

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

POLITIK

Wutverstärker auf Weltmachtkurs

Der arabische Fernsehsender al-Dschasira will global senden. Bloß mit welcher Botschaft?

Josef Joffe

Doha Der Emir von Qatar weiß, wie man als märchenhaft reicher Ministaat (Öl und Gas) im Zeitalter des Islamismus überlebt: Das Ländchen beherbergt die größte US-Luftwaffenbasis außerhalb Amerikas, aber auch den vom Emir finanzierten Satellitensender al-Dschasira (engl. Al-Jazeera, AJ), der in Washington gern als elektronisches Terroristen-Sprachrohr abgestempelt wird. In der floriden Fantasie dieser Region heißt es denn auch, dass die U.S. Air Force den Sender schon mal bombardieren wollte sozusagen auf dem ganz kurzen Dienstweg, von Qatar nach Qatar.

Nun aber greift AJ zur Weltmacht. Schon im Mai sollte ein neuer Sender, AJ International, in englischer Sprache an den Start gehen mit zusätzlichen Kommandozentralen in London, Washington und Kuala Lumpur, alle per Glasfaser miteinander verbunden. Das wurde erst auf den September, jetzt auf den November verschoben pünktlich zum zehnten Jahrestag der Gründung des arabischen Satellitensenders. Zur Begleitung haben Emir und AJ ein Board of International Visitors rekrutiert journalistische Veteranen aus Amerika, England, Frankreich, Japan, Kolumbien und Südafrika, zu denen auch der Autor dieses Textes gehört siehe auch den ersten Bericht, »al-CNN«, in der ZEIT vom 16. Februar.

Immer die gleichen Motive: Israel als Aggressor, Massaker an Arabern

Die erste Sitzung im Februar galt dem gegenseitigen Beschnüffeln »Was wollen die eigentlich von uns?« In den Monaten danach, im regen E-Mail-Verkehr untereinander, beschäftigte uns die umgekehrte Frage: »Was wollen wir eigentlich von denen?« Wie es sich für Journalisten gehört, gabs mehr Meinungen als Mitglieder. Grundsätzlich aber: Die Europäer plädieren für »professionellen Journalismus«, so objektiv und ausgewogen wie nur möglich in dieser wutgeladenen Region; der Südafrikaner, der in der Anti-Apartheid-Bewegung groß geworden ist, will eine »authentische Stimme«, die wohl just die Mischung aus Agitation und News bietet wie der arabische Sender; der Rest aus Washington, Bogotá und Tokyo steht irgendwo in der Mitte. Unser Handicap liegt auf der Hand: Keiner von uns spricht Arabisch; was genau AJ sendet ob kühle Berichterstattung oder Mobilisierung der »Straße« gegen Amerika, Israel und arabische Regime, werden wir aus erster Hand nur wissen, wenn AJ International ins Kabel geht.

Unsere Anschauung kommt bislang aus zweiter Hand vom Auswärtigen Amt, von einem Medien-Forschungsinstitut, das der amerikanischen Regierung untersteht. Das sind kürzere oder längere Zusammenfassungen, aber keine Rund-um-die-Uhr-Protokolle.

Die Übersetzungen aus Washington malen ein monochromes Bild.

Danach widerspiegelten die Sendungen beileibe nicht das AJ-Motto: »The Opinion And the Other Opinion«. Talkshows, Interviews, Reportagen präsentierten dauerhaft die gleichen Motive: Israel als Aggressor, Massaker am laufenden Band, Verschwörung gegen den Libanon und alle Araber mal im Tandem Israel/USA, mal durch den Westen insgesamt. Es fehlte jeglicher Kontext, zum Beispiel der sechs Jahre währende Raketenbeschuss durch Hisbollah, der 900 Israelis verletzte oder tötete. Oder die Platzierung der Raketen in Wohngebieten keine Bilder, keine Diskussionen, keine Kritik an Hisbollah.

