

Arabisches Satelliten-Nachrichtenfernsehen

Entwicklungsgeschichte, Strukturen und Folgen für die Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten

Oliver Hahn

Dieser Beitrag liefert einen Überblick über die Entwicklungsgeschichte und Strukturen der arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender Al-Jazeera, Abu Dhabi TV und Al-Arabiya sowie des arabischsprachigen US-Auslandsfernsehens Al-Hurra und fragt nach ihren Folgen für die Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten. Da Arbeiten zur Theoriebildung und empirische Erhebungen auf diesem noch weitgehend unerforschten Feld bislang kaum vorliegen, arbeitet der Beitrag zunächst den Forschungsstand auf. Mittels Literatur- und Dokumentenanalyse sowie Hintergrundgesprächen mit Senderverantwortlichen werden die TV-Stationen dann in die traditionellen arabischen Mediensysteme eingordnet, wobei besonders auf die Entwicklung Al-Jazeeras eingegangen wird. Mit einer systematischen Objekttypologie wird so eine Grundlage für Anschlussforschung geschaffen. Während Al-Jazeera, Abu Dhabi TV und Al-Arabiya zweifelsohne den Medienorient revolutionierten, wird die Qualität ihres Einflusses auf die internationale Kommunikation nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 hinterfragt. Viele Medien im Westen betrachten die junge Generation arabischen Nachrichtenfernsehens als glaubwürdige Quelle, nutzen sie überwiegend aber nur als Bilderlieferant. Der Beitrag diskutiert zudem das Innovationspotenzial des arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehens im Transformations- und Demokratisierungsprozess auf dem Weg zu einer modernisierten und professionalisierten arabischen Medienwelt.

Keywords: Arabischer Satelliten-Rundfunk (ASB), Nachrichtenfernsehen, Al-Jazeera, Abu Dhabi TV, Al-Arabiya, US-Auslandsfernsehen, Al-Hurra, 11. September 2001, Internationaler Terrorismus, Konfliktberichterstattung, Naher und Mittlerer Osten

1. Einleitung

Seit den Terroranschlägen islamischer Extremisten vom 11. September 2001 in den USA und den anschließenden Militäreinsätzen der Washingtoner Regierung mit ihren Alliierten in Afghanistan und im Irak ist ein Strukturwandel global operierender Satelliten-Nachrichtenfernsehsender zu beobachten: Auf weltweit zunehmend entgrenzten Medienmärkten konkurrieren nunmehr anglo-amerikanische ‚TV News Leaders‘, wie das privat-kommerzielle US-Nachrichtenfernsehen Cable News Network (CNN) aus Atlanta/Georgia mit seinem in London ansässigen internationalen Ableger CNN International sowie die öffentliche British Broadcasting Corporation (BBC) mit ihrem teilprivatisierten globalen Nachrichtenfernsehen BBC World, mit einer jungen Generation politisch relativ unabhängigen Satelliten-Nachrichtenfernsehens aus der arabischen Welt um Informationen aus den Konfliktregionen im Nahen und Mittleren Osten und in der Berichterstattung über asymmetrische Konflikte wie dem diffusen internationalen Terrorismus. Die – im Sinne einer geolinguistischen Einheit der Region – panarabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender Al-Jazeera¹ (Qatar), Abu Dhabi TV und Al-

¹ Die Transliteration arabischer Namen und Begriffe erfolgt in vereinfachter englischer Laut-

Arabiya (beide: Vereinigte Arabische Emirate, V.A.E.) entwickeln sich im Westen zur massenmedialen Referenz. Damit weichen sie das weltweite Quasi-Monopol westlicher TV-Marktführer zunehmend auf. Viele westliche Nachrichtenredaktionen halten Al-Jazeera (deutsch: ‚Die Insel‘), Abu Dhabi TV und Al-Arabiya (deutsch: ‚Die Arabische‘) für verlässliche und glaubwürdige Quellen, weshalb zahlreiche Kooperationsabkommen geschlossen wurden.

Im Vergleich zum Staatsfernsehen in den meisten arabischen Ländern gelten Al-Jazeera, Abu Dhabi TV und Al-Arabiya als politisch relativ unabhängig. Allerdings sind sie in hohem Maße wirtschaftlich abhängig, weil ihre Werbeeinnahmen (noch) nicht ausreichen, um sich selbst finanzieren zu können. Ihre Geldgeber sind überwiegend arabische Machthaber oder ihnen nahe stehende Financiers. Über deren Heimatländer kritisch zu berichten, ist nahezu tabu. Es ist offensichtlich, dass diese drei TV-Sender ihren Sendebetrieb sofort einstellen müssten, würden die jeweiligen Machthaber die Finanzierung ihrer televisuellen Prestigeobjekte einstellen (Hahn 2004b). Auf den Erfolg von Al-Jazeera, Abu Dhabi TV und Al-Arabiya beim arabischen Publikum haben die USA mit der Gründung eines eigenen arabischsprachigen Satelliten-Fernsehkanals Al-Hurra (deutsch: ‚Der Freie‘) reagiert.

Ziel dieses Beitrags ist zunächst eine Präsentation und Diskussion des Forschungsstandes zum arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehen und seiner Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten. Dies dient als Ausgangspunkt, um die Rahmenbedingungen derartiger Berichterstattungspraxis und Programminhalte zu untersuchen. Hierzu wird zunächst kurz die Vorgeschichte der arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender geschildert. Vor diesem Hintergrund werden dann in einer systematischen Objekttypologie Entwicklungsgeschichte und Strukturen der jungen Generation arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehens abgehandelt, die die Konfliktberichterstattung dieser TV-Stationen zwangsläufig prägen. Der Fall Al-Jazeera wird dabei besonders ausführlich dargestellt. Abschließend werden mögliche Folgen der arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender für die Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten zu Thesen zugespitzt formuliert sowie zwei entsprechende relevante Untersuchungsfelder skizziert, in denen erheblicher Bedarf für Anschlussforschung besteht.

2. Forschungsstand

Trotz der zahlreichen öffentlichen Debatten und der journalistischen Meta-Berichterstattung über die Position und die Berichterstattung über rezente Konflikte, Krisen und Kriege (11. September 2001, Afghanistan-Krieg 2001, Irak-Krieg 2003) der arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender ist dies noch ein weitgehend exploratives Forschungsfeld. Bis dato gibt es dazu weder empirische Studien, wie quantitative und/oder qualitative Inhaltsanalysen (die sich wegen der großen politischen, kulturellen und sprachlichen Distanz zum Forschungsgegenstand als problematisch erweisen dürften), noch quantitative und/oder qualitative Befragungen zum journalistischen Selbstverständnis der Mitarbeiter arabischer Satelliten-Nachrichtenfernsehsender. Auch gibt es noch keine qualitative Untersuchung der journalistischen Kultur, die die junge Generation arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehens hervorgebracht hat, und ihrer

schrift, derer sich die hier vorgestellten Medien und Personen selbst bedienen. Transliterierte arabische Namen und Begriffe in Zitaten und Referenzen dagegen werden unverändert aus den Quellen und der Literatur wiedergegeben.

Strukturen, Prozesse und Routinen, die in halbstandardisierten Tiefeninterviews oder Redaktionsbeobachtungen erhoben werden könnten. Defizite sind auch bei empirischen Nutzungs- und Wirkungsstudien festzustellen; die Zuschauer- und Marktforschung zu arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsendern ist noch unterentwickelt, worauf später zurückgekommen wird.

In der Forschungsliteratur liegen bislang schwerpunktmäßig englisch- und französischsprachige Monographien über Al-Jazeera (Lamloum 2004; El-Nawawy/Iskandar 2002) vor, die eher Porträts des Unternehmens zeichnen, ebenso wie einige Dokumentarfilme (Noujaim 2004; Hakem 2002; Otten 2000). Zum Programmangebot von Al-Jazeera sind in Deutschland eine Reihe von Pilotstudien durchgeführt worden, die alle sehr unterschiedlichen Forschungsfragen nachgehen. Medien Tenor (2004a) beispielsweise analysierte das TV-Programm von Al-Jazeera im Zeitraum vom 12. März bis 5. Mai 2004 und kommt u. a. zu dem Ergebnis, dass der Sender sehr wenig Wirtschaftsberichterstattung betreibt. In einer Volltextsuche der englischsprachigen Website des Senders, Aljazeera.net, im Zeitraum vom 1. Januar bis 1. September 2004 kommt Hafez (2004a, b) zu dem Ergebnis, dass Themen wie ‚Demokratisierung‘ und ‚interne Reformprozesse in arabischen Staaten‘ kaum auf der Agenda stehen und in hohem Maße von außenpolitischen Themen, wie beispielsweise die Irak-Politik der USA, überlagert werden.

Andere inhaltsanalytische Pilotstudien beschäftigen sich mit Programmübernahmen von und Bezügen auf arabische Satelliten-Nachrichtenfernsehsender in westlichen TV-Sendern in der Zeit der ersten Kriegswochen im Irak 2003. Krüger (2003) kommt zu dem Ergebnis, dass Al-Jazeera und Abu Dhabi TV die meistgenutzten externen Informationsquellen der Nachrichtensendungen der vier wichtigsten deutschen TV-Vollprogramme ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1 waren. In seiner Untersuchung über den Einfluss von Al-Jazeera und anderen arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehkanälen auf das Bild des Irak-Kriegs in den Hauptabendnachrichtensendungen von CNN International, BBC World und Deutsche Welle TV zieht Weßler (2005) das Fazit, dass der Anteil der Übernahmen und Bezüge auf arabische TV-Sender quantitativ relativ gering ist. Demnach liefern arabische TV-Sender thematisch besondere Aspekte, die in der übrigen Kriegsberichterstattung wenig vorkommen. Ferner gab besonders Al-Jazeera Anlass zur Meta-Berichterstattung in den westlichen TV-Sendern, die sich aber von der arabischen Berichterstattungspraxis distanzierten. In dem von Medien Tenor (2004b) erstellten Ranking der meistzitierten Medien in 35 deutschen Medien im Zeitraum vom 1. Februar 2003 bis 30. Juni 2004 behauptet sich Al-Jazeera im Durchschnitt unter den Top 20. Demnach hängen die Zitate allerdings davon ab, ob Al-Jazeera Äußerungen seiner Informanten mit dem Label ‚Exklusiv‘ beworben hat.

