

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

Das News-Network Al Jazeera zwischen Globalität und Lokalität



Freie wissenschaftliche Arbeit
an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Matthias Maier

Zweitbetreuerin:

Lisa Conrad M.A.

Vorgelegt von:

Jana Zündel
Am Grunstedter Rain 20
99428 Weimar
jana.zuendel@uni-weimar.de

Matrikel-Nr.: 80075
Medienkultur | 6. Semester | 2011

Weimar, den 30.08.2011

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	2
Einleitung	3
1. Al Jazeera als Unternehmen	5
1.1 Vom lokalen Spieler zum global player	5
1.1.1 Ein neuer und kontroverser Fernsehsender	5
1.1.2 Die Globalisierungsstrategie: Al Jazeera English	8
1.2 Das öffentliche Gut Information	11
1.3 Die Differenzierungsstrategie: Hybridisierung von Produkten und Prozessen	14
1.3.1 <i>Inside Story</i>	14
1.3.2 <i>Listening Post</i>	17
1.3.3 <i>The Stream</i>	19
1.4 Schlussfolgerungen für Al-Jazeeras Wertschöpfungskette und Geschäftsmodell	22
2. Al Jazeera als Medium	26
2.1 (Keine) Ablösung vom Primärmedium Fernsehen?	26
2.2 Partizipation beim Fernsehen	27
2.3 Vernetzung via Al Jazeera	31
3. Al Jazeera als globales Phänomen	37
3.1 Kontroversen im Globalisierungsprozess	37
3.2 Produktion von Globalität	42
3.3 Reproduktion des Lokalen	47
3.4 Ein neues Verständnis von Globalität / Lokalität	52
Zusammenfassung	59
Anhang	62
Literaturverzeichnis	65
Ehrenwörtliche Erklärung	68

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Die Gäste der Fern-Talk-Show <i>Inside Story</i>	15
Abbildungen 2, 3 und 4:	Mediale Querschnitte bei <i>The Listening Post</i>	18
Abbildung 5:	Studio-Design von <i>The Stream</i>	20
Abbildungen 6 und 7:	Beteiligungsmöglichkeiten bei <i>The Stream</i>	20
Abbildung 8:	Anschlussmöglichkeiten für die Nutzer von <i>aljazeera.net</i>	23
Abbildung 9:	Amphitheaterdiskurse nach Vilém Flusser	30
Abbildung 10:	Netzdialoge bei Al Jazeera	34
Abbildung 11:	Al Jazeeras Kommunikationsstruktur	35
Abbildung 12:	Social Media Anbindung des Live-Streams	36
Abbildung 13:	Informationsströme im globalen Nachrichtengeschäft	44
Abbildungen 14 und 15:	Kartographische Darstellungen von Lokalitäten	48
Abbildungen 16 und 17:	Zuschaltung und Austausch mit Korrespondenten	50
Abbildungen 18, 19 und 20:	Berichterstattung zu Griechenlands Finanzkrise	53
Abbildung 21:	Schema zum Nachrichtenaufbau bei Al Jazeera	55
Abbildung 22:	<i>Global Village Voices</i>	57

Einleitung

Der arabische Fernsehsender Al Jazeera gilt als Phänomen im globalen Nachrichtengeschäft. Das Medium aus Nordafrika mit den journalistischen Standards der Marktführer BBC (UK) und CNN (USA) setzt sich zunehmend gegen ebendiese durch und ist mittlerweile ein entscheidendes Gegengewicht zur westlich zentrierten Berichterstattung. Als pan-arabischer Nachrichtensender mit Sitz in Katar ist Al Jazeera seinen lokalen ebenso wie seinen globalen Konkurrenten im Bezug auf Informationen aus den arabischen Staaten meist den entscheidenden Schritt voraus. Im arabisch-sprachigen Raum ist Al Jazeera innerhalb kürzester Zeit zum beliebtesten Fernsehsender aufgestiegen. Seine Zuschauer sind fest von seiner Glaubwürdigkeit überzeugt und schätzen die Behandlung sensibler Themen¹, was in vielen arabischen Staaten immer noch eine Seltenheit ist. Doch auch jenseits Nordafrikas hat Al Jazeera oft genug Aufsehen erregt. Besonders die Vereinigten Staaten sehen sich durch den Sender bedroht, da er verstärkt arabische Stimmen zu Wort kommen lässt. Dennoch ist Al Jazeera nach 15 Jahren zu einem stabilen Wettbewerber geworden, der sich dadurch auszeichnet, an vielen Lokalisationen zuerst zur Stelle zu sein und diese umfassend repräsentiert. Gerade dieses Jahr, in dem die Nachrichten vom sogenannten Arabischen Frühling dominiert wurden, hat die weltweite Relevanz des selbsternannten News-Networks einmal mehr unterstrichen.

Nun ist die Selbstbezeichnung eines Nachrichtensenders als News-Network grundsätzlich nichts Neues, jeder international relevante Fernsehsender mit dem Schwerpunkt Information pflegt sich so zu benennen, sobald er über eine eigene Website und damit globale Reichweite verfügt. Allerdings hat dies gerade bei Al Jazeera bemerkenswerte ökonomische und medienkulturelle Implikationen, die sich in der täglichen Berichterstattung des Senders niederschlagen. Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Konzeption des Fernsehsenders Al-Jazeera als Unternehmen einerseits und als (Massen-)Medium andererseits, um seinen Beitrag zum Globalisierungsprozess und den damit einhergehenden sozio-kulturellen Veränderungen zu diskutieren. Aufschluss auf diese Forschungsfrage sollen sowohl beispielhafte Beobachtungen von Al-Jazeera English im Hinblick auf seine Berichterstattung und Publikumsadressierung zu aktuellen Themen sowie einschlägige medien- und kulturtheoretische Werke geben. Diese Arbeit wird sein Konzept von drei Seiten beleuchten – der ökonomischen, medienwissenschaftlichen und kulturwissenschaftlichen – und dabei stets um folgende Fragen rotieren: Inwiefern verschränken sich lokale und globale Praktiken in der Organisation und der täglichen Arbeit des Nachrichtensenders? Mit welchem Verständnis von Globalität / Lokalität, dem

¹ Vgl. Al-Mikhlaḥy 2006: 114ff.

raumtheoretischen Gegensatzpaar par excellence, vernetzt Al-Jazeera English Rezipienten in aller Welt? Mit jedem Teil wird diese wissenschaftliche Arbeit neu ansetzen, um das Phänomen Al Jazeera im Kontext des internationalen Nachrichtenmarktes, der massenmedialen Kommunikation und der globalen Medienlandschaft zu erfassen. Überschneidungen und Wiederholungen sind dabei unvermeidbar und notwendig, um die Interdisziplinarität des Themas zu unterstreichen.

Die ausschließliche Berücksichtigung der Sendungen von Al-Jazeera English bzw. dem Material auf der Internetseite aljazeera.net soll der Betrachtung des Mediums als globalisiertes Produkt Rechnung tragen und einer Analyse jenseits politischer Kontroversen, die der arabischer Originalsender oft mit sich zieht, förderlich sein. Es wird sich zeigen, wie sich Globalität und Lokalität zu jenem ambivalenten, aber effektiven Konzept verschränken, das Al Jazeera als Unternehmen und Medium auszeichnet. Zu diesem Zweck müssen an dieser Stelle die Begrifflichkeiten global / lokal geklärt werden: Es kommt in dieser Arbeit darauf an, dass „global“ zwar mit „weltweit“, aber eben nicht mit den Ausdrücken „international“, „transnational“ oder „transkontinental“ gleichzusetzen ist. Letztere bilden allerdings wichtige Teilschritte auf dem Weg zu dem weltumspannenden Konzept der Globalität, das in dieser Arbeit entwickelt und diskutiert werden muss. Auch das Konzept der Lokalität erfährt durch Al Jazeera eine Neudefinition, die Begriffe lokal, regional, national oder örtlich sollen vorläufig aber synonym verwendet werden. Bisher soll es genügen, diese Beschreibungen auf einen geographisch bestimmbareren Erfahrungsraum zu beziehen. Ein letzter wichtiger Begriff wird „glokal“ sein, eine Wortneuschöpfung zur Verbindung der Konzepte von Globalität und Lokalität, welcher im dritten, kulturwissenschaftlichen Teil erarbeitet werden soll.