Wurden »Experten« befragt, widersprachen die nicht, sondern heizten dieses »Narrativ« auf. Ein gewisser Dr. Tamimi aus London: »Die Muslime sind hier sehr, sehr wütend.« Ein Hisbollah-Experte aus Kairo plauderte ganz unanalytisch von der »US-zionistischen Kriegsmaschine« in dieser »Ära zionistischer Aggression«. Nur sehr selten durfte man AJ-Journalisten dabei beobachten, wie sie nachhakten oder ihre Gesprächspartner dazu ermahnten, beim Thema zu bleiben. Es war Agitprop im Gewande scheinbar aktueller Berichterstattung.

Nun die andere Wirklichkeit, gezeichnet von Wadah Khanfar, dem Intendanten, der die Diskussion der Besucher mit den Redaktionschefs so souverän wie überlegt leitete. »Gewiss, manche unserer Korrespondenten und

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Moderatoren waren etwas emotional. Die haben wir aber ermahnt, gar verwahrt.« Aber: »Wir bilden ab, was ist die Gefühle, die Wut.« So würde jeder TV-Chef argumentieren, im Westen, überall. Nur: Im Fernsehen ist bekanntlich die Auswahl die Message. Hatte AJ auch die andere Seite, Israel, abgebildet?

Ahmed al-Sheikh, Chefredakteur: »Als Israel den Beschuss ziviler Gebiete verteidigte, haben wir das gezeigt.« AJ habe auch jede israelische Pressekonferenz, jede Knesset-Sitzung live verbreitet. Und noch einmal Khanfar: »In den ersten Wochen des Krieges wurden wir von syrischen Journalisten als Handlanger Israels geißelt.«

Welche Wirklichkeit ist die wirkliche? Die Antwort auf diese Frage wartet auf eine andere: Wann denn nun AJ International endlich ans Netz gehen werde? Ein Knirschpunkt ist offenbar Washington, wo AJI eine seiner vier weltweit ausstrahlenden Sendezentralen etablieren will. Der Intendant: »Manchmal machen wir Fehler, wir nehmen Klagen ernst. Aber wir glauben, dass die amerikanische Regierung uns gegenüber eine feindselige Haltung pflegt. Jenseits der Ministerialdirektor-Ebene will niemand in Washington mit uns reden.« Einwurf eines Europäers: »Condi oder Bush wollen mit uns auch nicht reden, aber nicht weil sie uns hassen, sondern weil ein europäisches Medium nicht wichtig genug in der amerikanischen Medienlandschaft ist.«

Was soll man nun sagen:
»Märtyrer« oder
»Selbstmordattentäter«?

Tatsächlich geht das Problem weit über das Offizielle hinaus gleich

zweifach. Amerikanische Networks und Kabelbetreiber scheuen sich, AJ zu übernehmen, weil dieser Sender im Lande nicht gerade populär ist kein Wunder, wenn man sich an die frühen Jahre erinnert. Damals strahlte AJ jede Bin-Laden-Hasspredigt aus, zeigte auch Geiseln, die um ihr Leben bettelten. Zweitens: Obwohl digital, also mit einer größeren Bandbreite als das analoge, sei das Kabelnetz in den USA längst überbelegt, berichtet Steve Clark, der Nachrichtenchef von AJ International. Will AJI rein, muss ein anderer raus.

Doch nicht nur in Amerika hat AJI Probleme, auch in der Dritte-Welt-Diktatur Simbabwe kommt der englische Dienst mit dem Aufbau eines Büros nicht voran. Warum? Steve Clark resümiert lakonisch: »Ein Minister, mit dem wir verhandelt haben, ist tot. Der andere ist verschwunden. Ein Kameramann von uns wurde verhaftet.«

Was will denn AJ International anders machen, wenn überhaupt? Auf den Gängen der Redaktion kann man es mit den Händen greifen: Die AJler wissen es selber nicht, deshalb dieser halbjährliche Dialog mit den Abendländern. Werden sie vor internationalem Publikum von »kidnap« oder »capture« reden, von »entführen« oder »gefangen nehmen«, wenn Hisbollah sich jenseits der Grenze israelische Soldaten greift? Auf Arabisch ist stets die Rede von »Gefangennahme«, was ehrbarer ist als »Kidnapping«. »Massaker« oder »Bombardement«? »Märtyrer« oder »Selbstmordbomber«?