In einer empirischen Untersuchung zu den Vorwürfen der USA und anderer westlicher Staaten, die Konfliktberichterstattung der arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehkanäle, insbesondere von Al-Jazeera, sei antiamerikanisch, antiisraelisch und antisemitisch, kommen Nisbet/Nisbet/Scheufele/Shannahan (2004) zu dem Ergebnis, dass solche Einstellungen durch die arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender durchaus gefördert werden könnten. Der französische Medien-Monitor Dienst Proche-Orient.info (2005) schlussfolgerte in einer empirischen Auftragsstudie (!) für das Transatlantic Institute, das zu den diplomatischen Aktivitäten des American Jewish Committee zählt, dass arabische und arabischsprachige TV-Sender wie Al-Jazeera, Iqra (Saudi-Arabien) und Al-Alam (Iran) im Programmuntersuchungszeitraum vom 1. bis 15. Februar 2005 antiwestliche und antisemitische Positionen verbreitet hätten.

Über die wenigen empirischen Studien hinaus lassen sich weitere Einschätzungen und Beobachtungen zur Konfliktberichterstattung von Al-Jazeera, Abu Dhabi TV und

Al-Arabiya anführen: Vor Beginn der Kampfhandlungen im Irak-Krieg 2003 warb Al-Jazeera beispielsweise um die Gunst der Zuschauer mit dem Versprechen zu zeigen, wo die Bomben der USA einschlugen, während CNN darüber berichte, von wo die Bomben abgeworfen würden. Zwar hatte auch Al-Jazeera einen ‚embedded journalist‘ bei den US-Streitkräften (Sharkey 2003), zeigte aber vor allem die gewaltsame Seite des Krieges, seine Opfer, auch kriegsgefangene und getötete US-Soldaten. Dagegen präsentierte die US-Fernsehsender tendenziell eher die militärisch-technische Seite des Waffengangs (Sharkey 2003; Kolodzy/Ricks/Rosen 2003).

Manche arabische Journalisten und Wissenschaftler sehen Al-Jazeera in die Falle der Siegespropaganda des später gestürzten irakischen Machthabers Saddam Hussein getreten: „Während der drei Kriegswochen lud man nicht einen irakischen Oppositionellen welcher politischen Couleur auch immer aus dem Irak selbst oder aus dem Ausland ein“ (Hissou 2003). Al-Tonsi (2003) beklagt, dass es keine Hintergrundberichte und Analysen auf Al-Jazeera über beispielsweise die UN-Resolution 1441, die Genfer Konvention oder die Verbrechen von Saddam Husseins Baath-Partei gab. Ajami (2002) geht noch weiter, wenn er die gesamte Konflikt-, Krisen- und Kriegsberichterstattung von Al-Jazeera – nicht erst seit dem Irak-Krieg 2003 – als antiamerikanisch und antizionistisch gelenkt sieht.

Obwohl ursprünglich mit dem Anspruch eines neutralen Nachrichtenfernsehens gestartet, ist im Programm von Al-Jazeera – nicht erst in seiner Berichterstattung über den Irak-Krieg 2003 – ein zunehmender Trend zur extremen Politisierung, Polarisierung, Personalisierung und Emotionalisierung zu beobachten. Hafez (zit. n. Neuber 2004) sieht darin „eine Verschiebung von einem wichtigen systemkritischen Ansatz hin zu einer stärker antiamerikanischen und antisraelischen Propaganda“. Ähnlich wie die US-Fernsehstationen CNN und Fox News, in deren Programmen eine Symbiose aus Journalismus und Patriotismus zu beobachten ist, nimmt Al-Jazeera eine Konfliktperspektive ein, die in seinen Systemumwelten politisch und kulturell kontextualisiert ist (Hahn 2004a; Hickey 2002). Wie einige westliche Massenmedien neigt Al-Jazeera in Zeiten akuter internationaler Krisen, in die das politische und kulturelle Systemumfeld direkt involviert ist, zur Parteinahme (bias-Verhalten) mit diesem, um das eigene gesellschaftliche Gesamtsystem zu stabilisieren und zu bestätigen (Hafez 2002).

Wesentlich rationaler und ausgewogener als Al-Jazeera berichtete Abu Dhabi TV über den Irak-Krieg 2003. Auch Al-Arabiya positionierte sich dank seiner Irak-Berichterstattung erfolgreich auf dem arabischen und internationalen Medienparkett (Urbahn 2004; Krüger 2003), weil der Sender die Kampfhandlungen wesentlich rationaler und weniger emotional als Al-Jazeera thematisierte.² Grundsätzlich bleibt allerdings fraglich, ob der direkte Wettbewerb zwischen den beiden Sendern tatsächlich zu einer De-Emotionalisierung der Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten führt (Richter 2004).

Die Rahmenbedingungen der Berichterstattungspraxis und der Programminhalte der jungen Generation arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehens sind in deren Entwicklungsgeschichte und Strukturen verwurzelt, die im Folgenden untersucht werden.

2 Allerdings hinterließen besonders zwei Personalien von Al-Arabiya einen bitteren Nachgeschmack: die Einstellung des ehemaligen irakischen UN-Botschafters Mohammed al-Douri und eine geplante, aber nicht realisierte Mitarbeit von Saddam Husseins Informationsminister Mohammed Said al-Sahhaf (Buck 2004b).

3. Vorgeschichte arabischer Satelliten-Nachrichtenfernsehsender

3.1 Einführung und Rolle terrestrischen Staatsfernsehens

Bereits Anfang bis Mitte der 1950er Jahre führten einige arabische Länder wie Marokko (Ibahrine 2002) sowie Saudi-Arabien und Kuwait (Ayish 2002b) erste Fernsehanstalten ein (Boyd 1999). Seit Beginn der 1960er Jahre stellten zahlreiche Machthaber neuer arabischer Staaten das damals junge Massenmedium Fernsehen unter ein Regierungs- bzw. Staatsmonopol und instrumentalisierten es seitdem zu Propagandazwecken, zur politischen Mobilisierung der Bevölkerung, Nationenbildung und Wirtschaftsentwicklung. Das politische und kulturelle Einflusspotenzial des Staatsfernsehens wurde auch wegen des stark ausgeprägten Analphabetismus im arabischen Raum als sehr hoch eingeschätzt.

Die staatlichen Fernsehanstalten werden von den jeweiligen Machthabern finanziert, kontrolliert und censiert: Die amtlichen TV-Sender unterstehen direkt Informationsministerien oder anderen Regierungsbehörden, die – oft in demselben Gebäude untergebracht – darauf achten, dass die staatlich angeordneten Programmaufträge erfüllt werden. In zahlreichen arabischen Ländern stehen eine Deregulierung und Öffnung des Medienmarktes für Anbieter privat-kommerziellen Rundfunks (Hörfunk und Fernsehen) bis heute außer Diskussion (Ayish 2002a, 2003a). Eine frühe Ausnahme bildete der Libanon, und auch auf dem heutigen Medienmarkt der Autonomen Palästinensergebiete sind erstaunlich viele privat-kommerzielle Fernsehanbieter zu finden, die relativ wenige Programmanteile selbst produzieren und über große Zeitstrecken Sendungen von Al-Jazeera und Al-Arabiya unbezahlt, aber in gleichsam ‚geduldeter Piraterie‘ übernehmen bzw. aufzeichnen und zeitversetzt wiederausstrahlen.

Die Zuschauer haben von arabischen Staatsfernsehsendern bis heute wenig mehr zu erwarten als Hofberichterstattung, Verlautbarungs- und Obrigkeitssjournalismus. Das Bilderprinzip des Mediums Fernsehen ignorierend, beschränken sich die Programminhalte im Informationsbereich auf Protokollnachrichten, bestehend aus verlesenen Texten staatlicher Nachrichtenagenturen, Studiobeiträgen, gefilmten Regierungsansprachen des Staatsoberhauptes und Übertragungen von Staatsbesuchen. Auswahlkriterium ist dabei nicht der Nachrichtenwert eines Themas, sondern die Einnahme einer ‚partisan position‘ (Schleifer 2001). Die politische TV-Berichterstattung konzentriert sich auf Tagesabläufe und Amtsroutinen der Machthaber (Ayish 1989).

3.2 Einführung des Direct Broadcast Service (DBS) und des Satellitenfernsehens

In den 1980er Jahren hielt die Satellitenübertragungstechnik Einzug in die arabische Medienwelt. Allerdings wurden zunächst keine Fernsehsignale übertragen, sondern Tageszeitungen: Die in London ansässigen und von saudischen privaten Verlagsgesellschaften finanzierten Tageszeitungen *Al-Sharq Al-Awsat* und *Al-Hayat*, zwei führende panarabische Publikationen, nutzten die Satellitenübertragungstechnik zur Distribution ihrer Produkte in der arabischen Welt (Schleifer 1998; Ayish 2002b). Das erste arabische Fernseh-Satellitensystem Arabsat ist seit Mitte der 1980er Jahre im Einsatz. Anfangs wurde es noch nicht zur direkten Fernsehübertragung (DBS) genutzt, sondern diente dem Austausch zwischen arabischen Staatsfernsehsendern (Schleifer 1998).

Einen Paradigmenwechsel in der Satellitenübertragung von Fernsehsignalen und in der Medienprivatisierung in der arabischen Welt leitete Ende der 1980er Jahre CNN ein. Im Herbst 1989 verhandelte CNN mit Ägypten, einem der wichtigsten arabischen

Standorte für Medienproduktion, über terrestrisches Rebroadcasting und die Aufnahme in das Pay-TV-Angebot des neu geschaffenen Kabelnetzes Cable Network Egypt (CNE), ursprünglich bekannt als Cable News Network. Am Ende der Verhandlungen stand ein Joint Venture zwischen CNN, CNE und der staatlichen Rundfunkkörperschaft Egyptian Radio and Television Union (ERTU). CNN durfte als erster internationaler 24-Stunden-Nachrichtensender sein englischsprachiges Programm als Pay-TV-Angebot unzensiert in Ägypten über das Kabelnetz wieder ausstrahlen.