Gemäß der dreiteiligen Annäherung an das Konzept des News-Networks, wird die vorliegende Arbeit sich zunächst Al Jazeera als Unternehmen zuwenden, zum einen, um seinen internationalen Aufstieg im Nachrichtengeschäft nachzuvollziehen und zum anderen, um maßgebliche medienökonomische Besonderheiten in seinen journalistischen Formaten und Praktiken ausdifferenzieren. Die zweite Annäherung befasst sich mit Al Jazeera als Medium und wird sich mit dem Übergang vom reinen Fernsehsender auf lokaler Ebene zum globalen Netzwerk auseinandersetzen. Schließlich soll in der dritten, kulturwissenschaftlichen Betrachtung Al Jazeera als glokales Produkt einerseits und als Produzent eines neuen Verständnisses von Globalität / Lokalität andererseits diskutiert werden.

1. Al-Jazeera als Unternehmen

1.1 Vom lokalen Spieler zum global player

1.1.1 Ein neuer und kontroverser Fernsehsender

Al Jazeera ist wie die meisten arabischen Fernsehsender im Satelliten-Zeitalter der neunziger Jahre gegründet worden. Allerdings ist seine Entstehung mit besonderen Umständen einhergegangen. 1995, ein Jahr bevor Al Jazeera ins Leben gerufen wurde, scheiterte die arabische Version von BBC an der restriktiven Zensur Saudi-Arabiens. Daher konnte Al Jazeera für sich beanspruchen, als erster Nachrichtensender in die arabische Medienlandschaft einzutreten.² Einige der für BBC Arabic vorgesehenen Mitarbeiter wurden ab 1996 von Al Jazeera rekrutiert und trugen damit die journalistischen Prämissen des westlichen Medienkonzerns BBC an den neuen Sender heran.³ Es kommt daher nicht von ungefähr, dass Al Jazeera seit seinem Sendebeginn am 1. November 1996⁴ von Seiten der Zuschauer mit seriösem Journalismus verbunden wird. So verbindet der Sender die Arbeitsweise westlicher Medien mit der bislang unterrepräsentierten arabischen Sicht auf die Welt⁵, weshalb die mediale Botschaft Al Jazeeras für das arabische Publikum so neuartig und bahnbrechend ist.

Das Projekt Al Jazeera begann allerdings als Teil des politischen Pakets „Katarische öffentlich-rechtliche Kooperation“ von Hamad bin Khalifa Al-Thani, der 1995 die Herrschaft über das Emirat von Katar übernahm.⁶ Dieser Umstand ist nicht irrelevant, hat er dem Sender doch einiges an Kritik und Kontroversen eingebracht. Al Jazeera wurde *in* Katar gegründet und hat seinen Sitz *in* Katar, dennoch behauptet der Sender von sich, unabhängig von der katarischen Politik zu berichten. Dies ist soweit nicht unlogisch, schließlich wurde der Sender *nicht für Katar* sondern für die Berichterstattung im gesamten arabischen Raum ins Leben gerufen. Die Finanzierungslage gab den Beobachtern hingegen Grund zum Zweifeln. So wurde Al Jazeera in den ersten fünf Jahren von der katarischen Regierung vollfinanziert.⁷ Allerdings war dies wohl eine notwendige Maßnahme, um die vielversprechenden Anfänge des Senders zu unterstützen. Denn um sich gegen die lokale Konkurrenz der ebenfalls meist staatlich finanzierten Sender durchzusetzen, sowie im internationalen Nachrichtengeschäft einen Platz zu erringen, war für hochwertige technische Ausstattung und qualifizierte Mitarbeiter ein entsprechend hohes Budget erforderlich, das der Sender in den Anfangsjahren nicht leisten konnte. Trotz

² Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 73.

³ Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 65f.

⁴ Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 57.

⁵ Vgl. a.a.O.: 66.

⁶ Vgl. a.a.O.: 64.

⁷ Vgl. a.a.O.: 102.

steigender Popularität blieben Werbeverträge aus⁸, da Al Jazeera zwar beim Publikum, jedoch weniger bei den arabischen Staaten und traditionellen Unternehmen beliebt war, was seiner provokativen Berichterstattung geschuldet war. Als erster Fernsehsender im arabischen Raum trug Al Jazeera vermeintliche Tabuthemen an sein transnationales Publikum heran. Unter all den Sendern, die im Satelliten-Zeitalter entstanden sind, stach Al Jazeera hervor, insofern es als reiner Nachrichtensender die arabische Gemeinde mit Informationen konfrontierte, die zur Reflexion über die nationalen Regime und die dazugehörige Gesellschaft anregte. Abgesehen von der finanziellen Abhängigkeit, spricht diese Entwicklung nicht für eine umfassende Kontrolle des Senders durch die katarische Regierung. Tatsächlich hat Al Jazeera im Gegensatz zu den übrigen staatlich gegründeten und finanzierten TV-Sendern im arabischen Raum nie eine politische Zensur von Katar aus erfahren.⁹ Was immer sich der Emir von Katar bei der Gründung des politisch unabhängigen, transnationalen Senders gedacht haben mag, Al Jazeera hat bis heute eine Sonderstellung unter den arabischen Fernsehsendern inne: „It is in a unique position of being neither a commercial nor a state-run channel but an independent and professional global news operation [...]“¹⁰ Al Jazeera ist vor seiner Gründung dementsprechend weder als staatlicher noch als privater Sender entworfen worden. Auf einen öffentlich-rechtlichen Sender nach europäischem Vorbild lässt sich Al Jazeera ebenfalls nicht herunterbrechen, dazu fehlt der gesetzlich festgelegte Auftrag der Grundversorgung. Zwar hat der Sender eine Art Auftrag, dabei handelt es sich aber größtenteils um eine selbstaufgelegte „Mission“, der arabischen Welt eine repräsentative Stimme zu geben und zwar unter Einhaltung höchster journalistischer Standards wie z.B. Objektivität und Unparteilichkeit. Dass auch Gewinnmaximierung ein Ziel des Senders sein *muss*, gerade im Hinblick auf finanzielle Unabhängigkeit, ist bei Al Jazeeras Arbeit trotz allem nebensächlich. Höchstwahrscheinlich genießt er bis heute eine Teilfinanzierung durch den Staat von Katar¹¹, auch wenn das News-Network mittlerweile auch kommerzielle Ziele verfolgt und durch die fehlende Zensur einen privaten Charakter hat. Die finanzielle Unterstützung durch den Emir Hamad bin Khalifa Al-Thani gibt dem Sender allerdings gewisse Freiheiten und Möglichkeiten, die private Sender nicht haben, welche aber für die Realisierung der umfassenden Berichterstattung unerlässlich

⁸ Vgl. a.a.O.: 101.

⁹ Vgl. a.a.O.: 102.

Mit einer Ausnahme: Al Jazeera halt sich im Hinblick auf die Innen- und Außenpolitik Katars zurück, was wiederum für eine politische Zensur spricht. Auf der anderen Seite nimmt Katar sogar Konflikte mit anderen arabischen Regierungen in Kauf, die durch Al Jazeeras provokative Berichterstattung entstehen.

¹⁰Thussu 2008: 71.

¹¹ Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 104.

sind. Somit ist Al Jazeera vom hohen wirtschaftlichen Druck des Fernsehgeschäfts weitgehend befreit, was der Qualität seiner Nachrichten durchaus zuträglich ist.

