

AL-DSCHASIRA

Der arabische Sender will die Welt nicht mehr CNN und die BBC überlassen. Ein eigener englischsprachiger Nachrichtenkanal ist geplant

Vision mit Mission

KARIN LEUKEFELD, Doha

Die Nachrichten so bringen, wie die Menschen auf der Straße sie sehen", lautete der für einen arabischen Alleinherrscher eher ungewöhnliche Auftrag, mit dem der Nachrichtensender Al-Dschasira in Doha (Katar) am 1. November 1996 zum ersten Mal auf Sendung ging. Der Emir von Katar, Scheich Hamad bin Chalifa al-Tani, wollte einen Fernsehsender, wie ihn die arabische Welt noch nicht gesehen hatte. Zur Kernredaktion gehörten ehemalige Journalisten des arabischen BBC-Fernsehens, das Mitte der 1990er Jahre eingestellt worden war. Mithilfe ihrer Erfahrungen sollte dem internationalen Nachrichtenmarkt eine fortschrittliche arabische Stimme hinzugefügt werden, die man respektieren und nicht überhören sollte.

Knapp zehn Jahre später hat Al-Dschasira den Sprung zu einem der führenden internationalen Informationsnetzwerke geschafft. Satnam Matharu, der in der Al-Dschasira-Zentrale in Doha für die Medienbeziehungen zuständig ist, erläutert bei einem Rundgang durch die weitläufigen, mit hochmoderner Licht- und Computertechnik ausgestatteten Studios Fakten und Hintergründe über den Erfolg des Senders. 40 Millionen Zuschauer erreicht Al-Dschasira täglich, 200 Mitarbeiter arbeiten in mehr als 30 Studios weltweit. Neben dem arabischen Nachrichtenkanal gibt es Webseiten in Arabisch und Englisch, drei Sportkanäle, von denen einer kostenfrei, die anderen zwei gebührenpflichtig sind. Ein Kinderkanal und ein Live-Programm, Al-Dschasira Mubashar, runden das Angebot ab. In Doha unterhält Al-Dschasira außerdem ein Studien- und Forschungsinstitut sowie ein Ausbildungszentrum für Journalisten aus dem Nahen Osten.

Starke Marke

Dem Team von Al-Dschasira fehlt es nicht an Selbstvertrauen. Eine Umfrage des US-Medienforschungsinstituts Interbrand setzte den Sender im vergangenen Jahr auf Platz fünf der bekanntesten Markenzeichen. „Vor uns waren Ikea, die Kaffeekette Starbucks, Apple und Google“, zählt Satnam Matharu auf. „Auf Platz fünf waren wir, darauf sind wir natürlich sehr stolz. Es zeigt unsere Unabhängigkeit und unser Bemühen, professionellen, unvoreingenommenen Journalismus zu präsentieren.“ Die staatliche Finanzierung durch die vom Emir geführte Regierung sei kein Hindernis, meint Matharu und verweist auf die BBC und andere öffentlich-rechtliche Medienanstalten. Für alle Nachrichtenorganisationen sei es extrem schwierig, Geld zu verdienen, „alle stecken in diesem Dilemma, auf Anzeigen angewiesen zu

sein, sich aber die Redaktionslinie nicht von den Anzeigenkunden vorschreiben zu lassen“. Al-Dschasira habe das große Glück, „dass der Emir vorausschauend und einsichtig genug war, dem Sender alle Freiheiten zu lassen, er mischt sich in unsere Redaktionspolitik nicht ein“, so Matharu. So habe Al-Dschasira seiner „Vision und Mission“, eine unabhängige Nachrichtenorganisation zu sein, stets treu bleiben können.

Um diese Aufgabe gewissenhaft zu erfüllen, verpflichten sich alle Mitarbeiter auf einen „Ethikkodex“, den der Sender 2004 veröffentlichte. Man wolle dem Publikum und der Öffentlichkeit die Grundlagen der Arbeit bei Al-Dschasira transparent machen, erläutert Satnam Matharu. Der Kodex hängt als großes Plakat im alten Nachrichtenstudio des Senders, wo heute die englischsprachige Webseite produziert wird. „Ehrlichkeit, Mut, Fairness, Ausgewogenheit, Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit und Vielfalt“ stehen an erster Stelle.