Kurz vor dem Beginn des zweiten Golfkriegs 1990-1991 legalisierte die ägyptische Regierung Einführung und Besitz von Satellitenempfangsschüsseln, woraufhin deren Markt in der arabischen Welt rapide expandierte. Im Dezember 1990, etwa einen Monat vor dem Luftkrieg des US-geförderten Militäreinsatzes ‚Desert Storm‘ gegen den Irak, lancierte die ERTU das Egyptian Space Network Project (SpaceNet, ESN) und schuf damit das erste direkte Satellitenprogramm Ägyptens, Egypt Satellite Channel (ESC), dem kurze Zeit später ein zweites (ESC 2) folgte. Mitte Januar 1991 ließen Ägypten und Saudi-Arabien eine direkte Ausstrahlung von CNN zu. In den Jahren nach dem zweiten Golfkrieg 1990-1991 stieg die Nachfrage nach Satellitenempfangsschüsseln in der arabischen Welt wegen des wachsenden Programmangebots internationalen Satelliten-Rundfunks (Boyd 1999).

CNN wurde in der arabischen Medienwelt eine Art Vorbild für privat-kommerzielle TV-Anbieter: Besonders erfolgreich waren in den 1990er Jahren drei in Europa ansässige, panarabische Satelliten-Rundfunksysteme der ersten Generation, die allesamt von saudischen Investoren mit engen Verbindungen zur saudischen Königsfamilie finanziert werden (El Gody 2002; Schleifer 1998).

Als erstes panarabisches Satelliten-Rundfunksystem nahm im September 1991 das Middle East Broadcasting Centre (MBC) in London seinen Sendebetrieb auf. Gegründet wurde MBC vom saudischen Geschäftsmann Walid al-Ibrahim, ein Schwager des saudischen Königs Fahd. Seine Familie sagte MBC die Nutzung des Satellitensystems Arabsat zu, dessen wichtigster Einzelaktionär sie war (Sakr 2002b). MBC galt als die arabische Version eines privat-kommerziellen westlichen TV-Netzwerks. Das MBC-Programm setzte sich aus Nachrichten, Sport- und Unterhaltungssendungen zusammen. Zwar entsprachen die Formate und Inhalte westlichen Produktionsstandards, gleichzeitig wahrten sie gesellschaftliche Normen der arabischen Welt und des Islam. MBC verfügte über große Werbeeinnahmen und hatte größere Marktanteile als die meisten nationalen TV-Stationen der Golfregion (Schleifer 1998, 2001). Aufgrund von Sparmaßnahmen zog das MBC-Hauptquartier später nach Dubai um.

Das zweite panarabische Satelliten-Rundfunksystem, Arab Radio and Television (ART), wuchs in kurzer Zeit zum größten in Reichweite und Programmangebot aus und begann seine Übertragungen über Arabsat im Januar 1994 im italienischen Fucino, östlich von Rom. Gegründet wurde ART vom saudischen Unternehmer Scheich Saleh Kamel, der sich mit seiner Holding Dallah al-Baraka besonders in Ägypten und Saudi-Arabien erfolgreich an Banken und Handelsgesellschaften beteiligte. Später gewann er Prinz Al-Walid bin Talal, einen der wichtigsten arabischen Investoren globaler Großkonzerne und zuvor an MBC beteiligt, als Partner für ART. In der arabischen Welt galt ART als Pionier der Spartenkanäle und des Pay-TV. Anfangs strahlte ART neben einem unterhaltungsorientierten Vollprogramm einen Sportkanal mit Live-Berichterstattung, einen Kinder- und einen Filmkanal aus (Sakr 2002b). Später entwickelte sich ART zu einer Satelliten-Plattform mit mehr als 20 Kanälen in ihrem verschlüsselten Programmstrauß. Seit 1998 werden unternehmensfremde, auch westliche Programme über ART vertrieben. Interessant ist die ‚Keine-Nachrichten‘-Politik von ART – nach eigenen An-

gaben aus Kostengründen und Furcht vor möglichen Wirtschaftssanktionen von Regierungsseite. Allerdings stieg die Zahl aktueller Talkshows mit Zuschauerbeteiligung auf ART kontinuierlich an (Schleifer 1998).

Das dritte panarabische Satelliten-Rundfunksystem, Orbit Television and Radio Network, nahm seinen Sendebetrieb im Mai 1994 von Rom aus auf. Gegründet wurde Orbit von der saudischen Investmentgruppe Al-Mawared. Im Gegensatz zu MBC und ART übertrug Orbit von Anfang an Rundfunksignale digital und verschlüsselt und nahm wesentlich mehr nicht-arabischsprachige Kanäle in seinen Programmstrauß auf: Orbit-Abonnenten hatten Zugang zu mehr als 40 Fernseh- und Radiodiensten. Orbit suchte die direkte Konkurrenz zum arabischsprachigen Nachrichtendienst des MBC und bezahlte daher die BBC – im Rahmen einer auf zehn Jahre angelegten strategischen Allianz – für die Produktion eines Arabic World Television Service. BBC Arabic TV (News Service) nahm seinen Sendebetrieb im Juni 1994 in London auf. Mittelfristiges Ziel war ein 24-Stunden-Programm, bestehend aus arabischen Nachrichten und englischen BBC-Dokumentationen und Reportagen mit arabischem Voice-over. Die redaktionelle Verantwortung für BBC Arabic TV lag vollständig in den Händen der britischen Rundfunkanstalt. Bereits im April 1996 wurde BBC Arabic TV abrupt eingestellt: Aus Verärgerung über einen BBC-Bericht über einen saudischen Dissidenten in London sowie über das Justizsystem, Menschenrechtsverletzungen und die Todesstrafe in Saudi-Arabien kündigte das Orbit-Management den Kooperationsvertrag und warf der BBC vor, ihre Vertragsverpflichtung zur Achtung arabischer kultureller Werte verletzt zu haben. Ohne die finanzielle Unterstützung von Orbit war BBC Arabic TV nicht überlebensfähig (Schleifer 1998).

Auf den ersten Blick können MBC, ART und Orbit als Wegbereiter für eine relative politische Liberalisierung, ökonomische Privatisierung und technische Modernisierung arabischer Medienmärkte gewertet werden (Zayani 2004). Gemein sind ihnen eine Professionalisierung in Programmproduktion und -distribution sowie westliche Rundfunkstandards. Daher ging von ihnen ein Innovationsdruck aus, auf den die traditionellen arabischen Staatsfernsehsender mit Programmreformen reagieren mussten, wollten sie keine weiteren Zuschauer verlieren. Die privat-kommerziellen Satelliten-Fernsehanbieter waren insoweit im Vorteil, als dass der Großteil ihrer Mitarbeiter im Westen ausgebildet und sozialisiert wurde (Ayish 2002a, 2003a). Sie schaffen eine Art arabisch-angelsächsischen Mediensynkretismus (Ayish 2003b). Gemeinsam ist MBC, ART und Orbit aber auch die existenzielle Gefahr, die in einer kritischen Programmgestaltung zur Heimat ihrer saudischen Geldgeber lauert. Nach einer tiefer gehenden Diagnose dienen sie als ‚big business‘ letztlich der ökonomischen Bestandswahrung und Stabilisierung des saudischen politischen Systems. Aus dem staatlichen wurde ein privates Fernsehmonopol (Zayani 2004), die Privatisierung und Oligopolisierung setzt die Staatskontrolle kaschiert fort (Hafez 2001; Kilani 2004).

4. Der Nachrichtenpionier Al-Jazeera

4.1 Abriss der Gründungsgeschichte und Finanzierung

Die Gründung des Al-Jazeera Satellite Channel in Doha, der Hauptstadt des Golfemirats Qatar, ging auf einen Vorschlag seines Staatsoberhauptes, Emir Scheich Hamad bin Khalifa al-Thani, zurück, der seit 1995 einen Transformations- und Demokratisierungsprozess in seinem an Erdgas reichen Zwergstaat ausführt und ihn damit aus der Abhängigkeit des politisch, wirtschaftlich, militärisch und massenmedial einflussreichen

Nachbarstaates Saudi-Arabien befreien will. Al-Jazeera ist Bestandteil des Transformationsprozesses und eine Möglichkeit des Anschlusses an die post-industriellen Gesellschaften im Westen. Nach der Einstellung von BBC Arabic TV wurden dessen arabischsprachige TV-Journalisten nach Doha eingeladen und aufgefordert, mit Hilfe eines einmaligen Staatskredits in Höhe von 140 Millionen US-Dollar über eine Laufzeit von fünf Jahren ein arabisches Nachrichtenfernsehen nach BBC-Vorbild aufzubauen (El-Nawawy/Iskandar 2002). Am 1. November 1996 ging Al-Jazeera auf Sendung, seit Januar 1999 sendet es rund um die Uhr.

