurden die Sender alle zunächst im europäischen Ausland angesiedelt und sie verzichteten fast grundsätzlich auf nachrichtliche und politische Formate und widmeten sich stattdessen einer Professionalisierung der Unterhaltung. ART etablierte Spartenkanäle für Religion, Sport oder Kinder; ORBIT setzte konsequent auf Pay-TV und die Einspeisung westlicher Kanäle, ROTANA wurde mit Musik- und Filmkanälen populär. So schufen sie allmählich eine neue, von internationalen Formaten geprägte Fernsehkultur, die sich drastisch von den gewohnten Inhalten der staatlichen nationalen Sender abhob.

Die ersten Reaktionen der Machthaber auf die stark verwestlichten Medieninhalte waren ambivalent: im Irak unter Saddam Hussein stand der Besitz von SAT-Schlüsseln unter Gefängnisstrafe, Saudi-Arabien und Marokko versuchten

zunächst, Satellitenempfänger per Dekret verbieten zu lassen, gaben diese Pläne aufgrund der Unmöglichkeit der Umsetzung aber schnell wieder auf (Boyd 2001: 53). Saudi-Arabien nahm schließlich Einfluss auf die Besitzer der Sender und setzte somit weitgehend durch, dass die Import- und Eigenproduktionen bestimmte rote Linien des im konservativen Königreich »Zeigbaren« nicht überschritten (Gerlach 1997). Ägypter und die Libanesen wiederum investierten aus unterschiedlichen Gründen selbst in eigene Satelliten und Sender. In Ägypten war die Lancierung des eigenen Satelliten NileSat 1998 eine orchestrierte staatliche Anstrengung, um selber weiterhin die Kontrolle über die ausgestrahlten Programme und die Unabhängigkeit von den reichen Golfstaaten hinter ArabSat zu sichern [siehe Beitrag Ägypten]. Im Libanon dagegen war die Ausweitung der Übertragung der terrestrischen Kanäle mittels Satellit auch eine ökonomisch motivierte Strategie, denn für das kleine Land allein war die Vielzahl der gegründeten Kanäle eigentlich zu groß und man hoffte auf Werbeeinnahmen aus anderen arabischen Ländern [siehe Beitrag Libanon].

## Die Transnationalisierung von Unterhaltung

Arabische Senderverantwortliche haben zügig die neo-liberale Ideologie von Fernsehproduktionen als transnational handelbarer Ware angenommen. Die pan-arabischen Satellitensender sind heute ein wichtiger Absatzmarkt für den globalen Formatehandel. Die arabischen Varianten von Spielshows wie WER WIRD MILLIONÄR? sind ebenso Quotenrenner wie das Castingformat ARAB IDOL. Selbst ein Format wie BIG BROTHER, das für Gesellschaften, die häufig noch auf Geschlechtertrennung setzen, extrem provokant sein musste, wurde einzuführen versucht, musste aber nach heftigen Protesten wieder abgesetzt werden (Kraidy 2010). Sportprogramme wie beispielsweise Fußballübertragungen der europäischen Ligen füllen zahlreiche Sportsender der großen Konsortien.

Die Sender sind aber mittlerweile nicht mehr nur Abspielstationen für westliche Formate, sondern haben auch dazu beigetragen, einen Süd-Süd-Fluss an Medieninhalten zu kanalisieren und die innerarabische Fernsehproduktion umzukrempeln. In den 1990er-Jahren fanden lateinamerikanische Telenovelas als preiswertes Importgut Eingang in die arabische Fernsehlandschaft. In den 2000er-Jahren haben auch indische Bollywood-Filme an Raum gewonnen und mittlerweile stehen türkische Serien ganz hoch im Kurs bei den Zuschauern der pan-arabischen Sender (Buccianti 2010). Allen Formaten ist gemein, dass sie zwar einen gewissen Blick in fremde Welten aus dem Wohnzimmer zulassen, zugleich aber regional verwurzelte Auffassungen von Geschlechterkonfigurationen kaum in Frage stellen und sexuell anzügliche Szenen vermeiden, so dass sie trotz ihrer professionellen Hülle ins konservative Gefüge der Region passen.