Al-Dschasira berichtet über „die andere Seite der Dinge“, so ein Werbeslogan, bringt Geschichten, die im Hauptnachrichtentrom untergehen, bringt „Nachrichten von dort, wo sie tatsächlich geschehen“. Al-Dschasira bringt „die andere Seite der Geschichte“, so Matharu, andere Meinungen. Doch meist gibt es nicht nur eine, sondern zwei, manchmal auch sechs Meinungen. Nur so könnten die Zuschauer verstehen, wie komplex und facettenreich ein Thema sein kann. Darum vertraue das Publikum Al-Dschasira, das sei besonders wichtig in einer Zeit, in der das Vertrauen in den Wahrheitsgehalt von Nachrichten rapide gesunken sei, wie kürzlich das US-Medienforschungsinstitut PEW feststellte.

Für den steilen Aufstieg zahlte Al-



40 Millionen Zuschauer erreicht der Sender täglich.

Foto: AP

Dschasira einen hohen Preis. Nicht nur die autoritären Herrscher der arabischen Welt reagierten auf „den Störenfried aus der kleinen ‚Streichholzschachtel‘“ entnervt, wie der ägyptische Präsident Hosni Mubarak den Sender einst nannte. Auch im Westen wurden und werden die Kollegen und Kolleginnen von Al-Dschasira oft misstrauisch beäugt. In der saudischen Hauptstadt Riad ist Al-Dschasira ebenso verboten wie in Bagdad, auch die palästinensische Autonomiebehörde, damals noch unter Arafat, untersagte dem Sender phasenweise die Berichterstattung. In der iranischen Hauptstadt Teheran mag man Al-Dschasira zwar kein Büro genehmigen, das Programm aber ist per Satellit problemlos zu empfangen.

Mehr Bush als Bin Laden

Als Starreporter Taisir Alluni 2001 live aus dem Afghanistankrieg berichtete, gingen die Bilder um die Welt. Kein Sender hatte Korrespondenten da, wo Al-Dschasira war. Niemand in der Redaktion glaubte an ein Versehen, als die US-Luftwaffe das kleine Büro in Kabul in Schutt und Asche bombte. Sein Aufsehen erregendes Interview mit Osama bin Laden kurz nach den Anschlägen vom 11. September 2001 kostete Alluni die Freiheit. Als angeblicher Helfer einer islamistischen Terrorzelle in Spanien, wo der Journalist mit Frau und Kindern lebt, wurde er zu sieben Jahren Haft verurteilt. Auch in Bagdad wurde 2003 während des Krieges das Al-Dschasira-Büro von US-Bomben getroffen. Dass der

Sender die Studiokordinaten dem US-Militär gemeldet hatte, schützte ihn nicht. Ein Journalist und ein Techniker, die gerade in einer Live-Schaltung auf dem Dach des Gebäudes waren, kamen ums Leben.

Für Satnam Matharu sind die immer neuen Schwierigkeiten auch „ein Zeugnis dafür, dass wir uns nicht einer bestimmten politischen Linie beugen, dass wir uns nicht anbeugen, sondern unser Bestes geben, um die Themen in ihrer Tiefe und Weite darzustellen.“ Mit der Ausstrahlung von Botschaften Osama bin Ladens oder islamistischer Gesandener im Irak handelte der Sender sich nicht selten den Vorwurf ein, Plattform für den islamistischen Terror zu sein. Satnam Matharu weist die Vorwürfe zurück. „Wenn wir ein 45-Minuten-Band erhalten, senden wir vielleicht drei oder vier Minuten, eben das, was wir für nachrichtenswichtig halten. Das ergänzen wir mit Analysen, die wir von Leuten aus allen Teilen der Welt einholen, aus den USA, Europa, aus der arabischen Welt oder aus dem Osten. Sie diskutieren und analysieren, was auf den Bändern angesprochen wird, und stellen einen Zusammenhang her. Zusammenhang ist das Wichtigste für jede Geschichte.“ Die Stellungnahmen bin Ladens hätten Auswirkungen auf die Außenpolitik vieler Länder, das habe für CNN, BBC und Al-Dschasira gleichermaßen Nachrichtenwert. Im Übrigen, so Matharu, habe Al-Dschasira bisher „insgesamt nur etwa fünf Stunden bin Laden, aber an die 5000 Stunden George W. Bush gesendet.“