Seinem Namen entsprechend scheint Al Jazeera eine Insel unter den arabischen Staatssendern mit politischer Zensur und den privaten Sendern mit ökonomischen Schranken zu sein. Von Anfang an als transnationaler TV-Sender angelegt, weil nicht an den Staat von Katar gebunden, bestand für „Die Insel“ die Mission darin, das Vertrauen des arabischen Publikums zu den arabischen Medien bzw. Nachrichten wiederherzustellen.¹² Sein Programm zeichnet sich, so der von 1996 bis 2003 amtierende Geschäftsführer Mohammed Jasim Al-Ali, dadurch aus, dass es seine Zuschauer als intelligentes Publikum behandelt, das nicht alle Informationen unreflektiert hinnimmt.¹³ Al Jazeera erarbeitete sich durch professionelle und kritische Berichterstattung den Respekt und die Treue des arabischen Publikums. Der Sender stieg rapide in der Gunst der Rezipienten und dehnte 1999 seine tägliche Sendezeit aufgrund hoher Nachfrage auf 24 Stunden aus.¹⁴ Nunmehr eine non-stop sendende Informationsquelle, gewann Al Jazeera im arabischen Raum immer mehr an Einfluss und auch die internationale Aufmerksamkeit blieb nicht lange aus. Als entscheidende Wendepunkte in der Geschichte des Nachrichtensenders sind der 11. September 2001 und der Irakkrieg 2003 zu nennen, da Al Jazeera gerade in Kriegsangelegenheiten Objektivität und Pluralität bewies und damit weltpolitisches Interesse erregte.¹⁵ Mit seinem Vorteil der Erstberichterstattung und den arabischen Perspektiven begann der Sender, sich ein internationales Publikum zu erarbeiten:

„By 2007, this pan-Arabic 24/7 news network was claiming to reach 50 million viewers across the world, challenging the Anglo-American domination of news and current affairs in one of the world’s most geopolitically sensitive areas.”¹⁶

Ausschlaggebend für diesen Erfolg war dabei auch die 2003 entstandene englischsprachige Website aljazeera.net, welche damals einen bedeutenden Schritt zur Globalisierung für das Unternehmen Al Jazeera darstellte.¹⁷ Die Internetseite nutzte die durch die Berichterstattung im Irakkrieg gewonnene Popularität und überschritt irreversibel die geographischen und politischen Grenzen. Sie bot sich nicht nur als Anschluss zum Fernsehsender an, sondern bildete selbst ein vollwertiges Medium, das auf internationaler Ebene Informationen zur Verfügung stellte.¹⁸ Al Jazeera adressierte fortan nicht nur das Publikum in den arabischen Ländern, sondern auch die emigrierten Araber sowie Nicht-Araber in aller Welt. Sowohl von arabischer als

¹² Vgl. a.a.O.: 59. (laut Aussagen der Initiatoren und Redaktionsmitglieder)

¹³ Ebenda.

¹⁴ Vgl. Al-Mikhlafy 2006: 70.

¹⁵ Vgl. Al-Mikhlafy 2006: 96.

¹⁶ Thussu 2008: 72.

¹⁷ Vgl. Rushing 2007: 195.

¹⁸ In Anlehnung an Al-Mikhlafy 2006: 160ff.

auch von amerikanischer Regierungsseite kritisiert und korrumpiert¹⁹, war der Sender aus Katar nur noch schwer zu ignorieren:

„Al-Jazeera hatte das Interesse der Weltpresse [...] zuerst nur als einmaliges Phänomen und Sonderfall in der arabischen Welt hervorgerufen. Als einem regionalen Sender war von ihm nicht zu erwarten, eine globale Verbreitung zu erreichen. Der Sender hat dies aber in kurzer Zeit (etwa fünf Jahre) erreicht und konnte das Interesse der internationalen Medien, der politischen Stellen und Institutionen, aber auch der Öffentlichkeit erregen.“²⁰

1.1.2 Die Globalisierungsstrategie: Al Jazeera English

Schon vor der Gründung von Al Jazeera English hatte der Nachrichtensender internationale Relevanz erreicht. Warum also sollte der Emir von Katar 2006 einen weiteren Sender in Auftrag geben? Welchen Mehrwert könnte ein englischsprachiger Sender bieten, welche Aufgabe käme ihm noch zuteil, wenn Al Jazeera doch bereits den arabischen Ländern ein repräsentatives Medium mit internationaler Aufmerksamkeit bietet und die Internetseite ihr Übriges zur Verbreitung seiner Nachrichten tut? John Rushing, der für Al Jazeera English rekrutierte amerikanische Auslandsreporter, beschreibt das Selbstverständnis des neuen Senders so:

„If Al Jazeera English has a stated mission, it's to cover the developing world – often simply referred to as 'the South' – which our competitors have too often ignored. We try to serve those underreported places and peoples while presenting aspects of western culture too often neglected in other international coverage.“²¹

Allerdings unterschied sich diese Begründung nicht von der zur Gründung Al Jazeeras zehn Jahre zuvor und gestand dem internationalen Sender nicht viel Eigenwert zu. Seit dem Beginn der Arbeit von Al Jazeera English am 15. November 2006²² lässt sich jedoch die selbstauferlegte „Mission“ noch erweitern, nicht zuletzt, weil sie noch über die des Muttersenders Al Jazeera Arabic hinausgeht. Als reiner Informationssender hat aber auch Al Jazeera English nur eingeschränkte medienökonomische Möglichkeiten, denn seine Produktpalette schließt Unterhaltungsprogramme aus und ist auf Nachrichten spezialisiert. Der Sender verfügt deshalb von vornherein nur über ein schmales Sortiment. Seine einzige Option, und die hat Al Jazeera English erkannt, ist es, diesem Sortiment noch mehr Tiefe zu geben, indem a) die Produktherstellung qualitativ verbessert d.h. die Berichterstattung nochmals intensiviert wird, b) neue Beschaffungskanäle entwickelt werden, in diesem Fall über ein weltweit wachsendes Korrespondentennetz und c) neue Märkte erschlossen werden d.h. bisher unbeachtete Lokaltäten auf Nachrichten zu ergründen. Al Jazeera English ist nicht nur bei der lokalen Berichter-

¹⁹ Amerikanische Kabel-TV-Unternehmen lehnten lange Zeit die Distribution von Al Jazeera in den Vereinigten Staaten ab. (Vgl. Rushing 2007: 197)

²⁰ Al-Mikhlafoy 2006: 84.

²¹ Rushing 2007: 194.

²² Vgl. *Al Jazeera Corporate Profile*: <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/200852518555544449.html>, Zugriff: 12.06.2011.

stattung in den arabischen Ländern internationaler Vorreiter, sondern repräsentiert auch zunehmend andere Länder des „Südens“, die in den Nachrichten westlicher Medien oft außenvorgeblieben werden. Es hat sich der Nischen im internationalen Nachrichtengeschäft angenommen und ist bei der Repräsentation der unterreportierten Lokalitäten eine Art Marktführer geworden. Nichtsdestotrotz wendet sich Al Jazeera English auch europäischen und amerikanischen Ereignissen zu und vermag auch dort eine kritische und meist ausführlichere Berichterstattung zu leisten. Der englischsprachige Sender legt Wert auf die Diversität seiner Themen und scheint an einer globalen Nachrichtenabdeckung zu arbeiten, um den Weltmarkt zu durchdringen. Auf der anderen Seite ergeben sich aber auch Lokalisierungsvorteile an den einzelnen Nachrichten-Schauplätzen, weil meist ein Korrespondent vor Ort ist und das dazugehörige Auslandsbüro aus nächster Nähe von den lokalen Ereignissen berichten kann. Damit versucht Al Jazeera English gleichzeitig dem Produkt sowie den Konsumenten, die möglicherweise an die reportierte Lokalität gebunden sind, gerecht zu werden. Dies kann insofern als Besonderheit eingestuft werden, da globale Unternehmensstrategien sich selten an lokale Gegebenheiten anpassen.²³ Natürlich orientiert sich Al Jazeera English hauptsächlich am Weltmarkt, schließlich gibt es keine nationalen Tochtergesellschaften des Medienunternehmens. Dennoch lässt sich an dieser Stelle festhalten, dass das umfangreiche Korrespondentennetz mit mehr als 65 Auslandsbüros und über 50 festen Korrespondenten²⁴ entscheidende Lokalisierungsvorteile bei der Nachrichtenproduktion mit sich bringt, was gewiss auch von Seiten der internationalen Nachrichtenkonsumenten geschätzt wird. Laut Rushing stellen sich die Mitarbeiter des Senders bei jeder Nachricht die Frage, welche Stimmen in der Geschichte noch nicht zu Wort gekommen sind und was man der Information noch hinzufügen kann.²⁵ Dieser hohe reflexive Aufwand bei der Nachrichtenproduktion spricht für das Bestreben des neuen Senders, die Qualitätsführerschaft im Nachrichtengeschäft zu erreichen. Dafür galt es, auf globaler Ebene weiter an Al Jazeeras Glaubwürdigkeit zu arbeiten²⁶, um auch das Vertrauen der nicht-arabischen Zuschauer in der westlichen Welt zu gewinnen. Eine englischsprachige Version des Fernsehsenders hat den internationalen Markteintritt erheblich erleichtert und die Durchdringung des globalen Nachrichtengeschäfts gefördert. Al Jazeera war nun direkt mit den Marktführern BBC und CNN vergleichbar und avancierte zu einem immer stärkeren Wettbewerber.

²³ Vgl. Hutzschenreuter 2008: 365ff.