Den break even hat Al-Jazeera bis heute nicht erreicht, weil die prognostizierten Werbeeinnahmen ausblieben. Multinationale Werbetreibende halten sich mit Buchungen von Werbezeiten auf Al-Jazeera zurück, weil sie sich nicht in das Umfeld umstrittener Programminhalte platzieren und einen Verlust großer Absatzmärkte in Saudi-Arabien, Kuwait und den V.A.E. riskieren wollen (Hahn 2004d; Richter 2004). Der TV-Sender erhält daher seit Ablauf der vom Emir projektierten Anlauffinanzierung im November 2001 Zuschüsse von der qatarischen Regierung in Höhe von rund 100 Millionen US-Dollar pro Jahr (El-Nawawy/Iskandar 2002). Al-Jazeera prüft mehrere Optionen der Privatisierung, darunter einen mittelfristigen Gang an die Börse (bis spätestens 2007) in Doha oder anderen internationalen Finanzmetropolen; die Beratungsgesellschaft Ernst & Young überprüfte den TV-Sender auf seine Börsenfähigkeit, eine Entscheidung von Seiten des TV-Senders oder des Staates Qatar steht noch aus.³

4.2 Relative politische Unabhängigkeit

Trotz der finanziellen Abhängigkeit von der qatarischen Herrscherfamilie gilt Al-Jazeera in der arabischen Medienwelt als politisch relativ unabhängig und wird dort als ‚Pionier der Pressefreiheit‘ gefeiert. Der TV-Sender, der sich das Motto: ‚Al-ra'y wa al-ra'y al-akhar‘ (deutsch: ‚Meinung und Gegenmeinung‘) setzte, das dem anglo-amerikanischen Journalismus-Axiom ‚Get both sides of the story‘ übersetzungsäquivalent ist (Schleifer 2001), untersteht tatsächlich keiner Regierungsbehörde unmittelbar. Der Emir ließ 1996 das Informationsministerium und mit ihm die Zensurbehörde abschaffen und führte ein staatliches Medienaufsichtsgremium, die General Association for Qatari Radio and Television, ein. Dieses Gremium nimmt – ähnlich wie der französische Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) oder die U.S. Federal Communications Commission (FCC) – medienrechtliche und -regulierende Aufgaben wahr. Den Vorsitz des qatarischen Medienaufsichtsgremiums übernahm Scheich Hamad bin Thamer al-Thani, ein Neffe des Emirs, der in Personalunion auch Vorstandsvorsitzender von Al-Jazeera ist. Trotz der offiziellen Abschaffung der Zensurbehörde ist die Medienfreiheit in Qatar stark eingeschränkt, da seit 1996 das Ministry of Religious Endowments and Islamic Affairs als informeller Quasi-Zensor die Medieninhalte überwacht.⁴ Die Mediengesetzgebung verbietet grundsätzlich öffentliche Kritik am Islam und an der Herrscherfamilie.

Auffällig selten berichtet Al-Jazeera über die Innenpolitik Qatars: „Die große Freiheit des kleinen Senders beginnt erst hinter den Staatsgrenzen“ (Hahn 2004d: 159). Offiziell wird dieser Mangel mit dem Argument begründet, das Zwergemirat sei zu klein und unwichtig. Fakt ist, dass der TV-Sender in einer Art „media schizophrenia“ (El-Na-

3 Hintergrundgespräch des Autors mit Jihad Ballout, Sprecher von Al-Jazeera, am 1. September 2004.

4 Neben Al-Jazeera unterhält Qatar die staatseigene General Broadcasting and Television Corporation, zu der das Staatsfernsehen Qatar Television (QTV) gehört.

wawy/Iskandar 2002: 83) zwar nicht direkt für die Außenpolitik Qatars instrumentalisiert wird, aber dem Emirat indirekt zu hohem Einfluss in der Region und den internationalen Beziehungen verhilft. Dieser Einfluss steht in keinem Verhältnis zur relativen politischen Schwäche Qatars: Das Verhältnis zwischen dem Wüstenstaat mit geringer politischer Bedeutung und der ‚Medienmacht‘ von Al-Jazeera im Nahen und Mittleren Osten basiert auf einer ‚asymmetrischen Interdependenz‘ (Straubhaar 1991; Kraiday 2000).

4.3 Karriere und Markenentwicklung

Größere Teile der arabischen Welt wurden erstmals auf Al-Jazeera aufmerksam wegen dessen exklusiver Live-Berichterstattung über Luftangriffe der von den USA geführten Alliierten im Rahmen der Militäroperation ‚Desert Fox‘ gegen den Irak Ende 1998 (Schleifer/Sullivan 2001). Bekannt wurde Al-Jazeera in der arabischen Welt aber vor allem wegen seiner Berichterstattung über die zweite, so genannte Al-Aqsa-Intifada der Palästinenser gegen Israel seit September 2000 (Schäfer 2002). Zayani (2004: 30) schlussfolgert, dass „Arab satellite TV has institutionalized [...] a dual discourse that presents both the acquiescent official discourse and the more assertive response of the population, fueled in part by the coverage of the violent conflict unfolding day after day“. Al-Jazeera berichtete über den nationalen Palästinenser-Aufstand in Frames eines panarabischen, gleichsam innenpolitischen Themas (Wolfsfeld 1997, 2003). Dabei kennzeichnete den TV-Sender eine pro-palästinensische Haltung (Ayish 2002a, 2003a). Ähnlich wie bei der ersten Intifada 1988, über die im Nahen und Mittleren Osten nur arabische Staatsfernsehsender berichteten, weil es in der Region noch kein Satellitenfernsehen gab, bleiben in der Berichterstattung von Al-Jazeera die Bilder und Informationen über Politik und Gesellschaft Israels hochgradig selektiv und fragmentiert (Hafez 2000).

Auf dem internationalen Medienmarkt verliefen Karriere und Markenentwicklung von Al-Jazeera als ‚global media player‘ vergleichbar mit denen von CNN: Während sich CNN dank seiner Exklusivberichterstattung aus Bagdad über den zweiten Golfkrieg 1990-1991 weltweit einen Namen machte, wurde Al-Jazeera über die Grenzen der arabischen Welt hinaus bekannt, als der TV-Sender 2001 Exklusivbilder um die Welt schickte: zunächst im März von der Sprengung von zwei historischen Buddha-Statuen aus dem fünften Jahrhundert im afghanischen Tal von Bamian durch die Taliban, dann im September von demonstrierenden Afghanen und ihren Angriffen auf die US-Botschaft in Kabul und im Oktober vom Luftangriff der USA und ihren Verbündeten auf die afghanische Hauptstadt (Abu-Fadi 2001; Schleifer 2003). Während die Taliban im September 2001 alle ausländischen Journalisten zwangen, Afghanistan zu verlassen, durften zwei Journalisten von Al-Jazeera weiterhin im Land arbeiten, wo der TV-Sender seit Ende 1999 jeweils ein Büro in Kandahar und Kabul unterhielt. Letzteres wurde im November 2001 bei einem Bombenangriff der US-Streitkräfte zerstört (Sharkey 2003). Zusätzlich verdankt Al-Jazeera seine internationale Prominenz einem weiteren scoop: Zum Beginn der Luftangriffe strahlte Al-Jazeera die erste Videobotschaft des Al-Qaida-Terroristenführers Usama bin Ladin aus, der weitere folgen sollten (Sommer 2003). Diese erste Videobotschaft, bereits 1998 produziert, wurde weltweit von zahlreichen Fernsehanstalten übernommen, drei Minuten dieses Videos wurden Angaben von Al-Jazeera zufolge für jeweils 250.000 US-Dollar verkauft (El-Nawawy/Iskandar 2002).⁵

5 Bei einem Besuch des qatarischen Emirs Scheich Hamad im Oktober 2001 in Washington beschwerte sich der damalige US-Außenminister Colin Powell (zit. n. Schleifer 2000) persönlich

4.4 Kritik und Imagepflege

Wegen seiner relativen politischen Unabhängigkeit ist Al-Jazeera an Kritik von allen Seiten gewöhnt: von den USA und Israel genauso wie von arabischen Nachbarregierungen (Lamloum 2004, 2004/5; Kilani 2004). Trotz zahlreicher Auftritte von israelischen und US-Regierungsbeamten im Programm werfen diese beiden Länder Al-Jazeera antiamerikanische und antizionistische Propaganda vor (Alterman 1999). Besonders US-Verteidigungsminister Donald Rumsfeld beschimpfte Al-Jazeera wochenlang als Saddam Husseins und Usama bin Ladens Sprachrohr. Offenbar aus Furcht vor einem drohenden Imageverlust zog Al-Jazeera nach dem Irak-Krieg 2003 personelle Konsequenzen: In Reaktion auf Gerüchte, eigene Journalisten hätten als Spitzel für den irakischen Geheimdienst gearbeitet und ihren Arbeitgeber damit in unzulässige Nähe zum Regime Saddam Husseins gerückt, trennte sich Al-Jazeera im Mai 2003 von seinem Gründungsgeschäftsführer Mohammed Jasim al-Ali und im Januar 2004 von seinem Gründungschefredakteur Ibrahim Helal (Latsch/Meyer 2003; Buck 2004b). Die vom Emir eingesetzte neue Al-Jazeera-Führungsetage um Geschäftsführer Wadah Khanfar (2004) erließ zudem – wohl aus Marketing-Gründen – öffentlich einen Ethik-Kodex, nach dem der TV-Sender künftig „sensibel mit Informationen umgehen“ und „Spekulation und Propaganda vermeiden“ (Buck 2004a) soll.

Auch einige arabische Anrainerstaaten Qatars reagierten aus Verärgerung über die Berichterstattung von Al-Jazeera mit Sanktionen: mit Beschwerden an den Emir in Doha, kurzzeitigen Störungen diplomatischer Beziehungen, vorübergehenden Ausweisungen von Korrespondenten oder Schließungen von Büros des TV-Senders. Ferner lehnte die Arab States Broadcasting Union (ASBU) in Tunis den Aufnahmeantrag von Al-Jazeera mit der Begründung ab, der TV-Sender wolle sich nicht an den ‚Ehrenkodex arabischer Medien‘ halten. Darin verpflichten sich die ASBU-Mitgliedsmedien zur Förderung panarabischer Kultur und Werte, der arabischen Brüderlichkeit sowie zum Verzicht auf regierungskritische Berichterstattung (Ayish 2002c).

4.5 Programmangebot und Zuschauerstruktur

Als Visitenkarte von Al-Jazeera gelten – in der arabischen Medienwelt zuvor unbekannt – kontroverse politische Talk-Shows mit Zuschauerbeteiligung (Call in-Sendungen). Derartige TV-Streitgespräche überwiegen inzwischen im Programm von Al-Jazeera, was als Indikator für den beschriebenen Trend zur extremen Politisierung, Polarisierung, Personalisierung und Emotionalisierung gewertet werden muss. Wegen dieser zahlreichen umstrittenen „Boxring“-Sendungen (El-Nawawy/Iskandar 2002), die oft in verbalem Krawall der Gäste enden (Gerlach 2004), handelte sich Al-Jazeera den Vorwurf des Populismus, Sensationalismus und der Einseitigkeit ein (Richter 2004). Zu den in der arabischen Welt bekanntesten Talk-Shows dieser Art zählt die Sendung „Al-Ittijah al-Muakis“ (deutsch: ‚Die entgegengesetzte Richtung‘)⁶ mit Starmoderator Faisal al-

über die Ausstrahlung dieser ersten Videobotschaft und forderte seinen Gast auf, „to tone down Al Jazeera’s inflammatory rhetoric“. Daraufhin ließ es sich Scheich Hamad nicht nehmen, auf einer Pressekonferenz auf die Medienfreiheit und die Unabhängigkeit des TV-Senders zu verweisen (Fisk 2001; Sullivan 2001).