english.aljazeera.net

SO GESEHEN

Spinnen die Finnen? Was Lordi lehrt

Kinder, macht das nicht zu Hause nach“, warnte der deutsche Moderator des Eurovision Song Contest. Er sagte das nicht, als eine knappstbekleidete ukrainische Soldatenbraut die melodische Frontlinie verließ, auch nicht, als der russische Beau im Unterhemd intonationsunsicher auf dem Flügel balancierte. Der Mann wurde erst pflichtbewusst, als die finnische Gruppe Lordi mit Horrorkostümen zum „Hardrock Halleluja“ auf die Bühne stampte. Die Teenies tippelten trotzdem die Endziffer der Musikmonster in ihr Handy. Aus Deutschland bekam der spätere Siegtitel immerhin ten points. Die „Bravo“-Hefte der Eltern mit den Musikmonstern von „Kiss“ auf dem Titel sind schon so lange im Altpapier, dass Pop-Hässlichkeit als avantgardistisch gelten darf.

Nicole, die den Wettbewerb gewonnen hat, als er noch „Grand Prix Eurovision de la Chanson“ hieß, verkündet in einer flugs inszenierten „Bild“-Kampagne, die Band gehöre auf die Geisterbahn. „Wir wollen endlich wieder schöne Melodien mit guten Texten hören“, fordert die Schlager-Jeanne d'Arc, die 1982 mit weißer Gitarre Zeilen wie „Ich weiß, meine Lieder, die ändern nicht viel/ Ich bin nur ein Mädchen, das sagt, was es fühlt“ unter nachtrübselverlangtste Volk gebracht hatte. Hätte sie schrecklich hingehört, sie hätte einige schöne Melodien in Athen finden können: Ralph Siegels Friede-Freude-Omellette-Nummer für die Schweiz, die irische Ballade, den deutschen Country-Refrain. Keine davon landete im ersten Drittel. Tonfönlungen und Texte, die deshalb als völkerverständig gelten, weil sie sich jeder merken kann, sind passé. Der finnische Beitrag ist eine Herausforderung an Toleranz und Verstand. Ein würdiger Sieger in Kulturkampfeiten.

Apropos Sieg: Die Finnen haben auch den Pisa-Wettbewerb gewonnen. Die deutschen Schüler hingegen waren, vor allem was die Sprachkompetenz angeht, beim Bildungstest kaum erfolgreicher als Texas Lightning beim aktuellen Liederwettbewerb. Pflichtbewusste Deutsche hätten schon beim Grand Prix von 1982 warnen sollen. Liebe Kinder, singt bloß nicht nach, was Nicole auch Schlimmes vorreimt. Christiane Florin



Die finnische Band Lordi schockte sich zum Sieg.

Foto: dpa

FERNBEDIENT

RAINER BRAUN

Viele Dinge tut die amerikanische Regierung angeblich in Gottes Namen. Aber was für ein Gott soll das sein? Auf ihre Frage hat Jamie P. Washam für sich eine eindeutige Antwort aus christlicher Perspektive gefunden, und damit wachsen für die engagierte Pfarrerin aus Wisconsin auch die Widersprüche für die Legitimität eines Krieges aus religiösen Gründen. „Mein Gott ist ein Gott der Liebe, der Gerechtigkeit und der Freiheit. Niemals ein Gott der Unterdrückung, des Hasses oder der Angst. Aber genau das wird gesät in Gottes Namen“, analysiert sie die Rhetorik der Bush-Administration. Mit ihrer Position ist die junge Baptistin in den USA längst nicht mehr Teil einer Minderheit, die sich anfangs in den Medien kaum Gehör verschaffen



konnte, auf die sich aber nun in wachsendem Maße die Kameraden richten. Unter anderem auch die im Auftrag von Arte. Der Sender widmet den Selbstzweifeln der einst so selbstbewussten Nation einen Themenabend und zeigt, dass es darüber Differenzierteres zu sagen gibt als der Bestseller-Protestler Michael Moore schreibt. („Amerikas verlorene Unschuld“, Arte, Dienstag, 30. Mai, ab 20.45 Uhr).