²⁴ Vgl. *Al Jazeera Facts and Figures*, <http://english.aljazeera.net/aboutus/2010/11/20101110131438787482.html>, Zugriff: 12.06.2011, und vgl. Al-Mikhlafy 2006: 80.

²⁵ Vgl. ebenda.

²⁶ Ebenda.

Mit dem Beginn der Arbeit von Al Jazeera English beteiligte sich der Sender fortan an der mitunter dramatischen Entwicklung der internationalen (Medien-)Wirtschaft zu einem globalen, dynamischen und konkurrenzstarken Marktplatz.²⁷ Wenn auch vom Emir von Katar intendiert, so ist diese Expansion der logisch nächste Schritt zum Ausbau des Medienunternehmens und seiner internationalen Vorreiterposition.

„Al Jazeera English is a network of firsts: the first global, high-definition television network, the first to split its airtime between four separate broadcast centers, and the first to stream all of its content live on the Internet, 24/7. [...] originally Al Jazeera English wanted to do to overcome any distribution problems, but now that the network is distributed to nearly 100 million homes, we're doing it because it allows us to reach an even broader, and younger, audience [...]”²⁸

Al Jazeeras Motive zur eigenen Globalisierung unterscheiden sich nicht maßgeblich von denen anderer Medienunternehmen: Die Verbindung des Fernsehsenders mit dem Internet verspricht für den Sender aus Katar ebenso Größen- und Verbundeffekte wie für BBC oder CNN. Die Betonung liegt bei Al Jazeera English allerdings gleichermaßen auf der Ausweitung seines Themenspektrums bezüglich neuer Lokalitäten einerseits und seines Publikums andererseits, d.h. qualitativ wie quantitativ soll Al Jazeera English zum Unternehmenswachstum beitragen. Der englischsprachige Sender verfolgt trotz lokaler Anbindung zur arabischen Welt eine Globalisierungsstrategie par excellence, denn mittlerweile gehört jeder Zuschauer zu seiner Zielgruppe, der Englisch versteht.²⁹ Heute wird Al Jazeera in über 220 Millionen Haushalten bzw. über 100 Ländern auf sechs Kontinenten übertragen³⁰ – und das sind nur die Zahlen der Fernsehübertragung. Mit der zeitgleichen Ausstrahlung der Programme auf der eigenen Website erreicht Al Jazeera ein weltweites, wachsendes Publikum. Somit stieg der globale Nutzen der Nachrichten aus Katar, mit steigenden Zuschauerzahlen fielen die Kosten für deren Produktion immer weniger ins Gewicht, das Unternehmen profitierte folglich von den Netzwerkeffekten.³¹

Das regionale Phänomen ist schon 2003 zu einem internationalen geworden, seit der Gründung von Al Jazeera English im Jahr 2006 mausert sich das Medienunternehmen jedoch zu einem *global player* im Nachrichtengeschäft. Der Ausbau des Konzerns war damit noch nicht abgeschlossen: Heute verfügt das Al Jazeera Netzwerk neben dem arabischen Originalsender und Al Jazeera English z.B. über einen separaten Sportkanal, einem reinen Dokumentarsender, einem Live-Channel (Al Jazeera Mubasher) sowie wissenschaftlichen Zentren zur Medi-

²⁷ Vgl. Albarran 1998: 331.

²⁸ Rushing 2007: 205.

²⁹ Vgl. Rushing 2007: 205.

³⁰ Vgl. *Al Jazeera Corporate Profile*: <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>, Zugriff: 12.06.2011.

³¹ In Anlehnung an Beck 2002: 7, 56.

enforschung und –entwicklung und mobilen Angeboten.³² Angesichts dieses konstanten Ausbaus des Informationsangebots empfiehlt es sich an dieser Stelle, einen kurzen Blick auf das Produkt Information und die damit verbundenen Besonderheiten in der Erstellung von Nachrichten herauszuarbeiten.

1.2 Das öffentliche Gut Information

Al Jazeeras Aufgaben als Medienunternehmen sind schnell festgelegt: Beschaffung, Selektion, Aufbereitung und Bündelung sowie Verbreitung von Informationen.³³ Die Herstellung der medialen Produkte und Dienstleistungen rund um dieses öffentliche Gut ist alles andere als unproblematisch. Informationen sind ökonomisch schwer greifbar, da sie immateriell und durch die mediale Verarbeitung beliebig reproduzierbar sind. Man muss aber hinzufügen, dass die auf Grundlage von Informationen entstehenden Medienprodukte, nämlich Nachrichten, der Definition öffentlicher Güter nicht entsprechen. Informationen werden nur selten unmittelbar konsumiert, sie kommen in aufbereiteter Form von medial eingebetteten Nachrichten ins Haus. Alle damit verbundenen Leistungen geben Medienunternehmen wie Al Jazeera ihre Existenzberechtigung. Die allgemein anerkannte Informationsfunktion der Medienmärkte³⁴ ist daher mit spezifischen Anforderungen an Al Jazeera gebunden, die auf Eigenschaften des Gutes Information zurückgehen und erfüllt werden müssen, um auf lange Sicht den Erfolg der Produkte zu sichern. *Erstens*, um die Nicht-Rivalität im Konsum sowie die Nicht-Ausschließbarkeit vom Konsum zu gewährleisten, muss Al Jazeera seinen Rezipienten genügend universell zugängliche Informationskanäle zur Verfügung stellen, die das wachsende globale Massenpublikum zeitgleich bedienen kann. Selbstverständlich stellt dies im Zeitalter von Satellitenfernsehen und Internet kein Problem mehr dar, die globale Reichweite sichern zahlreiche Satellitenfrequenzen und der Live-Stream über aljazeera.net. *Zweitens* muss Al Jazeera als professioneller Nachrichtensender die Prämissen der Aktualität und Exklusivität täglich erfüllen, seine Korrespondenten vor Ort sichern dem News-Network lokale Zugänge zu Ereignissen und sind aufgefordert, Informationen als Erste in Erfahrung zu bringen.³⁵ *Drittens*, und das ist die höchste Anforderung, muss der Sender Glaubwürdigkeit ausstrahlen. Aufgrund fehlender Kontrollmöglichkeiten von Seiten der Konsumenten sind Nachrichten hochgradige Vertrauensgüter, deren Qualität von öffentlichem Interesse ist, aber lediglich von wenigen bestimmt wird. Die Qualitätskontrolle muss also vom Medienunternehmen ausgehen,

³² Vgl. *Al Jazeera Facts and Figures*:

<http://english.aljazeera.net/aboutus/2010/11/20101110131438787482.html>, Zugriff: 12.06.2011.

³³ Vgl. Beck 2002: 2.

³⁴ Vgl. Beck 2002: 53.

³⁵ Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 83.

wenn Rezipienten langfristig gebunden werden sollen. Al Jazeera hat, wie bereits erwähnt, eine „Mission“, welche es im eigenen Ethik-Kodex ausführt: Als globales Medienservice-Unternehmen arbeitet Al Jazeera nach den journalistischen Werten der unabhängigen, ehrlichen und ausgewogenen Berichterstattung und schickt sich an, die unterschiedlichen Gesellschaften der Welt vorurteilsfrei zu repräsentieren.³⁶ Das News-Network verlangt sich selbst ab, der Wahrheit so nahe wie möglich zu kommen, indem es sich einem Thema von mehreren Seiten nähert. Dieser eigene Anspruch ist nicht nur in der Unternehmensethik festgeschrieben, sondern schlägt sich aktiv im TV-Programm nieder, wo häufig Fragen auftauchen wie „What did *really* happen?“ oder „What is the *true* story?“ oder Sendungen mit Aussagen wie „Discover the *whole* story“ angekündigt werden.³⁷ Erfüllt Al Jazeera die eigenen Ansprüche nicht, würden die Zuschauer das Vertrauen in seine Nachrichten verlieren und sich ihre Informationen bei anderen Sendern einholen. Al Jazeeras Glaubwürdigkeit beruht auf den eingehaltenen Versprechen des Unternehmens und der dadurch erworbenen Reputation.³⁸

Nichtsdestotrotz stand Al Jazeera oft genug unter dem Verdacht der Manipulation von Informationen und wurde des Missbrauchs von Quellen oder der parteiischen Berichterstattung bezichtigt. Kritik durfte sich der Sender sowohl von den Vereinigten Staaten als auch von den arabischen Staaten gefallen lassen. Von den USA aufgrund der Ausstrahlung von Videobotschaften Osama bin Ladens als „Al-Qaeda-TV“³⁹ bezeichnet, produziert Al Jazeera nicht gerade jene Amerika-zentrierte Nachrichten und zeichnet sich durch die kritische Betrachtung der US-Einsätze im Nahen Osten aus. Auf der anderen Seite genießt der Sender auch bei den Regierungen von Ägypten, Libyen oder Syrien kein hohes Ansehen. Den Vorwurf der „Meinungsmache“⁴⁰ können Al Jazeeras Zuschauer hingegen nicht bestätigen. Unter seinen Rezipienten herrscht die Auffassung, dass das News-Network objektiver als BBC, CNN und andere arabische oder nichtarabische Nachrichtensender berichtet. Ein Beispiel aus Deutschland: In einem *News-Special* zu Osama bin Ladens Ableben auf NTV⁴¹ war folgende Reihenfolge zu beobachten: Als Erstes wurden die populären Bilder eingeblendet, auf denen sich US-Präsident Barack Obama und die US-Officials angeblich das Video vom Einsatz in Pakistan ansehen. Darauf wurden kurz Bilder von Schauplatz der Auseinandersetzung gezeigt, als Quelle wird ABC angegeben, und es folgt die Stellungnahme Obamas in der US-Botschaft.