6 Für diese wöchentliche Talk-Show, zu der immer zwei Gäste mit extrem divergierenden Meinungen eingeladen werden und an der sich Zuschauer über Telefon beteiligen können, stand das CNN-Format „Crossfire“ Pate.

Qasim, die als ein Format des „Politainment“ (Dörner 2001) zu kategorisieren ist. Problematisch an diesen TV-Diskussionsrunden ist, dass sie nur vorgeblich partizipatorischen Charakters sind, denn die Redaktionen selektieren diejenigen Zuschauer, die sich an der Sendung beteiligen dürfen.

Da die Zuschauerforschung in der arabischen Medienwelt noch unterentwickelt ist (Al-Jaber 2004; Rhodes/Chapelier 2004) bzw. nicht in einer Form existiert, die mit den entsprechenden Messinstrumenten und -standards im Westen vergleichbar wäre, können Sendeanstalten wie Medienforscher nicht auf statistisch reliable Daten zurückgreifen, sondern die potenziellen Reichweiten der Satelliten-Fernsehsender nur schätzen (Sakr 2002a). Diese Schätzungen basieren in der Regel auf den Zahlen verkaufter Satellitenempfangsschüsseln, was aufgrund der hohen Anzahl illegal vertriebener Geräte allerdings problematisch ist (Sharkey 2003). Zayani (2004) führt den Mangel an verlässlicher Zuschauerforschung auf die im Vergleich zum Westen unterentwickelte bis gar nicht existente Umfragekultur in der arabischen Welt zurück.

Die meisten Zuschauer von Al-Jazeera leben in Saudi-Arabien, den V.A.E., Jordanien und Syrien (Auter/Arafa/Al-Jaber 2004). Al-Jazeera erreicht Schätzungen zufolge 35 Millionen Zuschauer in der arabischen Welt, weltweit sollen es 50 Millionen sein. Eine nicht-repräsentative Umfrage im Auftrag der US-Botschaft in Abu Dhabi unter 407 jungen Zuschauern in den V.A.E. im Alter von 18 bis 25 Jahren ergab Spitzenwerte in puncto Glaubwürdigkeit für Al-Jazeera vor seinen arabischen und westlichen Konkurrenten. Als ein ausschlaggebendes Kriterium für ihre positive Beurteilung nannten die Befragten die häufige Verwendung des umstrittenen Begriffs ‚shahid‘/„shuhada“ (Pl.) (deutsch: „Märtyrer“) für islamische Selbstmordattentäter im Programm von Al-Jazeera (Urbahn 2004), der positiv als Partei ergrifend für die palästinensische Sache im Konflikt mit Israel gewertet wird (Hahn 2003, 2004a).

4.6 Absatzmärkte, Expansionspläne und internationale Kooperationen

In den meisten Ländern ist das Programm von Al-Jazeera unverschlüsselt zu empfangen. In den USA ist es, zusammen mit anderen TV-Angeboten, kodiert in einem arabischsprachigen Pay-TV-Paket enthalten (Ajami 2002). Um neue Absatzmärkte zu erobern, soll Al-Jazeera dem Willen seines Geschäftsführers Khanfar (2004) zufolge zu einem TV-Netzwerk expandieren: Neben dem Nachrichtenkanal existiert seit 1. November 2003 bereits ein eigener Sportkanal. Ferner sind ein Dokumentationskanal, ein Kinderkanal und ein englischsprachiger Nachrichtensender geplant. Mit diesem soll Al-Jazeera nicht nur Zuschauer in den USA und Großbritannien erreichen, sondern sich von einem panarabischen zu einem panislamischen TV-Sender entwickeln. Damit zielt das Unternehmen besonders auf südostasiatische Absatzmärkte wie Indonesien, das bevölkerungsreichste islamische und nicht-arabischsprachige Land der Erde.⁷ Kooperationen mit TV-Sendern in Indonesien und Malaysia ging Al-Jazeera bereits ein (Zednik 2002).

Überwiegend wegen seines exklusiven Bildmaterials sind auch zahlreiche westliche Fernsehanstalten, wie ZDF, BBC und ABC News, Kooperationen mit Al-Jazeera eingegangen, die Programmübernahmen sowie den Austausch von Material und Personal umfassen. Eine frühe Kooperation zwischen Al-Jazeera und CNN scheiterte am Streit über die Ausstrahlung einer weiteren Videobotschaft von Usama bin Ladin.⁸

7 Hintergrundgespräch des Autors mit Jamil M. Azar, Moderator von Al-Jazeera, am 17. Mai 2004.

8 CNN strahlte am 31. Januar 2002 ein Exklusivinterview mit ihm aus, das Al-Jazeera-Starrepot-

5. Das Nachrichten-orientierte Vollprogramm Abu Dhabi TV

Abu Dhabi TV mit Sitz in der gleichnamigen Hauptstadt der V.A.E. gehört zur Gruppe Emirates Media Incorporation (EMI), die 1999 auf Initiative des (2004 verstorbenen) Staatschefs der V.A.E., Scheich Zayed bin Sultan al-Nahyan, gegründet wurde und vollständig von der Herrscherfamilie finanziert wird. Anfang 2002 wurde die Gruppe in acht voneinander unabhängige Geschäftsbereiche umstrukturiert. Zum TV-Geschäftsbereich gehört neben einem Sportkanal und einem Regionalsender für die Golfstaaten das am 30. Januar 2000 umgestaltete Vollprogramm Abu Dhabi TV, das aus dem seit 1969 sendenden Staatsfernsehen hervorging.⁹

Etwa ein halbes Jahr vor Beginn der Kampfhandlungen im Irak-Krieg 2003 wurde Abu Dhabi TV zu einem 24-Stunden-Nachrichtenkanal umgewandelt. Diese Strategie erwies sich bei der internationalen Vermarktung von Bildmaterial als erfolgreich: In Spitzenzeiten übernahmen weltweit bis zu 120 Fernsehstationen, darunter auch ARD und ZDF, die Irak-Bilder von Abu Dhabi TV (Buck 2004b). Daher ging das Auslandsfernsehen Deutsche Welle TV 2003 eine Kooperation mit Abu Dhabi TV ein, die beiden Sendern den gegenseitigen Austausch von Bildern, technischen Ressourcen und Personal ermöglicht. Zudem wurden regelmäßige Programm-Koproduktionen vereinbart (Hahn 2004c), die auch das im Februar 2005 gestartete, arabischsprachige Fensterprogramm von DW TV mitgestalten. Inzwischen sendet Abu Dhabi TV wieder als Vollprogramm mit einem vergleichsweise hohen Nachrichtenanteil. Die Rückkehr zur alten redaktionellen Linie von Abu Dhabi TV stieß angesichts seines internationalen Vermarktungserfolges im Irak-Krieg 2003 bei seinen arabischen Konkurrenten auf Unverständnis.¹⁰

6. Der Nachrichtenhändler Al-Arabiya

Der jüngste der hier vorgestellten drei panarabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender, Al-Arabiya, wurde 2002 gegründet und nahm am 20. Februar 2003 seinen Sendebetrieb als 24-Stunden-Nachrichtensender auf. Der in der Dubai Media City in den V.A.E. stationierte TV-Sender wurde vom saudischen MBC, vom Medienunternehmen des (2005 getöteten) früheren libanesischen Ministerpräsidenten Rafiq Al-Hariri sowie von weiteren saudischen und kuwaitischen Investoren mit etwa 300 Millionen US-Dollar für fünf Jahre finanziert. Al-Arabiya will sich mit dem Anspruch einer rationalen Nachrichtenberichterstattung deutlich von seinem stärksten Konkurrenten Al-Jazeera abgrenzen, von dem Al-Arabiya einige leitende Redakteure abwarf. Ein wichtiges Programm-Standbein von Al-Arabiya bilden Hintergrundberichte und Reportagen über den Nahen und Mittleren Osten.¹¹ Genau darauf zielen auch die Expansionspläne

ter Tayseer Alouny am 21. Oktober 2001 mit Fragen von CNN aufgenommen hatte, welche Usama bin Ladin über einen Strohmann nach dem 16. Oktober 2001 schriftlich vorgelegt worden waren. Al-Jazeera hatte sich gegen eine Ausstrahlung entschieden und kündigte nach dem Alleingang von CNN die Zusammenarbeit (Sommer 2003).

9 Hintergrundgespräch des Autors mit Abbass Mustafa, Leiter der Medienforschung von Abu Dhabi TV, am 7. August 2004.

10 Hintergrundgespräch des Autors mit Salah Nagm, damaliger Chefredakteur und Nachrichtenchef von Al-Arabiya, am 18. Mai 2004.

11 Hintergrundgespräch des Autors mit Salah Nagm, damaliger Chefredakteur und Nachrichtenchef von Al-Arabiya, am 18. Mai 2004.

von Al-Arabiya: Statt internationaler Kooperationen mit westlichen Fernsehanstalten will der TV-Sender eigenen Angaben zufolge diese statt als Partner lieber als Kunden einer geplanten Fernsehnachrichtenagentur mit dem Schwerpunkt arabische und islamische Welt gewinnen.