Der eine AJ-Mann sagt: »Manche Araber wollen den englischen Sender als getreue Kopie des arabischen, aber das wird im Westen nicht so gut ankommen.«

Ein anderer: »Manche Araber fürchten, AJI werde die arabische Sache verraten, aber das kriegen wir mit unserem Standing schon hin.« Einwurf eines Europäers: »Warum bauen Sie hier falsche Dilemmata auf arabische Straße und arabische Wut hier, die entschärfte Version für den Westen dort? Warum setzen Sie nicht auf Qualität, auf tiefer gehende Recherche, den Vorteil der besseren Kenntnis, um sich ein weltweites Publikum zu verschaffen?«

Agitprop oder Analyse plus nüchterne Reportage? Mohammed Krichen, einer der Ressortchefs, hat die rettende Idee direkt aus dem Repertoire des US-Kulturimperialismus: »Wir sollten der McDonalds der TV-Welt sein. In Beirut serviert McD Falafel, in Rom Pasta. Aber alle sind sie McDonalds mit ihrem typischen Angebot. Wir werden im englischsprachigen Dienst der arabischen Geschmacksrichtung eine internationale beimischen.« Bloß, um im Bild zu bleiben: Ob Kichererbsen oder Nudeln McDs Identität ruht überall auf Burger und Fritten, und AJ hat sich nun mal einen Namen als Wutverstärker, auch gegen arabische Despoten, nicht als geschmacksneutraler Nachrichtenproduzent gemacht. Deshalb plädierte der japanische Kollege dafür, »nicht nur die arabische Straße zu präsentieren«. Der Kollege aus Kolumbien drückte Gleiches als Hoffnung aus: »Das Antiwestliche und Antiisraelische wird doch bestimmt verdünnt werden, wenn erst AJI ans Netz geht.« Steve Clark, der Nachrichtenchef, hofft mit: »Die Grenze wird von Geschmack und Anstand gezogen.« Sein arabischer Sitznachbar drückt es noch nobler aus: »AJ International ist eine wunderbare Chance für den

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

zivilisierten Dialog unserer Zivilisationen.«

Auf jeden Fall wird das Board of International Visitors nicht mehr ganz so blind fliegen, wenn die versprochene DVD mit dem englischen Pilotprogramm auf dem Schreibtisch landet. Ein paar Tage nach dem Abflug durften die Besucher eine Karikatur auf der Webseite von AJ begutachten. Sie zeigt den Papst in dänische und amerikanische Farben gehüllt, in der Hand den Hirtenstab mit einem riesigen Hakenkreuz, unter dem

Gewand einen grinsenden Uncle Sam und einen israelischen Soldaten.

Agitprop gegen den Westen oder nüchterne Berichte? Die Reporter suchen den rechten Weg» / Der Papst und die, die unter seiner Robe stecken«, heißt diese Karikatur aus einer qatarischen Zeitung, die der TV-Sender Al-Dschasira auf seiner Homepage präsentiert. Die Botschaft: Der deutsche Pontifex ist eine Marionette der USA, Israels und islamfeindlicher Dänen

Agitprop gegen den Westen oder nüchterne Berichte? Die Reporter suchen den rechten Weg» / Der Papst und die, die unter seiner Robe stecken«, heißt diese Karikatur aus einer qatarischen Zeitung, die der TV-Sender Al-Dschasira auf seiner Homepage präsentiert. Die Botschaft: Der deutsche Pontifex ist eine Marionette der USA, Israels und islamfeindlicher Dänen /