³⁶ Vgl. *Al Jazeera Code of Ethics*: <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>, Zugriff: 12.06.2011.

³⁷ Programmorschau vom 04.06.2011 (siehe Sichtungsprotokoll), Hervorhebungen von mir.

³⁸ In Anlehnung an Beck 2002: 68.

³⁹ Vgl. Al-Mikhlafy 2006: 275, 279.

⁴⁰ Vgl. Beck 2002: 69.

⁴¹ Sendung am 03.05.2011, siehe Sichtungsprotokoll.

Als Nächstes wird der Verlauf der US-Operation in Pakistan computergrafisch rekonstruiert. Während der Sendung korrespondieren die Nachrichtensprecher in Köln mit einem Nahostexperten in Berlin und hinterfragen die Umstände und Konsequenzen von bin Ladens Tod. Was dem News-Special fehlt, ist die Nähe zum Geschehen vor Ort, die Präsenz am lokalen Schauplatz. Außerdem bezieht NTV viel Material von amerikanischen Quellen und man kann während der Sendung deutlich den Fokus auf dem US-Einsatz und den Motiven der US-Regierung erkennen, zumal bei dieser Gelegenheit noch einmal Bilder vom 11. September 2001 gezeigt werden. Vieles davon ist in Al Jazeeras *News Hour*⁴² nicht der Fall. Zwar handelt es sich hierbei nicht um eine Sondersendung, dennoch lassen sich wesentliche Unterschiede in der Berichterstattung erkennen: Anders als bei NTV öffnet der Beitrag mit einem kurzen Kommentar eines Pakistaners, der in der Nähe der Al-Qaeda-Verstecks wohnt. Als Nächstes folgt Obamas Stellungnahme in der US-Botschaft. Der Korrespondent in Pakistan hat das Schlusswort und schließt den Bericht. Während der *News Hour* kommen weitere ergänzende Berichte dazu, die weitere Korrespondenzen z.B. mit Kabul beinhalten und sich im Wesentlichen auf die Rolle Al-Qaedas bei Konflikten zwischen arabischen Staaten konzentrieren. Immer wieder werden lokale Reaktionen eingefangen, differenziert und in internationalen Kontext gestellt. Für den globalen Zusammenhang werden die pakistanischen Beziehungen zu Amerika herangezogen, jedoch nimmt die amerikanische Perspektive nicht Überhand. Es etabliert sich eher ein Wechselspiel aus lokalen Berichten und internationalen bzw. globalen Analysen. Al Jazeera English beweist hier einmal mehr die Qualitätsführerschaft bezüglich Informationen aus dem arabischen Raum und arbeitet an einer sachlichen Diskussion international relevanter Themen in Verbindung mit dem Hauptereignis. Im globalen Nachrichtengeschäft stellt dies ein maßgebliches Differenzierungsmerkmal dar.

Durch Al Jazeera hat sich der Wettbewerb der Nachrichtensender gesteigert, infolgedessen Zuschauer besser zwischen „Meinungsmache“ und Information zu unterscheiden wissen⁴³, weshalb sich immer mehr TV- und Internutzer weltweit an Al Jazeera Englisch wenden, wenn es um wichtige politische Ereignisse geht. Dieser Umstand sichert das Wohlwollen der globalen Zuschauer-Gemeinde, aber sicherlich nicht das einzelner Nationen und deren Regierungen. Das liegt u.a. an dem traditionellen Verständnis von Fernsehen als Volksmedium und meinungsbildende Institution:

„Medien wird von der Politik und der herrschenden Meinung stets eine gewisse Sonderrolle eingeräumt: Sie sind nicht nur Vermittler von Informationen (von nützlichen, staatstragenden oder von unwichtigen,

⁴² Sendung am 03.05.2011, siehe Sichtungsprotokoll.

⁴³ In Anlehnung an Beck 2002: 69.

vielleicht sogar gesellschaftszersetzenden), sondern ihnen wird auch eine Rolle als Erziehungsinstitution zugebilligt, weswegen ihnen ein *öffentlicher Auftrag* zukomme.⁴⁴

Dies erklärt nicht nur die ablehnende Haltung namhafter Despoten gegenüber dem Sender aus Katar, der sich nicht in deren Dienst stellt, sondern ist auch ein Indiz dafür, dass Al Jazeera maßgeblich am Ausbruch der Revolutionen im arabischen Raum beteiligt war. Die Tatsache, dass der Sender seinem transnationalen Publikum im Gegensatz zum Staatsfernsehen arabischer Nationen gewisse Informationen nicht vorenthält und sich bei deren Diskussion nicht zurückhält, hatte wahrscheinlich erheblichen Einfluss auf das Demokratieverständnis seiner Rezipienten. Insofern hat Al Jazeera seine meinungsbildende Funktion wahrgenommen, allerdings nicht zum Vorteil der bestehenden Regime. Dabei kommt es nicht auf die Nachricht allein an, vielmehr spielt deren Aufbereitung und Präsentation in ansprechenden Formaten eine entscheidende Rolle. Die Nachfrage von Nachrichten bezieht sich schließlich selten auf einzelne Informationen, sondern auf ganze Informationsbündel, die sich durch Umfang und ergänzende Berichte auszeichnen.⁴⁵ Genau hierin scheint die Stärke von Al Jazeera English zu bestehen, in der Art und Weise, wie Informationen kommuniziert werden. Da Nachrichten an sich nur eine geringe Haltbarkeitsdauer haben⁴⁶, entscheidet ihre spezifische Aufbereitung, ob für die Zuschauer, global wie lokal, ein Mehrwert geschaffen werden kann. Im Folgenden werden daher ausgewählte Formate von Al Jazeera English auf die ihnen eigene Behandlung von Informationen hin untersucht.

1.3 Die Differenzierungsstrategie: Hybridisierung von Produkten und Prozessen

1.3.1 inside story

Neben dem obligatorischen Nachrichtenformat *News Hour* setzt sich Al Jazeera Englishs Programm aus einer Reihe von Formaten mit zusätzlicher Berichterstattung und weiterführenden Diskussionen von Nachrichten zusammen. Diese zeichnen sich zumeist durch ihre Hybridität aus, oft sind sie nicht eindeutig einer TV-Gattung zuzuordnen. Diese Mischprodukte erfinden das Rad sicherlich nicht neu, dennoch nutzen sie die geläufigen journalistischen Praktiken auf innovative Weise und machen diese für die Zuschauer transparent. Ein Beispiel dafür ist *Inside Story*. Es handelt sich dabei um eine ca. 25-minütige politische Fern-Talk-Show, bei der jedes Mal drei Gäste an unterschiedlichen Lokalisationen nach Doha (Katar) geschaltet und zu einem bestimmten Thema interviewt werden. Charakteristisch für das TV-Design von *Inside*

⁴⁴ Beck 2002: 15, Hervorhebungen vom Autor.

⁴⁵ Vgl. Beck 2002: 15.

⁴⁶ Ebenda.