7. Die US-Nachrichtenwaffe Al-Hurra

Im Kalten Fernsehkrieg gegen Al-Jazeera, Abu Dhabi TV und Al-Arabiya setzen die USA ihre eigene Medienwaffe ein: den arabischsprachigen TV-Satellitensender Al-Hurra. Er ist in Springfield/Virginia nahe Washington stationiert und sendet seit dem 14. Februar 2004 über die Satelliten Arabsat und Nilesat in alle arabischen Länder. Al-Hurra bietet ein werbefreies Programm mit überwiegend internationalen Nachrichten. Der TV-Sender wird von der Non-Profit-Organisation The Middle East Television Network (MTN) betrieben, die der US-Rundfunkrat Broadcasting Board of Governors (BBG)¹² kontrolliert. Zur Anlauffinanzierung von Al-Hurra im ersten Jahr bewilligte der US-Kongress über den Etat des Außenministeriums 62 Millionen US-Dollar. Damit ist der TV-Sender ein Instrument der ‚public diplomacy‘, in die die USA seit dem 11. September 2001 wieder mehr Geld und Personal investieren, um dem in der arabischen und islamischen Welt verbreiteten Antiamerikanismus entgegenzuwirken. US-Präsident George W. Bush (zit. n. Nasrawi 2004) forderte Al-Hurra auf, „die hasserfüllte Propaganda zu zerstreuen, die in der muslimischen Welt den Äther füllt“. Gemeint waren damit Al-Jazeera und Al-Arabiya.

Fraglich ist, ob Instrumente der public diplomacy wie Al-Hurra nicht eher kontraproduktiv wirken (Urbahn 2004). Ein Lehrbuchbeispiel für den Verlust an Glaubwürdigkeit und Wirksamkeit von public diplomacy-Anstrengungen der USA in der arabischen Welt bildete ein Interview mit Bush zu den Folter-Vorwürfen gegen US-Soldaten im irakischen Gefängnis Abu Ghraib bei Bagdad, das Al-Hurra am 5. Mai 2004 ausstrahlte. In dem Gespräch verurteilte Bush zwar die Misshandlungen, entschuldigte sich aber zunächst nicht. In den Augen vieler arabischer Zuschauer wirkte das Interview unglaublich, weil Bush (zit. n. o. V. 2004) am Ende des Gesprächs seinen Interviewer mit den Worten „Good job“ lobte, so als handele es sich um einen engen Mitarbeiter und keinen unabhängigen Journalisten. Oftmals scheint sich das Programm von Al-Hurra kaum von der TV-Propaganda einiger arabischer Regierungen zu unterscheiden und der subjektiven Realitätswahrnehmung vieler Araber zu widersprechen (Rid 2003).

8. Fazit und Ausblick: Thesen zu den Folgen der arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender für die Konfliktberichterstattung

Vor dem Hintergrund der beschriebenen entwicklungsgeschichtlichen und strukturellen Rahmenbedingungen, unter denen die arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsender operieren, werden abschließend drei Thesen zu den möglichen Folgen für die Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten formuliert.

12 Das BBG kontrolliert seit 1999 den staatlichen US-Auslandshörfunk Voice of America (VOA) und dessen jüngere Ableger Radio Sawa (deutsch: ‚Gemeinsam‘) und Radio Farda (deutsch: ‚Morgen‘), die seit März bzw. Dezember 2002 arabisch- bzw. persischsprachige Jugendprogramme bieten.

These 1: Arabisches Satelliten-Nachrichtenfernsehen trägt zu Quellenvielfalt und Perspektivenpluralismus in der Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten bei.

Die verschärzte Konkurrenzsituation zwischen arabischen und westlichen Satelliten-Nachrichtenfernsehsendern auf den internationalen Medienmärkten hat das bisherige weltweite Quasi-Monopol anglo-amerikanischer ‚TV News Leaders‘ aufgeweicht. Dies drückt sich erstens in Programmübernahmen und Bezügen von bzw. auf arabische Satelliten-Nachrichtenfernsehsender aus, die in westlichen Massenmedien zu beobachten sind. Zahlreiche westliche TV-Kanäle reagierten auf die Konkurrenzsituation in Form von Kooperationen mit arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehkanälen.

These 2: Die Interdependenzen zwischen arabischem und westlichem Satelliten-Nachrichtenfernsehen steigern die analytische Qualität der Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten bislang nur wenig.

Im Rahmen der Kooperationen zwischen Medienokzident und Medienorient fungieren die arabischen TV-Sender bislang überwiegend als Lieferanten von (zum Teil exklusivem) Bildmaterial, das in westlichen TV-Programmen oftmals als dekontextualisierter „Terror-TV-Fetzen“ (Hahn 2004d: 158) ankommt. Dagegen werden die Diskurse der arabischen TV-Sender selten von westlichen Medien übernommen (Hafez zit. n. Billows 2004). Cassara/Lengel (2004) stellen richtig fest: „Western news outlets use Al Jazeera as a convenient source of information in the Middle East, but rarely convey its take on any of the stories they use.“ Aufgrund der großen politischen, kulturellen und sprachlichen Distanz bestehen auf Seiten westlicher Massenmedien weiterhin ‚Berührungsängste‘ im Umgang mit den arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsendern. Bezüge auf deren Konfliktberichterstattung aus dem Nahen und Mittleren Osten beschränken sich oft auf die Thematisierung der Existenz einer anderen Sichtweise, ohne diese konkret zu benennen und zu beschreiben (Weßler 2005).

These 3: Das politische Wirkungspotenzial des arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehens in Richtung Demokratie in der Region ist kurz- bis mittelfristig als moderat einzuschätzen.

Trotz der sicherlich noch großen Defizite bei der empirischen Nutzungs- und Wirkungsforschung zu den arabischen Satelliten-Nachrichtenfernsehsendern ist damit zu rechnen, dass ihr Beitrag zum Transformations-, Säkularisierungs- und Demokratisierungsprozess in der arabischen Welt erst auf lange Sicht effektiv sein kann. Rund zehn Jahre nach der Einführung arabischen Satellitenfernsehens ist noch kein signifikanter Fortschritt im Demokratisierungsprozess in der arabischen Welt festzustellen. Wegen des gravierenden Mangels an politischen Beteiligungsmöglichkeiten zivilgesellschaftlicher Akteure geht Zayani (2004) sogar soweit, die strittige These aufzustellen, dass das Konzept der öffentlichen Meinung dem Nahen und Mittleren Osten kulturell fremd sei.¹³ Demnach spielen die Medien in der Regionalpolitik keine wichtige Rolle, weil sie innerhalb einzelner Länder keine Ableger anderer sozialpolitischer Institutionen als die

13 Sprachlich entspricht das Konzept der öffentlichen Meinung (public opinion) eher dem arabischen Ausdruck A’shaara al-arabi (deutsch: ‚Die arabische Straße‘).

von Regierungen sind. Somit dienen die Medien allenfalls als Mechanismen zur Absicherung des regierungspolitischen Alltagsgeschäfts. In diesem Kontext ist selbst Al-Jazeera „not a bottom-up phenomenon, but a top-down development“ (Zayani 2004: 27).

Vor diesem Hintergrund riskieren Erwartungen, die arabischen Satelliten-Fernsehkanäle könnten möglicher- und teilweise Ersatzfunktionen für in den meisten arabischen Ländern nicht existierende oder schwache politische Parteien übernehmen, diesen TV-Sendern fälschlicherweise gemeinsame und einheitliche demokratische Absichten und Akteursrollen zuzuschreiben. Solche Intentionen und ein derartiges Selbstverständnis – etwa: ‚Artikulation des politischen Volkswillens‘ bzw. ‚Demokratisierungs-Avantgarde‘ – haben jene TV-Kanäle gar nicht oder aus PR-Gründen nur vorgeblich. Die arabischen Satelliten-Fernsehsender sind selbst Bestandteil ihrer autoritären Umwelten, von denen sie überdies wirtschaftlich abhängen. Hafez (2004a, b) kommt zu dem Ergebnis, dass, wenn an arabische Satelliten-Fernsehkanäle der Anspruch gestellt würde, zum Teil Parteienersatzfunktion zu übernehmen, sie diesem allenfalls im Ansatz gerecht werden könnten und ihr Potenzial eines demokratischen Advocatismus mithin noch nicht ausgeschöpft sei.¹⁴ Überdies zeigen Forschungserkenntnisse über die Medientransformation im post-kommunistischen Mittel- und Osteuropa – sicherlich nur bedingt mit der Situation in der arabischen Welt zu vergleichen –, dass extreme Politisierung, Polarisierung und Parteilichkeit der Medien sowie eine Vermischung ihrer Funktionen als neutrale Vermittler und Parteiensubstitute letztlich die Gefahr bergen, bei den Rezipienten zu einem Desinteresse an Politik und den Nachrichtenmedien zu führen (Gross 2002, 2004).

Darüber hinaus ist fraglich, ob und inwieweit sich – wie von einigen Autoren vorschlagen (El-Nawawy/Gher 2003) – das Konzept der Öffentlichkeit durch kritisch-rationalen Diskurs nach Habermas (1962) sowie sein normatives Konzept von westlich-demokratischen Medien als neutralen Vermittlern überhaupt auf das autoritäre Umfeld der arabischen Welt übertragen lassen.¹⁵ Beispiele, die die Übertragbarkeit von Habermas’ Öffentlichkeitskonzept bezweifeln lassen, finden sich etwa in den beschriebenen Talk-Shows von Al-Jazeera: Sie zeichnen sich oftmals eher durch einen Mangel an Rationalität, wenn nicht gar – besonders westlicher Kritik zufolge – durch Emotionalität aus. Ferner existieren informelle Restriktionen arabischer Massenmedien. Zayani (2004) führt in diesem Zusammenhang das strittige, empirisch noch zu prüfende Argument einer Rezipientenerwartung an, nach der im Nahen und Mittleren Osten politische und gesellschaftskritische Argumente und Diskussionen als harmlos gelten, sobald sie die Privatsphäre verlassen und in den (überwiegend staatlich gelenkten) Massenmedien öffentlich stattfinden. Bei der Übertragung von Habermas’ Öffentlichkeits- und Medienkonzept müsste also zwischen dem eher westlichen Konsens-Modell und einem Transparenz-Modell in der arabischen Welt differenziert werden. Ferner stellen arabische

14 Mit dem medialen und politischen Wandel in der arabischen Welt beschäftigt sich auch das 2001 gestartete, internationale Forschungsprojekt „Cambridge Arab Media Project (CAMP)“ des Centre of Middle Eastern and Islamic Studies (CMEIS) der University of Cambridge in Großbritannien. Ähnlichen Forschungsfragen zum arabischen Satellitenfernsehen geht der nahost- und kommunikationswissenschaftliche Schwerpunkt des Middle East Centre (MEC) des St. Antony’s College der Oxford University in Großbritannien nach.