Mehr als 2300 GIs haben im Irakkrieg ihr Leben gelassen, die Opfer unter der Zivilbevölkerung im Zweistundenlauf belaufen sich auf mindestens 30 000 Tote. Die täglichen Berichte über das Leid, den Schmerz und die wachsenden Zweifel am Militäreinsatz haben

auch in den USA einen Meinungsumschwung eingeleitet. Die Zustimmung für den Irakkrieg ist rapide gesunken, während die Proteste von Veteranen, Künstlern, Geistlichen, Angehörigen von Opfern und Intellektuellen in der Öffentlichkeit zunehmen. „Nicht in unserem Namen“ haben der Regisseur Philippe Borrel und seine Kauturistin Dietlind Lerner ihre sehenswerte Dokumentation genannt (Beginn: 21.35 Uhr). Sie erfassen mit ihrer Kamera die ganze Breite der Protestbewegung. Im Vordergrund stehen hier nicht unbedingt Prominente wie der Schauspieler Tim Robbins oder der von NBC entlassene Kriegssprecher Peter Arnett, sondern Aktivisten, die persönliche Erfahrungen und moralische Empörung zu Kriegsgesängen machte. Der Titel des gesamten Debates, „Amerikas verlorene Unschuld“, ist allerdings zumindest etwas verunglückt, suggeriert er doch, dass die USA sich bis dato schuldlos fühlen dürfen. Borrells Momentaufnahme zeigt jedoch zugleich, dass der Vietnamkrieg samt seiner Folgen in den aktuellen Kontroversen nicht ausgeblendet wird.

ANGEMELDET

Ball im Netz: Durch ein Schlupfloch im Vertrag zwischen der Deutschen Telekom und der Deutschen Fußballliga kommt der Fernsehsender Premiere doch noch zu Bundesligarechten. Die Fernsehrechte hat der Bezahlkanal zwar an Arena TV verloren, doch via Hochleistungsleitung sollen die zunächst ausgebotenen Sportübertragungsrechte ihre Ballkompetenz reaktivieren dürfen. Die Telekom, Inhaber der Internetrechte, will gemeinsam mit Premiere Live-Spiele der Ersten und Zweiten Bundesliga als Datenpakete an Haushalte mit Hochgeschwindigkeitsanschluss liefern, eine Set-Top-Box soll die Ware dann fürs TV-Gerät entschlüsseln. Das Ergebnis sieht aus wie Fernsehen, ist aber im Sinne des Vertrags keines. Problematisch dürfte es werden, wenn Telekom und Premiere das Schlupfloch für Kabel und Satellit ausweiten. Arena hat mit rechtlichen Schritten gedroht, falls seine exklusiven Live-Fernsehrechte an der Fußballbundesliga verletzt werden.

Ausgezeichnet und ausgepiffen: Der Bayerische Fernsehpreis wurde verliehen. Unter den Geehrten waren unter anderen Heike Makatsch (beste Schauspie-

lerin), Hannelore Elsner (Ehrenpreis fürs Lebenswerk) und Felicitas Woll (beste Nachwuchsschauspielerin). Überschattet wurde die Verleihung von Verdi-Demonstranten, die die vorfahrende Prominenz am Eingang mit einem Trillerpfeifenkonzert begrüßten.

Schirmmittelstopp: Nach Vorabbedenken der Landesmedienanstalt LfM in Düsseldorf verschob der Sender der Vox die Ausstrahlung der „Nivea-Story“, einer 60-minütigen Reportage über die Firmengeschichte, auf unbestimmte Zeit. Die Medienkontrolleure befürchteten, dass „Werberichtlinien tangiert werden könnten“ – kurz: Schlechwerbung. Vox ist jedoch nicht der erste Sender, der mit Firmenberichten die Grenzen des werberechtlich Zulässigen auslotet: RTL erzählte beispielsweise die „Ikea-Story“, Sat 1 inszenierte die „Lego-Show“. Und bei RTL 2 wurde in „Pampers-TV“ fleißig gepampert, in der „Nuttella-Show“ geschmiert und in der „kultigen Handyshow“ „O, can do“ solange gemist, bis die Finger lahm wurden. Vox erklärte, die „Nivea-Story“ schnellstmöglich auszustrahlen zu wollen, und schloss auch eine „redaktionelle Überarbeitung“ nicht aus.