Story sind der rot-gestreifte Hintergrund, vor dem die Gäste eingeblendet werden, sowie der „Dark-Room“ mit zahlreichen Bildschirmen im Rücken des Moderators. Letzteres deutet die ständige Präsenz des Netzwerks und der globalen Bildwelten an. Die Gäste sind meist selbst Journalisten oder Wissenschaftler, die sich explizit mit dem jeweiligen Thema befassen und deren Aufenthaltsort themenrelevant ist. So wurden bspw. Anfang Juni für die Sendung zu Europas EHEC-Krise der Ernährungswissenschaftler Anthony Hilton aus Birmingham, Journalist Dennis Kefalacos von News Europe Newspaper in Brüssel und Alexander Marguier vom Cicero-Magazin in Berlin zugeschaltet.⁴⁷ Diese Auswahl hatte für das transnationale Thema lokale Bedeutung, insofern die Korrespondenz mit Berlin die Perspektive des vom EHEC-Virus betroffenen Deutschlands in die Diskussion einbrachte und der Wissenschaftler aus Birmingham über die Forschung nach der Ursache berichten konnte. Die Fernzuschaltung ist insofern eine Besonderheit von *Inside Story*, da die Gäste so mit dem lokalen Kontext verbunden bleiben und die unterschiedlichen Perspektiven ersichtlich sind.



Abb. 1:
Drei Gäste an unterschiedlichen Lokalisationen korrespondieren täglich dem aktuellen Moderator von *Inside Story*.

Inside Story hat außerdem keinen festen Moderator, mehrere Mitarbeiter von Al Jazeera English, die auch die *News Hour* moderieren, wechseln sich regelmäßig ab. Die Diskussionssendung ist also im Gegensatz zu den populären arabischen Formaten „Die entgegengesetzte Richtung“, „Ohne Grenzen“ oder „Mehr als eine Meinung“⁴⁸ nicht personengebunden. *Inside Story* hat keine Symbolfigur in Form eines festen Moderators, mit der die Sendung wirbt. Auf den ersten Blick entbehrt das Format dadurch ein Stück weit seinen Wiedererkennungswert. Bei genauerer Betrachtung haben die wechselnden Moderatoren und Gäste jedoch bemerkenswerte Vorteile: Die Diskussion rückt deutlich in den Vordergrund – keiner der Moderato-

⁴⁷ Sendung vom 03.06.2011: *Inside Story. Europe's E-Coli-Crisis*, siehe Sichtungsprotokoll und Abbildung.

⁴⁸ Vgl. Al Mikhlafoy 2006: 136ff.

ren kann dem Format dauerhaft seinen Stempel aufdrücken. Im Gegenteil: In ihren kritischen Fragestellungen zum Thema unterscheiden sich die einzelnen Journalisten nur unwesentlich voneinander. Für *Inside Story* scheinen sie mehr oder weniger Mittel zum Zweck zu sein, um mit den Gästen zu kommunizieren und der *Story* auf den Grund zu gehen. Auch die Fernübertragung der Gäste hat maßgebliche Auswirkungen auf den Verlauf der Sendung. Durch die räumliche Trennung aller Beteiligten zueinander kann die Aufheizung und Emotionalisierung der Diskussion, wie es bei Talk-Shows von Al Jazeera Arabic häufig der Fall ist⁴⁹, weitestgehend vermieden werden. Durch die Fernkorrespondenz hat auch keiner der Gäste Gelegenheit zur Selbstdarstellung, denn die Zwischenschaltung von Technik erfordert von allen Beteiligten hohe Konzentration auf die Fragen und Einwürfe des Moderators und unterbindet ganz automatisch gegenseitige Unterbrechungen. Das macht es dem Moderator leichter, die Diskussion zu steuern und alle Gäste gleichberechtigt zu Wort kommen zu lassen. Die technische Distanz sorgt daher für einen kontrollierten Ablauf der Sendung und verleiht dem Format die höchstmögliche Sachlichkeit.

Dieses klar strukturierte Format zeigt, dass sich Al Jazeera English kontinuierlich um Objektivität und Multiperspektivität bemüht, um das Vertrauen des hochgradig heterogenen globalen Publikums zu erlangen. Außerdem ist *Inside Story* der Beweis dafür, dass Al Jazeera seine Zuschauer als intelligente Rezipienten ansieht und nicht von einem passiven Sehverhalten ausgeht. Es verlangt auch vom Zuschauer einen hohen Grad an Aufmerksamkeit, um der Diskussion zu folgen. Das geläufige „Low-intensity-viewing“ beim Fernsehen⁵⁰ ist im Falle von *Inside Story* nicht möglich, wenn die Rezipienten den besprochenen Sachverhalt begreifen wollen. Zumal der Zuschauer zum Ende der Sendung aufgefordert wird, seine Meinung kundzutun: „We do welcome your comments – Mail us!“⁵¹ Al Jazeera English fordert bzw. fördert damit die höchste Form der Aufmerksamkeit, nämlich reflexive Wahrnehmung des Programms, die gedankliche Auseinandersetzung mit dem Thema.⁵² *Inside Story* ist dabei nicht das einzige Format.

⁴⁹ Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 138ff.

⁵⁰ Vgl. Bleicher 2002: 137.

⁵¹ Sendung vom 03.06.2011: *Inside Story. Europe's E-Coli-Crisis*, siehe Sichtungsprotokoll.

⁵² In Anlehnung an Bleicher 2002: 126.

Die fortlaufenden globalen Entwicklungen in Technologie, Wirtschaft und Politik stellen für Medienunternehmen von heute sowohl Chancen als auch Gefahren dar.⁵³ Das weiß auch Al Jazeera English und macht diese in der wöchentlichen Sendung *Listening Post* explizit zum Thema. Das Format mit Moderator Richard Gizbert beleuchtet mediale bzw. journalistische Praktiken und deren Schwierigkeiten in verschiedensten Ländern und Regionen. Dabei werden Ausschnitte aus den jeweiligen lokalen Medien eingeblendet und deren Berichterstattung zu einem bestimmten Thema rekapituliert. So kritisierte *The Listening Post* z.B. mit der Sendung „Smoke and mirrors: The bin Laden death story“ die amerikanischen Nachrichten auf ihre Informationen rund um Osama bin Ladens Tod, verfolgte noch einmal die rapide Verbreitung der Neuigkeit über Fernsehen und Social Media und analysierte bin Ladens Rolle als Medienperson. Das Format thematisiert explizit die Fehlbarkeit der Nachrichten: „Reality is often more complex than what is depicted in the news.“⁵⁴ An diesen Leerstellen operiert *The Listening Post*, indem es die lokale Nachrichtenabdeckung zu meist sehr sensiblen Themen hinterfragt. So geschehen in „Where was the media hunt for Ratko Mladic?“, die der Gleichgültigkeit serbischen Medien gegenüber dem flüchtigen jugoslawischen Kriegsverbrecher auf den Grund ging.⁵⁵ Dabei wurde aufgedeckt, wie stark in Serbien die Medien mit der Politik verzahnt sind und die Frage aufgeworfen, wie frei Journalisten in ihrer Arbeit sind. Desweiteren wurde der Skandal um Dominic Strauss-Kahn angesprochen, der jahrelang durch die strengen Privatsphäre-Gesetze in Frankreich vor den medialen Ermittlungen zu seinen „bedroom issues“ geschützt wurde, da diese nicht als „public interest“ angesehen wurden.⁵⁶ Al Jazeera English zeigt hier großes Interesse an internationalen Medienpraktiken, die trotz des globalen, freiheitlichen Journalismus nicht an lokalem Einfluss verlieren und die jeweilige Gesellschaft reflektieren. Auffällig bei *The Listening Post* ist die intra- und intermediale Materialnutzung. Dem Zuschauer wird Fernsehen im Fernsehen gezeigt, bei *The Listening Post* kreist das Medium TV um sich selbst. Aber auch Print- und Onlinemedien werden ausschnittsartig gezeigt, ein umfassendes Bild von der lokalen Berichterstattung zum jeweiligen Thema zu schaffen. *The Listening Post* arbeitet transmedial, jede Sendung entwirft Querschnitte regionaler bzw. nationaler Medien zum besseren Verständnis journalistischer Arbeit.

⁵³ Vgl. Albarran 1998: 338.

⁵⁴ Sendung vom 07.05.2011: *Listening Post*. *Smoke and mirrors: The bin Laden death story*, siehe Sichtungskoll.

⁵⁵ Sendung vom 04.06.2011, siehe Sichtungskoll.

⁵⁶ Ebenda.



Abb. 2 bis 4: Regionale Medien auf Al Jazeera English: The Listening Post setzt sich mit der Behandlung von Nachrichten im lokalen Kontext auseinander. Dabei verschafft es dem Zuschauer einen Überblick über ausländische Medien.

