

15.9.2007

Radio SR 2

„Die Medienwelt“

„East-West-Media-Bridge – Dialog zwischen arabischen und europäischen Journalisten“

von Vera Linß

(Anmoderation) Die Spannungen zwischen der islamischen und der westlichen Welt sind täglich Thema in den Medien. Das Bild der arabischen Gesellschaft, das im Westen dabei entsteht, ist geprägt vom Nahost-Konflikt und vom islamischen Terrorismus. Darüber hinaus gibt es jede Menge Nachholbedarf in der Berichterstattung. Über den Alltag in den Staaten des Nahen Ostens ist bei uns ebenso wenig bekannt wie über journalistische Arbeitsmethoden. Dies zu ändern trafen sich in Potsdam Vertreter der arabischen und westlichen Medien. Hinter verschlossenen Türen diskutierten sie ihre Sicht auf das Gegenüber. Unsere „Medienwelt“-Kollegin Vera Linß war bei der öffentlichen Abschlussrunde dabei.

Die Medienlandschaft im nahen Osten ist differenzierter und vielfältiger als ihr Ruf hierzulande nahe legt. Beispiel Fernsehen: rund 200 Fernsehkanäle gibt es inzwischen neben dem großen Dreigestirn Al Jazeera, Al Arabija und Abu Dhabi TV. Gerade diese drei waren in den letzten Jahren besonders populär, hatten sie doch das staatliche Kontrollmonopol in Nahost gebrochen. Jetzt aber hat die Konkurrenz aufgeholt, wie ZDF-Korrespondent Ulrich Tilgner überrascht fest stellte:

(O-Ton Tilgner) „Für mich war ganz neu, dass mittlerweile diese Popularität zurück geht, weil auch Musiksender, im Grunde die europäischen Mediengewohnheiten, jetzt auf den Nahen Osten übergreifen und man daran erkennen kann, dass der Nahe und Mittlere Osten sich medial eigentlich sehr stark am Westen orientiert, obwohl es inhaltlich natürlich nach wie vor gravierende Probleme und Unterschiede gibt.“

Die meisten Fernsehsender bieten ein Unterhaltungsprogramm, das sich an westlichen Formaten orientiert. Daneben informieren die arabischen Medien auch über überregionale Themen, vor allem zum israelisch-palästinensischen Konflikt und zum Irak-Krieg. Allerdings belegen die Recherchen von Fachleuten, dass Themen, die im eigenen Land angesiedelt sind - wie Demokratie, soziale Gerechtigkeit oder die Belange von Frauen – vernachlässigt werden. Hier ist der Spielraum offensichtlich stark eingeschränkt, denn die Sender gehören entweder dem Staat oder sie erhalten privates Geld aus der Golfregion. Nakhle El Hage, Nachrichtendirektor bei Al Arabija:

(O-Ton El Hage) „Wir haben ein arabisches Sprichwort: Wer immer das Brot des Königs isst, muss auch das Schwert des Königs tragen. Wenn Sie von jemandem finanziert werden, müssen Sie dessen Interessen dienen. Unsere Werbeeinnahmen aus der Golfregion betragen 615 Mio. \$ im Jahr. Die Embassy Group, der Al Arabija gehört, hat ca. 37 % Zuschauer in Saudi Arabien und der restlichen Golfregion und bekommt den größten Anteil vom Werbekuchen ab. Da überlegt der Sender schon, wie er das Geld verwendet.“

El Hage räumt auch ein, dass es bei der Berichterstattung über Israel und die USA eine deutliche Unausgewogenheit in den arabischen Medien gibt. Hier müsse eine Balance hergestellt werden, so sein selbstkritisches Fazit. Umgekehrt warfen er und seine Kollegen den westlichen Medien vor, sich zu wenig für arabische Belange und die Alltagskultur dieser Länder zu interessieren. Nakhle El Hage:

(O-Ton El Hage) „Ich gebe Ihnen ein aktuelles Beispiel: als unser Kollege Alan Johnston von der BBC in Gaza gekidnappt wurde, haben sich alle arabischen Medien für die Freilassung von Johnston eingesetzt. Jeder Araber, ob Mann oder Frau, jung oder alt wusste, wer Alan Johnston ist. Hat irgendjemand im Westen schon mal von einem arabischen Korrespondenten gehört, der von Al Qaida im Irak fest gehalten wurde? Oder von einem Al Jazeera-Kameramann, der die letzten sechs Jahre in Guantánamo eingesessen hat? Was interessiert euch schon unsere Welt? Wir müssen laut sein, damit ihr uns hört.“

Eine Kritik, der die westlichen Kollegen nicht widersprachen. Tatsächlich gäbe es eine Fixierung auf Terroranschläge und ihre Folgen, während Kulturelles oder Alltagsgeschichten fast keinen Platz fänden. Das müsse sich ändern, so der Tenor. Groß ist das Interesse dagegen, die arabischen Länder mit westlichen Inhalten zu versorgen. Gerade hat die Deutsche Welle ihr Programm ausgebaut. France 24 ist im März mit einem arabischsprachigen Programm auf Sendung gegangen. Ende des Jahres soll das arabischsprachige Programm der BBC starten. Welche Folgen hat diese Globalisierung der Medien für die journalistische Arbeit? Gwyneth Williams vom BBC-World-Service:

(O-Ton Williams) „Die Frage lautet: Müssen wir eine einheitliche Sprache entwickeln? Wann immer man heute etwas sagt, ist es sofort draußen in der Welt. Wir haben kein nationales Publikum mehr, wir senden über Grenzen hinweg. Das ist eine moderne globale Konversation, und die Frage ist, wie das unsere Art zu sprechen und zu denken verändert.“

Wie könnte diese einheitliche Sprache aussehen. Williams schlägt vor, sich an gemeinsamen journalistischen Qualitätskriterien zu orientieren. Was für sie heißt, dass man seine eigene Perspektive klar macht und die Fakten so aufbereitet, dass die Mediennutzer sich ihr Urteil selbst bilden können.