Gleichzeitig werden Frauen durch die zahlreichen kommerziellen Sender in der Öffentlichkeit immer präsenter. So entsteht eine Ambivalenz aus konservativer Restauration und emanzipatorischer Repräsentation durch das Satellitenfernsehen [siehe Beitrag Genderkonstruktionen].

Auch der innerarabische Markt profitiert von den Nachfragen der pan-arabischen Sender: insbesondere für den Fastenmonat Ramadan, bei dem sich am Abend die ganze Familie vor dem Fernseher versammelt, werden Produktionen historischer, komödiantischer oder dramatischer Serien nachgefragt. In Ägypten, den VAE und vor 2011 auch in Syrien hat sich eine rege Fernsehproduktionsindustrie entwickelt, die diesem Markt Rechnung trägt (Salamandra 2005). Die Satellitensender sind dabei einerseits an der Schaffung einer neuen pan-arabischen Identität beteiligt die aber gleichzeitig auch nationale Charakteristika verstärkt. Formate wie ARAB IDOL werden zwar im ganzen arabischen Raum gesehen, zumeist wird aber mit den Kandidaten des eigenen Landes mitgefiebert, welche dann auch etwa als Syrer oder Libanesen mit der entsprechenden Symbolik in Szene gesetzt werden (Kraidy 2010).

Das ökonomische (oder zumindest polit-ökonomische) Potenzial der neuen pan-arabischen Medien führte zunächst auch zu einem gewissen Wandel in der Medienpolitik einzelner Länder, Dubai, Jordanien, Bahrain oder Ägypten etwa schufen so genannte Medienfreihandelszonen [siehe Beitrag Media Cities]. Die Möglichkeit hier außerhalb der nationalen Gesetzgebung und nur gering besteuert zu produzieren, bewog alle großen pan-arabischen TV-Konsortien, ihre Hauptquartiere aus Europa zurück in diese vergleichsweise freien Enklaven zu verlegen (Schleifer 2002).

Zudem baute die Professionalisierung der Programmgestaltung einen hohen Innovationsdruck auf, »auf den die traditionellen arabischen Staatsfernsehsender mit Programmreformen reagieren mussten, wollten sie keine weiteren Zuschauer verlieren« (Hahn 2005: 247).

## **Die politische Dimension der Transnationalisierung**

In diesem vor allem kommerziellen Kontext etablierte sich AL-JAZEERA und revolutionierte abseits des Unterhaltungsmarktes den Informationssektor. Der Sender gilt in der arabischen Welt als Pionier professioneller Nachrichtenvermittlung und politischer Debattenkultur (Miles 2005). Die Gründung von AL-JAZEERA geht auf eine Initiative des damaligen, gerade durch einen Putsch gegen den eigenen Vater an die Macht gelangten qatarischen Staatsoberhauptes, Emir Scheich Hamad bin Khalifa Al-Thani, zurück [siehe Beitrag Qatar]. Das ORBIT-Konsortium hatte bereits 1994 gemeinsam mit der BRITISH BROADCASTING CORPORATION (BBC) einen arabischsprachigen Nachrichtensender aufbauen wollen.

Der in diesem Sender angeschlagene kritische Ton gegenüber der saudischen Regierung ließ aber die Besitzer von ORBIT aufschrecken. Sie stellten das Projekt schnell ein (Cochrane 2007).<sup>1</sup> Emir Hamad, der sich eine Modernisierungsagenda für Qatar auf die Fahnen geschrieben hatte, griff zu und formte aus der Konkursmasse AL-JAZEERA (deutsch: Die Insel). 1996 lud er die vor der Arbeitslosigkeit stehenden arabischsprachigen hochqualifizierten TV-Journalisten des ORBIT-Senders nach Doha ein und bot ihnen an, mit Hilfe eines einmaligen Staatskredits in Höhe von rund 140 Millionen US-Dollar über eine Laufzeit von fünf Jahren ein arabisches Nachrichtenfernsehen nach BBC-Vorbild aufzubauen. Noch am Ende desselben Jahres ging AL-JAZEERA auf Sendung. Trotz seiner wirtschaftlichen und finanziellen Abhängigkeit vom Herrscherhaus Qatars galt AL-JAZEERA in der arabischen Medienwelt bis 2011 als politisch relativ unabhängig (El-Nawawy/ Iskandar 2002).