15 Mit der Übertragbarkeit des Öffentlichkeitskonzepts auf die arabische Welt beschäftigt sich auch das 2003 gestartete, internationale Forschungsprojekt „Arab Media Seminar Series: Towards an Arab Public Sphere – the Impact of New Media Technologies on Public Life in the Arab World“ des Communication and Media Research Institute (CAMRI) der University of Westminster in London und des britischen Economic and Social Research Council (ESRC).

Satelliten-Nachrichtenfernsehkanäle heute eher im postmodernen Sinne heterogene und weniger autoritative Öffentlichkeiten her, während früher das arabische Staatsfernsehen unter Regierungsmonopol das öffentliche Leben überwiegend als Repräsentationen der Staatsmacht und Autorität darstellte und damit eine singuläre homogene Öffentlichkeit projizierte (Zayani 2004).

Besonders auf den beiden oben in Thesen skizzierten Forschungsfeldern zum Einfluss arabischer Satelliten-Nachrichtenfernsehsender auf die Qualität der internationalen Konflikt-, Krisen- und Kriegskommunikation (Thesen 1-2) und zu ihrem politischen Wirkungspotenzial im Transformationsprozess in der arabischen Welt (These 3) klaffen noch gravierende Lücken im Stand der Theoriebildung und Empirie, die zu füllen wichtige Forschungsdesiderata darstellen.

Quellen und Literatur

- Abu-Fadi, Magda (2001): Al Jazeera – Is airing all sides anti-American? *International Press Institute (IPI) Global Journalist Magazine Online*, o. Jg., Nr. 4, www.globaljournalist.org/archives/Magazine/Al%20jazeera-4q.html (14.11.2004).
- Ajami, Fouad (2002): What the Muslim World is Watching. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 8, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/Archives/Spring02/ajami.html (09.11.2004).
- Alterman, Jon B. (1999): Transnational Media and Social Change in the Arab World. *TBS(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 2, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/Archives/Spring99/Articles/Alterman/alterman.html (14.11.2004).
- Al-Jaber, Khaled (2004): *The Credibility of Arab Broadcasting: The Case of AlJazeera*. Doha: National Council for Culture, Arts and Heritage.
- Al-Tonsi, Abbas (2003): Impressions Of An Arab Viewer On The Satellite Coverage Of The So-Called „War On Iraq“. *TBS(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 10, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/Archives/Spring03/tonsi.html (14.11.2004).
- Auter, Philip; Arafa, Mohamed M. & Al-Jaber, Khaled (2004): Who is Al Jazeera's Audience? Deconstructing the Demographics and Psychographics of an Arab Satellite News Network. *TBS(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 12, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/html12/auter.htm (09.11.2004).
- Ayish, Muhammad I. (1989): Newsfilm in Jordan television's Arabic nightly newscasts. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 4 (33), S. 453–460.
- Ayish, Muhammad I. (2002a): Political Communication on Arab World Television: Evolving Patterns. *Political Communication*, 19 (2), S. 137–154.
- Ayish, Muhammad I. (2002b): Medien in den Golfstaaten Bahrain, Katar, Kuwait, Oman, Saudi-Arabien und den Vereinigten Arabischen Emiraten (Übers. v. Kirsten Asbahr). In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2002/2003* (26. Aufl.). Baden-Baden: Nomos, S. 782–794.
- Ayish, Muhammad I. (2002c): The Impact of Arab Satellite Television on Culture and Value Systems in Arab Countries: Perspectives and Issues. *TBS(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 9, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall02/Ayish.html (09.11.2004).
- Ayish, Muhammad I. (2003a): *Arab World Television in the Age of Globalisation. An Analysis of Emerging Political, Economic, Cultural and Technological Patterns*. Hamburg: Deutsches Orient-Institut (=Hamburger Beiträge: Medien und politische Kommunikation – Naher Osten und islamische Welt, Bd. 6 / Media and Political Communication – Middle East and Islam, Vol. 6).
- Ayish, Muhammad I. (2003b): American-Style Journalism and Television in the Arab World: An Exploratory Study of News Selection at Six Arab Satellite Television Channels. In: Hafez, Kai (Hrsg.): *Media Ethics in the Dialogue of Cultures. Journalistic Self Regulation in Europe, the Arab World, and Muslim Asia*. Hamburg: Deutsches Orient-Institut (=Hamburger Beiträge:

- Medien und politische Kommunikation – Naher Osten und islamische Welt, Bd. 7 / Media and Political Communication – Middle East and Islam, Vol. 7), S. 117–133.
- Billows, William (2004): Zusammenfassendes Protokoll des „Deutsch-Arabischen Mediendialogs: Medienkulturen und die Herausforderung der Globalisierung“ des Auswärtigen Amtes Berlin, des Instituts für Auslandsbeziehungen (ifa) Stuttgart und des Emirates Centre for Strategic Studies and Research (ECSSR) Abu Dhabi vom 15.–19. Mai 2004 in Abu Dhabi, V.A.E., www.ifa.de/dialoge/dabudhabi_bericht.htm (18.10.2004).
- Boyd, Douglas A. (1999): *Broadcasting in the Arab World: A Survey of the Electronic Media in the Middle East* (3. Aufl.). Ames/IA: Iowa State University Press.
- Buck, Christiane (2004a): Weniger Blut bei Al Dschasira. *Die Welt*, o. Jg., o. Nr., 16. Juli.
- Buck, Christiane (2004b): Kampf um die Lufthoheit. *journalist*, Jg. 54, Nr. 7, Juli, S. 50–51.
- Cassara, Catherine & Lengel, Laura (2004): Move over CNN: Al Jazeera's View of the World Takes On the West. *TBS*(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal, o. Jg., Nr. 12, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/Archives/Spring04/cassara_lengel.htm (09.03.2005).
- Dörner, Andreas (2001): *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt/M.: edition suhrkamp.
- El Gody, Ahmed (2002): Medien in Ägypten. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2002/2003* (26. Aufl.). Baden-Baden: Nomos, S. 659–673.
- El-Nawawy, Mohammed & Gher, Leo A. (2003): Al-Jazeera: Bridging the East-West Gap through Public Discourse and Media Diplomacy. *TBS*(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal, o. Jg., Nr. 10, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/Archives/Spring03/nawawy.html (24.11.2003).
- El-Nawawy, Mohammed & Iskandar, Adel (2002): *Al-Jazeera: How the Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East*. Boulder/CO: Westview Press.
- Fisk, Robert (2001): A bold and original TV station that America wants to censor. *The Independent*, o. Jg., o. Nr., 11. Oktober.
- Gerlach, Julia (2004): Live aus Tumultistan. *Die Zeit*, Jg. 59, Nr. 13, 18. März, S. 6.
- Gross, Peter (2002): *Entangled Evolutions: Media and Democratization in Eastern Europe*. Baltimore/MD, Washington D.C.: Johns Hopkins University Press, Woodrow Wilson Center Press.
- Gross, Peter (2004): The East European Media: Public Sphere or Public Stage? Manuskript eines Einführungsvortrags gehalten auf der Ersten Internationalen Konferenz „Changing European Public Spheres: New Cultural and Media Contexts in Western and Eastern EU – Prospects and Challenges“ des European Social and Cultural Studies Centre (ESCUS), Sheffield University vom 23.–24. September 2004 in Sheffield, UK, www.sheffield.ac.uk/escus/events/gross.pdf (08.03.2005).
- Habermas, Jürgen (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand.
- Hafez, Kai (Hrsg.) (2000): *Islam and the West in the Mass Media. Fragmented Images in a Globalizing World*. Cresskill/NJ: Hampton Press (=Political Communication Series).
- Hafez, Kai (Hrsg.) (2001): *Mass Media, Politics, and Society in the Middle East*. Cresskill/NJ: Hampton Press (=Political Communication Series).
- Hafez, Kai (2002): *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung: Theoretische Grundlagen* (Bd. 1). Baden-Baden: Nomos.
- Hafez, Kai (2004a): Arab Satellite Broadcasting: An Alternative to Political Parties? Manuskript eines Vortrags gehalten auf der Internationalen Konferenz „The Media and Political Change in the Arab World“ des Cambridge Arab Media Project (CAMP) und des Centre of Middle Eastern and Islamic Studies (CMEIS), Moller Centre, Churchill College, University of Cambridge vom 29.–30. September 2004 in Cambridge, UK. *TBS*(=Transnational Broadcasting Studies)-Journal, o. Jg., Nr. 13, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/camphafez.htm (06.12.2004).
- Hafez, Kai (2004b): Arabisches Satellitenfernsehen – Demokratisierung ohne politische Parteien? *Aus Politik und Zeitgeschichte* (Beilage zur Wochenzeitung *Das Parlament*), o. Jg., Nr. B 48, 22. November, S. 17–23.