Bei *Listening Post* handelt es sich also um ein selbstreflexives Medienformat, das auch vor der Betrachtung des eigenen Senders nicht zurückschreckt. Mit „Al Jazeera and the Arab Awakening“ thematisierte *The Listening Post* „The Network at the heart of the power struggle“. ⁵⁷ Im Interview mit Al Jazeeras Generaldirektor Wadah Khanfar sprach Moderator Richard Gizbert über Al Jazeeras Rolle bei den arabischen Revolutionen. In dieser Sendung bekam man Al Jazeera auf Al Jazeera zu sehen, das News-Network präsentierte sich selbst in im sendereigenen Format. Thema waren dabei einmal mehr die eigenen journalistischen Prämissen: „We see ourselves as part of a community of journalists who would like to see the truth reported as it is.“ ⁵⁸ Die Selbstreflexivität und Selbstreferentialität der Sondersendung sollte freilich die Popularität des Medienunternehmens Al Jazeera bestätigen. Die Konzentration auf die eigene mediale Beschaffenheit diente weniger der Selbstkritik, sondern vielmehr der Selbstbestätigung, was wiederum eine Strategie zum Selbsterhalt des Fernsehens darstellt:

„In selbstreferentiellen Sendungen lenkt das Fernsehen die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf sich selbst als Medium. In Anlehnung an Niklas Luhmann lassen sich generell folgende Formen und Funktionen der Selbstreferentialität im Fernsehen ermitteln: Die Identitätssicherung als Sinnstiftung mit dem Ziel der Zuschaueranbindung [...], die Reproduktion [...], die Reduktion von Komplexität [...]“ ⁵⁹

Selbstbezug ist beim Fernsehen also keine Seltenheit. Allerdings ist der Verweis auf Al Jazeera nicht der Regelfall bei *The Listening Post*. Hauptsächlich nimmt das Format im hohen Maße Bezug auf die Welt da draußen, auf lokale Medienlandschaften und deren Medienanstalten.

⁵⁷ Sendung vom 28.05.2011, siehe Sichtungprotokoll.

⁵⁸ Ebenda.

⁵⁹ Bleicher 2002: 140.

Ob dies aber der Funktion der Musterung der Konkurrenz nach Luhmann entspricht⁶⁰, bleibt fragwürdig. Selten kann sagen, dass Al Jazeera English in direkter Konkurrenz zu den meist nationalen Medien steht, die *The Listening Post* untersucht. Es handelt sich bei der Betrachtung ausländischer Medien weniger um eine Musterung des Konkurrenzangebotes. *The Listening Post* stellt vielmehr Untersuchungen zu deren Verfahren der Informationsselektion und -aufbereitung weltweit an, wobei es auf nationale Besonderheiten der täglichen Medienpraxis hinweist. Zu Wort kommen außerdem Ortsansässige, sogenannte *Global Village Voices*, die in kurzen Einblendungen Kommentare zu den thematisierten Medien und der lokalen Gesellschaft abgeben.⁶¹ *The Listening Post* ist ein Format der Medienforschung, das die Bedingungen (politisch, wirtschaftlich, sozial, kulturell) beleuchtet, unter denen bestimmte Medienprodukte entstehen.

Zur Sprache kommt gelegentlich auch „the new and powerful nexus that now exists between social media and mainstream media“.⁶² Damit verbunden werden bei *The Listening Post* häufig die globale Neuorganisation von Nachrichten und die neuen Medientugenden wie Flexibilität und Dynamik analysiert – Entwicklungen, die sich in Al Jazeera Englishs innovativstem Format *The Stream* niederschlägt.



1.3.3

Spätestens seit dem Arabischen Frühling ist auch für die traditionellen Nachrichtensender klar: „Social Media are redefining the news“.⁶³ Die Omnipräsenz der sozialen Netzwerke Facebook, Twitter und Co., die Al Jazeera selbst aktiv nutzt, ist die Arbeitsgrundlage für *The Stream*. Die tägliche Sendung bezieht ihr Material ausschließlich aus dem Internet: Im Studio laufen auf einer großen Leinwand im Hintergrund die neusten Twitter-Nachrichten durch, Moderator Derrick Ashong sitzt an einem Schreibtisch mit zwei Computerbildschirmen und einem eigenen Laptop sowie weiteren kleinen Gadgets und die regelmäßig wiederkehrenden Gäste sitzen jeweils zu zweit und ebenfalls mit je einem Laptop auf dem Schoß auf der Couch vor der Twitter-Leinwand. Gemeinsam werden aktuelle, oft bereits in der *News Hour* angesprochene Themen anhand diverser Beiträge in den Social Media diskutiert – oft zusammen mit einem per Skype zugeschalteten Gast.

⁶⁰ Vgl. ebenda.

⁶¹ Diese mediale Praktik soll im dritten Teil dieser Arbeit noch einmal genauer beleuchtet werden.

⁶² Sendung vom 28.05.2011: Listening Post. *Al Jazeera and the Arab Awakening*, siehe Sichtungsprotokoll.

⁶³ Sendung vom 18.05.2011, siehe Sichtungsprotokoll.

Anonymous: Activists for transparency or cyber-terrorists?



Abb. 5:
Das Studio-Design von
The Stream.

May 19 2011

Das Fernsehen ist für ein so stark internetgebundenes Format wie *The Stream* mittlerweile ein viel zu kleiner Kommunikationskanal: Nur 15 Minuten der Sendung werden auf Al Jazeera English übertragen, die restlichen 30 Minuten sind auf aljazeera.net einzusehen und richten sich damit an ein weltweites Publikum. Von der Sekundarität des Fernsehens zeugt auch die Selbstbeschreibung des Programms als „Social Network Community with its own TV-Show“.⁶⁴ Dieser Definition geht das Format in der Handhabung seiner Themen explizit nach, indem z.B. der Moderator die Rezipienten konstant adressiert: „Remember that this program is all about community!“⁶⁵ Während der Sendung werden immer wieder Möglichkeiten für den Rezipienten eingeblendet, um sich an der Diskussion zu beteiligen, wie folgende Abbildungen zeigen:



Abb. 6 und 7: Während der Sendung können die Zuschauer fortlaufend Nachrichten und Kommentare an *The Stream* schicken.

Außerdem werden zwischendurch Videos von vermeintlichen Internetusern, die sich vorstellen und konstatieren: „I am *in The Stream*.“ Damit erinnert das Format jedes Mal an seinen

⁶⁴ Vgl. <http://stream.aljazeera.com/about>, Zugriff: 22.08.2011.

⁶⁵ Sendung vom 03.05.2011, siehe Sichtungsprotokoll.

Gemeinschaftscharakter und an besonders aktive Rezipienten, um andere Rezipienten zur Partizipation zu motivieren bzw. um für die Sendung zu werben. *The Stream* ruft vermeintlich passive Zuschauer dazu auf, die ihnen zur Verfügung stehenden Medien (inter-)aktiv zu nutzen, was für die Rezipienten einen erheblichen Mehrwert hat, insofern sie an der Produktion von Informationen partizipieren können. Die Sendung stellt keine fertig aufbereiteten Nachrichten zur Verfügung, sondern interessiert sich für die individuellen und internationalen Meinungen. „Keep us informed!“⁶⁶ lautet die tägliche Aufforderung, mit der sich *The Stream* dem geläufigen einseitigen Informationsfluss des Fernsehens (vgl. 2.2) widersetzt, an dem sich nicht nur professionelle Journalisten, Experten oder öffentliche Personen beteiligen sollen. Durch die unzähligen Kommunikationsmöglichkeiten, die das Internet bereitstellt, sind diese heutzutage auch längst nicht mehr die dominanten Informationsquellen:

„As search engines become increasingly sophisticated, multilingual and simpler to navigate, ‘social computing’ will be globalized with a myriad ‘citizen journalists’, net activists and bloggers trying to compete for attention to produce and distribute media content, creating what might be termed as a ‘global infotainment sphere’.“⁶⁷

Mit *The Stream* reagiert Al Jazeera English auf diesen globalen Trend und zieht seinen eigenen Nutzen aus der virtuellen Meinungsfreiheit. Dieses hybride Format nutzt explizit das im *World Wide Web* freiwillig bereitgestellte (Informations-)Material und setzt sich während der Sendung mit Online-Aktivisten in Verbindung. Die Sendung versteht es, vermeintlich lose Informationen und/oder Aussagen aufzubereiten und zu kanalisieren. Blogs, Videos oder Foren-Beiträge avancieren damit sicherlich nicht zu objektiven Informationen – allerdings kann dies auch nicht das Anliegen einer Sendung wie *The Stream* sein, in der subjektiven Aussagen so viel Aufmerksamkeit geschenkt wird. Vielmehr geht es um die Beobachtung und Anregung von Reaktionen und Diskussionen von Seiten der Bürger, die sich an der öffentlichen Debatte zu aktuellen gesellschaftlichen Themen beteiligen. Man könnte dies als ein fortlaufendes Projekt der Meinungsforschung und Meinungsbildung bezeichnen. *The Stream* hat somit gleich einen doppelten Nutzen: Es hält einerseits seinen eigenen Sender über die aktuelle Stimmung unter den Bürgern auf dem Laufenden und repräsentiert andererseits einen nicht unerheblichen Teil der Zuschauergemeinde Al Jazeeras.