Dem arabischen Publikum wurde der Sender vor allem durch die 2000 begonnene zweite Intifada in den palästinensischen Gebieten bekannt. In den Jahren vor der Revolte hatte sich AL-JAZEERA durch seine Reporter in der Westbank und Gaza als ein quasi-lokales Medium etabliert (Zayani 2005). Kein anderes nicht-palästinensisches arabisches Medium hatte Korrespondenten vor Ort. Die palästinensischen Medien standen zumeist unter der Kontrolle der Autonomiebehörde und galten somit als vergleichsweise unglaubwürdig.

Das westliche Publikum wurde nach dem 11. September 2001 auf AL-JAZEERA aufmerksam, weil es Exklusivinterviews mit Osama Bin Laden ausstrahlte. Der Sender wurde deshalb häufig als Sprachrohr von Al-Qaida diffamiert. Westliche Kritik erreichte 2003 während des Irak-Kriegs ihren Höhepunkt, als AL-JAZEERA nicht der Meinungspolitik der USA folgte und stattdessen auch Anhänger und Mitglieder des Saddam-Regimes zu Wort kommen ließ und die zivilen Opfer der vermeintlichen Kollateralschäden der US-Bombardierung zeigte. US-Präsident George W. Bush und sein Verteidigungsminister Donald Rumsfeld bezeichneten AL-JAZEERA deshalb als »Propagandasender« und »Kollaborateur mit Terroristen« (Figenschou 2006). Gleichzeitig lag die alliierte Befehlszentrale CENTCOM in der qatarischen Wüste nur wenige Kilometer vom Sendezentrum AL-JAZEERAS entfernt, was durchaus als ein Symbol für eine relative Autonomie des Senders von der qatarischen politischen Führung gewertet werden konnte.

Nicht nur die Amerikaner beschwerten sich über AL-JAZEERA, vor allem waren die autoritären Herrscher der arabischen Welt wenig angetan von der neuartigen Berichterstattung: In Saudi-Arabien durfte noch nie ein Büro eröffnet werden, in Irak wurden die Reporter mehrfach ausgewiesen. Das Büro in Marokko

---

<sup>1</sup> Erst 2008 hat die BBC dann tatsächlich einen eigenen arabischen TV-Dienst mit Sitz in London gestartet namens BBC ARABIC.

wurde im Oktober 2010 geschlossen, nachdem der Sender über den dort offiziell nicht existierenden Konflikt in der Westsahara berichtet hatte. Mehrfach beschwerten sich ausländische Regimes direkt beim Emir von Qatar über den Sender. 2008 hat die Arabische Liga auf Betreiben Ägyptens und Saudi-Arabiens sogar eine Charta auf den Weg gebracht, die Sanktionen gegen Satellitensender erlauben soll, die Staatschefs beleidigen und die öffentliche Ordnung gefährden. AL-JAZEERA war das Hauptziel dieses Vorstoßes. Neben Qatar unterschrieb nur der Libanon diese Charta nicht (Price 2008).

Auch in finanzieller Hinsicht hat die »politische Unverfrorenheit« des Senders Auswirkungen: AL-JAZEERA sollte sich eigentlich bereits 2001 gewinnbringend selbst finanzieren, vor allem durch Werbeeinnahmen. Aufgrund der von vielen Golfstaaten als zu kritisch empfundenen Berichterstattung mieden sowohl internationale Konzerne wie Pepsi Cola und General Electrics als auch arabische Großunternehmen den Sender. Sie wollen es sich mit Saudi-Arabien, Kuwait und den Emiraten als den größten Absatzmärkten der arabischen Welt nicht verderben.