- Hahn, Oliver (2003): Die tiefen Gräben der globalen Medienwelt. Interkulturelle Medienkompetenz, Krisenkommunikation und der Kampf um regionale und lokale Absatzmärkte. *Frankfurter Rundschau*, Jg. 59, Nr. 287, 9. Dezember, S. 9.
- Hahn, Oliver (2004a): Neues arabisches und westliches Nachrichtenfernsehen zwischen Kulturbindung und Propagandadialog. *Zeitschrift für Kommunikationsökologie*, 6 (1), S. 44–47.
- Hahn, Oliver (2004b): Westliche und arabische Medienkulturen in einer Ära der Globalisierung. Manuskript eines Einführungsvortrags gehalten auf dem „Deutsch-Arabischen Mediendialog: Medienkulturen und die Herausforderung der Globalisierung“ des Auswärtigen Amtes Berlin, des Instituts für Auslandsbeziehungen (ifa) Stuttgart und des Emirates Centre for Strategic Studies and Research (ECSSR) Abu Dhabi vom 15.–19. Mai 2004 in Abu Dhabi, V.A.E., www.ifa.de/dialoge/dabudhabi_hahn.htm (07.08.2004).
- Hahn, Oliver (2004c): Medienkulturen im Zeitalter der Globalisierung. *Qantara.de – Dialog mit der islamischen Welt*, 26./31. August, www.qantara.de/webcom/show_article.php/_c-469/_nr-187/i.html (31.08.2004).
- Hahn, Oliver (2004d): Die Terror-Profiteure. Bin Laden, Geisel-Videos, Märtyrer – al-Dschasira ist für Araber zum glaubwürdigsten Medium geworden. *Focus*, o. Jg., Nr. 38, 13. September, S. 158–159.
- Hakem, Tewfik (2002): *Al-Jazira, la nouvelle voix des arabes*. Dokumentarfilm, Frankreich.
- Hickey, Neil (2002): Perspectives on War: Different Cultures, Different Coverage. *Columbia Journalism Review*, 40 (6), S. 540–542.
- Hissou, Ahmad (2003): Die mittelalterliche Sprache der irakischen Propaganda. *Qantara.de – Dialog mit der islamischen Welt*, 27. Mai/1. Juli, www.qantara.de/webcom/show_article.php/_c-434/_nr-14/i.html (18.10.2004).
- Ibahrine, Mohammed (2002): Das marokkanische Mediensystem im digitalen Zeitalter. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2002/2003* (26. Aufl.). Baden-Baden: Nomos, S. 889–896.
- Khanfar, Wadah (2004): The Future of Al Jazeera. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 12, Spring/Summer, www.tbsjournal.com/khanfar.htm (25.07.2004).
- Kilani, Sa'eda (2004): *Freedom Fries, Fried Freedoms: Arab Satellite Channels Struggle between State Control and Western Pressure*. Amman: Arab Archive Institute.
- Kolodzy, Janet; Ricks, Wade S. & Rosen, Jill (2003): Stocks are down: Al Jazeera's out. *American Journalism Review*, 25 (4), S. 16–18.
- Kraidy, Marwan M. (2000): Transnational Television and Asymmetrical Interdependence in the Arab World: The Growing Influence of the Lebanese Satellite Broadcasters. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 5, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall00/Kraidy.htm (04.06.2004).
- Krüger, Udo Michael (2003): Der Irak-Krieg im deutschen Fernsehen: Analyse der Berichterstattung in ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1. *Media Perspektiven*, September, S. 398–413.
- Lamloum, Olfa (2004): *Al-Jazira, miroir rebelle et ambigu du monde arabe*. Paris: La Découverte.
- Lamloum, Olfa (2004/5): L'impact des chaînes satellitaires arabes. *La revue internationale et stratégique*, o. Jg., Nr. 56, Hiver, S. 69–75.
- Latsch, Gunther & Meyer, Cordula (2003): Querschläger aus Bagdad. *Der Spiegel*, o. Jg., Nr. 22, 26. Mai, S. 104–106.
- Medien Tenor (2004a): The CNN of the Arab world? Analysis of Al Jazeera's coverage from March 12th – May 5th 2004. *Medien Tenor Forschungsbericht*, Jg. 11, Nr. 144, Mai, S. 73–75.
- Medien Tenor (2004b): Al Dschasira: Der Einfluss des Senders hat keine solide Basis. *Medien Tenor Forschungsbericht*, Jg. 11, Nr. 146, Juli, S. 2.
- Nasrawi, Salah (AP) (2004): Mit al-Hurra gegen al-Dschasira. *Spiegel Online*, 13. Februar, www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,286212,00.html (08.05.2004).
- Neuber, Harald (2004): „Al-Dschasira verliert seine kritische Funktion“. Der Kommunikationswissenschaftler Kai Hafez im Telepolis-Interview über die arabischen Satellitensender, das politische Umfeld und die neue Konkurrenz aus den USA. *Telepolis – magazin der netzkultur*, 2. Juli, www.heise.de/tp/deutsch/special/ost/17786/1.html (18.10.2004).
- Nisbet, Erik C.; Nisbet, Matthew C.; Scheufele, Dietram A. & Shanahan, James E. (2004): Public

- Diplomacy, Television News, Muslim Opinion. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9 (2), S. 11–37.
- Noujaim, Jehane (zus. m. Salama, Hani) (2004): *Control Room*. Dokumentarfilm, USA.
- Otten, Lars (2000): *The Media and Democracy in the Arab World*. Dokumentarfilm, Niederlande.
- o. V. (2004): President Bush's interview on al-Hurra. *The International Herald Tribune (IHT) Online*, 5. Mai, www.iht.com/articles/518569.html (08.05.2004).
- Proche-Orient.info (2005): *Une veille médiatique de trois chaînes de télévision arabes ou arabophones diffusées en Europe, Al Jazeera/Qatar, Iqra/Arabie Saoudite et Al Alam/Iran*, réalisée du 1er au 15 février 2005, avec une analyse de Jean-Yves Camus. Studie mit Videobelegen im Auftrag des Transatlantic Institute des American Jewish Committee, www.proche-orient.info/xveille_medias_article.php?3?id_article=37898 (und 37902, 37903, 37904, 37905, 37997) (14.03.2005).
- Rhodes, Mark & Chapelier, Carole (2004): „Balance-Seekers“ and New Information Sources: Media Usage Patterns in the Middle East. In: Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Beyond Borders: Research for International Broadcasting 2003*. Bonn: Conference of International Broadcasters' Audience Research Services (CIBAR) (=CIBAR Proceedings, Vol. 2), S. 78–87.
- Richter, Carola (2004): Medienkampf der Kulturen. Al Jazeera und Al Arabiya laufen Gefahr, zu stark die arabische Sache zu verfolgen. *message – Internationale Fachzeitschrift für Journalismus*, o. Jg., Nr. 3, S. 32–35.
- Rid, Thomas (2003): Die Öffentlichkeitsarbeit der USA im Mittleren Osten: Amerikanische „Public Diplomacy“ als Waffe in Kriegszeiten? *SWP (=Stiftung Wissenschaft und Politik)-Aktuell*, o. Jg., Nr. 16, April, www4.swp-berlin.org/common/get_document.php?id=121 (30.01.2004).
- Sakr, Naomi (2002a): *Satellite Realms: Transnational Television, Globalization and the Middle East*. London: I B Tauris.
- Sakr, Naomi (2002b): Arab Satellite Channels between State and Private Ownership: Current and Future Implications. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 9, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall02/Sakr_paper.html (26.10.2004).
- Schäfer, Peter (2002): Wachstum im Krieg. Al-Dschasira: Propaganda-Maschine oder Pionier arabischer Medienfreiheit. In: Palm, Goedart & Rötzer, Florian (Hrsg.): *MedienTerrorKrieg. Zum neuen Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts*. Hannover: Heinz Heise, S. 190–200.
- Schleifer, Abdallah S. (1998): Media Explosion in the Arab World: The Pan-Arab Satellite Broadcasters. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 1, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall98/Articles1/Pan-Arab_bcasters/pan-arab_bcasters.html (24.10.2004).
- Schleifer, Abdallah S. (2000): A dialogue with Mohammed Jasim Al-Ali, Managing Director, Al-Jazeera. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 5, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall00/al-Ali.htm (24.10.2004).
- Schleifer, Abdallah S. (2001): The Sweet and Sour Success of Al-Jazeera. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 7, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall01/Jazeera_sas.html (22.10.2004).
- Schleifer, Abdallah S. (2003): Stop Press: Al Jazeera Gets New Manager. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 11, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall03/stop_press.html (14.11.2004).
- Schleifer, Abdallah S. & Sullivan, Sarah (2001): Interview with Sheikh Hamad bin Thamer Al Thani, chairman of the board of Al-Jazeera. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 7, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall01/Jazeera_chairman.html (10.11.2004).
- Sharkey, Jacqueline E. (2003): The Rise of Arab TV. *American Journalism Review*, 25 (2), S. 26–30.
- Sommer, Steffen (2003): *The Medium Is the Missile. Videos als Mittel der globalen Kriegsführung*. Münster, Hamburg, Berlin, London: Lit (=Publizistik, Bd. 12).
- Straubhaar, Joseph D. (1991): Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1), März, S. 39–59.
- Sullivan, Sarah (2001): The Courting of Al-Jazeera: While Washington asked the emir of Qatar to „rein in“ Al-Jazeera, American networks were headed to Doha in search of a deal. *TBS (=Transnational Broadcasting Studies)-Journal*, o. Jg., Nr. 7, Fall/Winter, www.tbsjournal.com/Archives/Fall01/Jazeera_sjs.html (14.11.2004).

- Urbahn, Keith U. (2004): Reporting the Truth: Media Perceptions, Preferences, and Practices among Young UAE Nationals. Forschungsbericht im Auftrag der US-Botschaft in Abu Dhabi, V.A.E., 26. Juli, http://keithurbahn.blogs.com/in_the_right/files/media_report.pdf (01.09.2004).
- Weßler, Hartmut (2005): Al-Jazeera als politischer Akteur? Der Beitrag arabischer Fernsehsender zum Bild des Irakkriegs in den westlichen TV-Nachrichtenkanälen. Manuskript eines Vortrags gehalten auf der gemeinsamen Jahrestagung „Medien als Akteure im politischen Prozess“ der Fachgruppe Kommunikation und Politik der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) und des Arbeitskreises Politik und Kommunikation der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) vom 10.–12. Februar 2005 in Stuttgart-Hohenheim.
- Wolfsfeld, Gadi (1997): *Media and Political Conflict: News from the Middle East*. Cambridge/MA: Cambridge University Press.
- Wolfsfeld, Gadi (2003): The News Media and the Second Intifada: Some Basic Lessons. *Palestine-Israel Journal of Politics, Economics and Culture*, 10 (2), S. 5–13.
- Zayani, Mohamed (2004): *Arab Satellite Television and Politics in the Middle East*. Abu Dhabi: Emirates Centre for Strategic Studies and Research (ECSSR) (=The Emirates Occasional Papers, Bd. 54).
- Zednik, Rick (2002): Inside Al Jazeera. *Columbia Journalism Review*, 40 (6), S. 44–49.