Die Machthaber fast sämtlicher arabischer Staaten versuchten, auf die politische Herausforderung namens AL-JAZEERA durch den Aufbau von Konkurrenzprogrammen zu reagieren. Einige Länder gründeten eigene Nachrichtenkanäle, so zum Beispiel NILE TV in Ägypten. Zum größten Wettbewerber wurde jedoch der vor allem durch saudisches Kapital finanzierte Sender AL-ARABIYA (Die Arabische). Unter dem gegenüber AL-JAZEERA etwas herablassend formulierten Motto, »die Köpfe und Intelligenz der Zuschauer anzusprechen, statt deren Herzen und Emotionen« ging das Konkurrenzprogramm im März 2003 zu Beginn des Irak-Kriegs aus Dubai auf Sendung.

Auch wenn AL-ARABIYA sich im Laufe des vergangenen Jahrzehnts in Sachen professionelles Erscheinungsbild, inhaltlicher Gestaltung und Reichweite als fast ebenbürtig zu AL-JAZEERA erweisen konnte, so gebührt doch AL-JAZEERA im Vergleich zum »zahmen« AL-ARABIYA der Ruhm dafür, Auslöser für eine radikale Veränderung der politischen Kommunikation in der arabischen Welt zu sein. Als vermeintlicher Verbündeter der kleinen Leute gegen die allmächtigen Führungseliten der arabischen Länder, einer kritischen flächendeckenden Berichterstattung und seinem Widerstand gegen Einschüchterungsversuche aller Art erwarb der Sender in der arabischen Welt ein Maß an Glaubwürdigkeit das ihm Deutungshoheit über zahlreiche regionale aber auch weltpolitische Themen verlieh. Und das obwohl auch AL-JAZEERA weniger aus Idealismus für eine demokratische arabische Welt, sondern aus strategischen Erwägungen des Emirs gegründet worden war. Er wollte mit AL-JAZEERA ein außenpolitisches Machtinstrument schaffen, das dem geografisch winzigen Emirat zu mehr internationalem Gewicht verhelfen sollte. Dies ist gelungen: AL-JAZEERA ist ein glo-

baler Player – nicht zuletzt durch eine Marketingstrategie, die im Gegensatz zu den bisher existierenden Medien eben gerade eine kritische und tabulose Berichterstattung einbezog (Da Lage 2005). Der Erfolg und das symbolische Kapital in Form von Renommee wurden zum Aufbau eines eigenen TV-Konsortiums genutzt mit Kinder-, Dokumentations- und Sportsendern [siehe Beitrag Qatar]. Die weltweit bedeutendste Initiative war Ende 2006 die Schaffung des englischsprachigen Nachrichtenkanals AL-JAZEERA ENGLISH. Zur weiteren Ausweitung des internationalen Einflusses von Qatar sollte dieser Sender CNN und BBC Konkurrenz machen. Der Sender berichtet offensichtlich mit wenig inhaltlichen Unterschieden und ebenso hoher Professionalität wie diese Wettbewerber (Schenk/Ahmed 2011) von Ereignissen mit globaler Relevanz aus vier Sendezentralen in Kuala Lumpur, Doha, London und Washington. Dabei versucht AL-JAZEERA ENGLISH Weltregionen abzudecken, die von CNN und BBC vernachlässigt werden, wie etwa Afrika, Lateinamerika oder Zentralasien. Zudem wurden Sender wie AL-JAZEERA TURKISH oder AL-JAZEERA BALKAN gegründet, die Qatars außenpolitische Ambitionen in diesen Regionen flankieren.

### **Orbitale Kämpfe um Deutungshoheit**

Der Zenit AL-JAZEERAS in der Zuschauergunst scheint allerdings mittlerweile überschritten. Ein Faktor hierfür ist die erneut verstärkte Instrumentalisierung von Medien als politische ›Waffen‹. Hierfür eignen sich reichweitenstarke Satellitenfernsehsendern besonders. AL-JAZEERA etwa berichtete in unterschiedlicher Weise über die Ereignisse des so genannten »Arabischen Frühlings«, wobei es eine starke Nähe zu den außenpolitischen Interessen des Emirats Qatar reflektierte. So unterstützte es aktiv die Rebellen in Libyen und verschaffte der syrischen Opposition Gehör, während die Proteste in Bahrain kaum Eingang in die Berichterstattung fanden (Hammond 2011). Der wirkliche Fall von AL-JAZEERA begann mit der von vielen Ägyptern als extrem parteiisch empfundenen Berichterstattung während der einjährigen Herrschaft der Muslimbrüder. Der Emir von Qatar setzte wohl aus geopolitischen Gründen auf die Muslimbrüder, gerade auch in Opposition zu seinem Rivalen Saudi-Arabien, das in Ägypten die Salafisten unterstützte. Entsprechend wird auch AL-JAZEERA nachgesagt, zunehmend tendenziöser zugunsten der Muslimbrüder berichtet zu haben (Talon 2011). Auch im Hinblick auf Syrien oder die Berichterstattung über den Islamischen Staat wird insbesondere AL-JAZEERA immer wieder Parteilichkeit vorgeworfen. Etliche Journalisten haben den Sender im Streit verlassen und sprechen ihm nunmehr journalistische Autonomie ab (Suliman 2012). Die französische Politikwissenschaftlerin Claire Talon argumentiert, dass die Redaktion nie wirk-

lich unabhängig agieren konnte, sondern bis 2011 nur die Spaltungen innerhalb der Herrscherfamilie reflektierte, etwa zwischen Reformern und Traditionalisten.

Ein zweiter Faktor für den verringerten Einfluss von AL-JAZEERA ist das Entstehen von zahlreichen alternativen Sendeangeboten mit konkurrierenden Deutungsmustern – nicht nur aus der arabischen Welt: Die USA und europäische Länder haben durch massive Investitionen in schneller Folge eigene arabischsprachige Satellitenkanäle gegründet wie AL-HURRA (Die Freie, USA) 2004, DWTV ARABIA 2005, FRANCE 24 und RUSSIA TODAY 2007 und schließlich BBC ARABIC 2008 (Lahlali 2011). Auch der Iran hat einen arabischen Sender etabliert. In keiner anderen Region wird durch ausländische Anbieter so stark versucht, mittels internationaler Fernsehsender auf die politische Öffentlichkeit Einfluss zu nehmen.

Trotz der zunehmenden Verbreitung des Internets ist Fernsehen immer noch das Hauptinformationsmedium der Araber. Existierten zur Jahrtausendwende nur 60 Sender, so strahlten 2013 bereits 700 arabische frei empfangbare Kanäle neben einer Vielzahl an Bezahlsendern ihre Programme aus – Tendenz steigend (Tawil-Souri 2008; Arab Advisors 2013). Zum einen baut Ägypten seine Satellitenflotte aus und der gemeinschaftlich betriebene ArabSat wird ständig modernisiert. Gleichzeitig wird versucht, einer möglichen weiteren politischen Pluralisierung durch die Vielfalt des Angebots Grenzen zu setzen. Nach der Absetzung des islamistischen Präsidenten Mursi in Ägypten 2013 wurde der Sender der Muslimbrüder vom Satelliten NileSat verbannt. Generell versuchen oppositionelle Sender, denen eine Ausstrahlung über arabische Satelliten verwehrt wird, über Satelliten wie Hotbird oder Atlantic Bird aus Europa ihre Zielpublika in Nordafrika oder dem Nahen Osten zu erreichen. Qatar nutzt seinerseits seit 2015 einen eigenen Satelliten namens Es'hail 1, der ihm in dem teils angespannten Klima mit anderen arabischen Ländern eine größere Autonomie für die eigenen Sender wie AL-JAZEERA garantiert.

Entsprechend tummeln sich neben den Staatssendern, den pan-arabischen Konsortien und den westlichen ausländischen Sendern auch jede Menge Kanäle von Interessengruppen im Orbit. Zwar verbreiten viele teils radikale Gruppierungen aufgrund begrenzter finanzieller Mittel und dem Problem des Zugangs zu Satelliten ihre Botschaften vor allem via Internet. Wer es sich leisten kann, etabliert aber einen Satellitenkanal. Dazu zählt die libanesische Hisbollah mit ihrem Sender AL-MANAR genauso wie salafistische Prediger, die, unterstützt von saudischen Geldern, in die Region hinein beamen.

## Die Zukunft des Satellitenfernsehens

Transnationale arabische Satellitenfernsehsender sind immer noch die meistgenutzten Medien in fast allen Ländern der Region – sei es für Informationen oder Unterhaltung. Internetmedien werden ihnen vermutlich in den nächsten Jahren nicht den Rang ablaufen können. Stärkste Konkurrenz könnten wieder nationale Fernsehangebote werden, wenn diese vielfältiger berichten und gleichzeitig besser auf lokale Themen fokussieren. Dies scheint im Libanon, dem Irak oder zeitweise in Ägypten der Fall.

Die transnationalen Fernsehsender sind nach wie vor Motoren für Innovationen, sie entwickeln neue Formate, setzen die Standards für professionelle Erscheinungsbilder und werden durch ihre Vernetzung mit den sozialen Netzwerken zunehmend cross-medial. Seit Jahrzehnten sind die Satellitensender Anziehungspunkt für journalistische Talente aus allen arabischen Ländern, insbesondere aus der Levante, und sind gleichzeitig Sprungbretter für Karrieren in den nationalen Medien. Dies fördert natürlich auch den Transfer von ethischen und technischen Qualitätsstandards in die nationalen Medienlandschaften.

Nichtsdestotrotz werden auch die Satellitensender von mächtigen wirtschaftlichen und politischen Eliten kontrolliert, die ihnen zwar mehr oder minder große Freiräume zugestehen, die TV-Stationen jedoch vor allem als Instrumente zur Umsetzung ihrer jeweiligen politischen und ökonomischen Interessen betrachten und entsprechend auf Inhalte und Ausrichtung Einfluss nehmen.

## Literatur

- Al-Sadi, Mahmoud R. (2012): Al Jazeera Television: Rhetoric of Deflection. In: Arab Media & Society 15, Spring.  
[http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20120408193318\\_Al-Sadi\\_Mahmoud.pdf](http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20120408193318_Al-Sadi_Mahmoud.pdf).
- Arab Advisors Group (2013): A Majority of FTA Satellite Channels Catering to the Arab World are Privately Owned. 19. August.  
<http://www.arabadvisors.com/Pressers/presser-190813.htm>.
- Boyd, Douglas A. (2001): Saudi-Arabia's International Media Strategy: Influence through Multinational Ownership. In: Hafez, Kai (Hg.): Mass Media, Politics & Society in the Middle East. Cresskill, S. 43-60.
- Buccianti, Alexandra (2010): Turkish Soap Operas in the Arab World: Social Liberation or Cultural Alienation? In: Arab Media & Society 10, Spring.  
[http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20100330130359\\_Buccianti\\_for\\_PDF.pdf](http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20100330130359_Buccianti_for_PDF.pdf).

- Cochrane, Paul (2007): Saudi Arabia's Media Influence. In: Arab Media & Society 3, Fall. [http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20071001153449\\_ams3\\_Paul\\_Cochrane.pdf](http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20071001153449_ams3_Paul_Cochrane.pdf).
- Da Lage, Oliver (2005): The Politics of Al Jazeera or the Diplomacy of Doha. In: Zayani, Mohamed (Hg.): The Al Jazeera Phenomenon. Boulder, S. 49-65.
- El Difraoui, Asiem/ Abel, Leoni (2012): The Web 2.0 Revolution and the Arab World. The Role of the New Media as Political Infrastructure: An Assessment. In: Deutsche Welle Media Dialogue 2012 (Hg.): The Arab World: The Role of Media in the Arab World's Transformation Process. Berlin, S. 61-87.
- El-Nawawy, Mohammed/ Iskander, Adel (2002): Al-Jazeera: How the Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East. Cambridge, M.A.
- Figenschou, Tine Ustad (2006): Courting, Criticism, Censorship and Bombs. The Bush Administration's Troubled Relations with al-Jazeera Channel from September 11 to the War in Iraq. In: Nordicom Review 27(1), S. 81-96.
- Gerlach, Julia (1997): Lindenstraße made in Egypt. Unterwandert Saudi Arabien die arabische Welt im Vorabendprogramm? In: Inamo 12, Winter, S. 12-14.
- Hahn, Oliver (2005): Arabisches Satelliten-Nachrichtenfernsehen Entwicklungsgeschichte, Strukturen und Folgen für die Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 53(2-3), S. 241-260.
- Hammond, Andrew (2011): Gulf Media Find their Red Line in Uprisings: Bahrain. In: Reuters, 14. April. <http://www.reuters.com/article/2011/04/14/oukwd-uk-mideast-rotests-media-idAFTRE73D1HB20110414>.
- Kraidy, Marwan M. (2010): Reality Television and Arab Politics. Contention in Public Life. Cambridge.
- Lahlali, El Mustapha (2011): Contemporary Arab Broadcast Media. Edinburgh.
- Lynch, Marc (2006): Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today. New York.
- Miles, Hugh (2005). Al-Jazeera: The Inside Story of the Arab News Channel That is challenging the West. New York.
- Price, Monroe E. (2008): A Charter of Contradictions. In: Arab Media & Society, March. [http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20080314091241\\_AMS\\_Monroe\\_Price.pdf](http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20080314091241_AMS_Monroe_Price.pdf).
- Sakr, Naomi (2001): Satellite Realms: Transnational Television, Globalization and the Middle East. London.
- Sakr, Naomi (2013): Where Arab Media Magnates Stand vis-à-vis Globalized Media Flows: Insights from Egypt and Saudi Arabia. In: International Journal of Communication 7, S. 2285–2302.
- Salamandra, Christa (2005): Television and the Ethnographic Endeavor: The Case of Syrian Drama. In: Transnational Broadcasting Studies 14, Spring. [http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20070312081604\\_TBS14\\_Christa\\_Salamandra.pdf](http://www.arabmediasociety.com/articles/downloads/20070312081604_TBS14_Christa_Salamandra.pdf).
- Schenk, Susan/Ahmed, Mohamed (2011): Does Al Jazeera Make a Difference? The Framing of the Iranian Election 2009 by Al Jazeera Arabic and CNN International. In: Global Media Journal – German Edition 1(2).

- [http://www.db-thueringen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-24473/GMJ2\\_schenk\\_ahmed\\_final.pdf](http://www.db-thueringen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-24473/GMJ2_schenk_ahmed_final.pdf).
- Schleifer, S. Abdallah (2002): New MBC: The Marriage of Elegant Professionalism and Emirati Glitter. In: *Transnational Broadcasting Studies* 9, Fall.  
<http://tbsjournal.arabmediasociety.com/Archives/Fall02/Ambience.html>.
- Suliman, Aktham (2012): Warum ich Al-Jazeera verlassen habe. In: *Zenith Online*. 7. November.  
<http://www.zenithonline.de/deutsch/gesellschaft/a/artikel/warum-ich-al-jazeera-verlassen-habe-003458/>.
- Talon, Claire-Gabrielle (2011): *Al Jazeera : Liberte d'expression et petromonarchie*. Paris.
- Tawil-Souri, Helga (2008): Arab Television in Academic Scholarship. In: *Sociology Compass* 2(5), S. 1400–1415.
- Zayani, Mohamed (2005): Witnessing the Intifada: Al-Jazeera's Coverage of the Palestinian-Israeli Conflict. In: Zayani, Mohamed (Hg.): *The Al Jazeera Phenomenon*. Boulder, S. 171-182.