The Stream ist ein Produkt jenes Phänomens der Wieder- bzw. Weiterverwertung von Medieninhalten über andere Medien. Halb Fernsehsendung, halb Onlineprogramm, bezieht es sich a) auf zuvor auf Al Jazeera English ausgestrahlte Beiträge, um die darauf erfolgten Reaktionen in den Social Media zu diskutieren, und b) auf Webinhalte in Form von Videos, Blogs, Twitter-Kommentaren o.Ä., um sie im Fernsehen zu zeigen. TV-Inhalte werden so im Internet

⁶⁶ Sendung vom 11.05.2011, siehe Sichtungsprotokoll.

⁶⁷ Thussu 2008: 161.

zur Diskussion gestellt und andersherum.⁶⁸ The Stream ist eine „double echo chamber“⁶⁹, in der Fernsehen und Internet im ständigen Zusammenspiel und gegenseitiger Bezugnahme zu Diskussionen anregt und einen interaktiven bürger-journalistischen Austausch hervorbringen.

1.4 Schlussfolgerungen für Al-Jazeeras Wertschöpfungskette und Geschäftsmodell

Die Einbindung des Publikums und die Erschließung neuer Quellen bleibt bei Al Jazeera English nicht allein *The Stream* vorbehalten. Für den gesamten Sender ist es heute nicht mehr ungewöhnlich, Material von Privatpersonen zu nutzen und Social Media in die Recherche mit einzubeziehen: Gerade in den letzten Monaten wurden desöfteren Amateur-Videos in die Nachrichten einbezogen, die Zeugen der arabischen Revolutionen dem Sender regelmäßig zukommen lassen. Dies ist für Al Jazeera natürlich kein Freibrief, in der Produktion von Nachrichten nachlässig zu werden. Dem eigenen journalistischen Kodex bleibt der Sender verpflichtet. Die Glaubwürdigkeit des neu verfügbaren, virtuellen Materials gilt es stets zu überprüfen, was bspw. in *The Listening Post* häufig thematisiert wird: „You have to stick to the standards and always, always check.“⁷⁰ Al Jazeera English spricht die Risiken im Umgang mit virtuellem Material oft genug an und differenziert bewusst zwischen Journalisten und Bloggern, Online-Medien und Nachrichtenagenturen. Dennoch profitiert Al Jazeera English deutlich von der fortschreitenden Medienkonvergenz, die das globale Nachrichtengeschäft durchdringt.⁷¹ Social Media, Blogs und Co. können Nachrichteninhalte initiieren, denn sie bieten weltweiten Zugang zu lokalen Themen und geben dem Sender wichtige Impulse, aus denen später valide Nachrichten entstehen können. Allerdings erfordert dies auch eine Anpassung der Organisation des Unternehmens, damit das Potenzial konvergenter Medien vollkommen ausgeschöpft werden kann. Ein News-Network verlangt auch nach einer netzwerkartigen Struktur, welche Al Jazeeras dominante Organisationform seit 2007 darstellt.⁷² Damit stellt sich besonders der global orientierte Sender Al Jazeera English immensen Herausforderungen in Sachen Koordination und Kontrolle⁷³, entfernt sich aber gleichzeitig vom institutionellen Verständnis von Unternehmen. Eine hierarchische Organisation ist der Bearbeitung von Informationen angesichts heutiger Datenmengen nicht mehr gewachsen⁷⁴, deshalb hat der Sender in neue Möglichkeiten in seiner Wertschöpfungskette gefunden.

⁶⁸ In Anlehnung an Thussu 2008: 160f.

⁶⁹ Thussu 2008: 160.

⁷⁰ Sendung vom 18.06.2011: Listening Post. *Online deception and the Arab Spring*, siehe Sichtungsprotokoll.

⁷¹ Vgl. Pavlik 2000: 6.

⁷² Vgl. Zayani, Saharaoui 2007: 52f.

⁷³ Ebenda.

⁷⁴ Vgl. Shirky. 2005: http://www.ted.com/talks/clay_shirky_on_institutions_versus_collaboration.html, Zugriff: 24.07.2011.

Im Bezug auf die Nachrichtenproduktion weiß Al Jazeera die netzwerkartige Organisation und Kommunikation zu nutzen, da die Mitarbeiter in alle Welt ausströmen und so lokale Informationen zusammentragen können. Von allen Nachrichtensendern pflegt Al Jazeera sein Korrespondentennetz am intensivsten. Das News-Network sichert sich somit einen erheblichen Teil eigener Quellen, die es in seiner Unabhängigkeit von anderen Nachrichtenagenturen fördern und ihm internationale Kooperationen mit anderen Sendern einbringen, die exklusives Al-Jazeera-Material beziehen.⁷⁵ Da die ausländischen Mitarbeiter über den gesamten Globus verteilt sind, erfolgt ihre Zusammenarbeit demnach zunehmend in einem „virtual newsroom“⁷⁶, Informationen und Vor-Ort-Berichte werden über diverse kompatible Medien hin- und hergeschickt – eine Praxis, die nicht exklusiv Al Jazeeras Mitarbeitern vorbehalten ist. Auch Privatpersonen haben einen gewissen Anteil an der Erstellung von Nachrichten. Al Jazeera hat sich dank technischer Innovationen wie Smartphones und Co. neue Quellen unter seinen Zuschauern erschlossen. Nicht selten werden private Aufnahmen von örtlichen Geschehnissen genutzt, um der Sicht der Zeitzeugen eine repräsentative Plattform zu geben. Desweiteren werden die Zuschauer oft genug aufgefordert, sich an den aktuellen Themendiskussionen zu beteiligen oder Anregungen an Al Jazeera zu schicken.



Abb. 8: Allein auf der Internetseite *aljazeera.net* werden zahlreiche Möglichkeiten zur Verfügung gestellt, um an der Arbeit des News-Networks teilzuhaben: Neuigkeiten per Mail, Twitter, Al Jazeera Mobile Services etc.

⁷⁵ Vgl. Al-Mikhlafoy 2006: 92ff.

⁷⁶ Pavlik 2000: 12.

Dass diese vermeintlichen Informationen erst geprüft und ausbereitet werden müssen, zählt sowohl zu den Risiken als auch zu den Chancen Al Jazeeras, innovative Nachrichten- und Diskussionsformate zu schaffen, die der internationalen Konkurrenz mitunter suspekt sind, sich aber beim globalen Publikum durchsetzen könnten. Die Einbindung des Publikums in das komplexe Nachrichten-Netzwerk und die damit verbundene Förderung von Zuschauerbeteiligung unterbindet nämlich beim Fernsehen typische Verhaltensweisen wie *zapping*, *grazing* oder *double-viewing*.⁷⁷ Die kommunikativen Nachrichtenformate verhindern das nur allzu leichte Abwandern von Rezipienten. Al Jazeera wirkt gewissermaßen entgegen dem Trend des ziellosen „Surfens“ und bindet die Rezipienten ganz automatisch an sich. Mit diesem Effekt der Kundenbindung lässt der Sender seine Zuschauer an den wechselhaft klassischen und innovativen Formen der Berichterstattung teilhaben, deren Wirkung sogar US-Außenministerin Hillary Clinton anerkannte: „Like it or hate it – it’s very effective. It’s real news.“⁷⁸ Offensichtlich haben wir es hier mit einer neuen Realität von Nachrichten zu tun, die deshalb so wirksam ist, weil sie effizient an Rezipienten weltweit verteilt werden und diese direkt beteiligt und sensibilisiert. Denn die journalistischen Praktiken des Senders umfassen „not just the news but the implications of it“⁷⁹ und schärfen den Blick der Zuschauer für lokale Besonderheiten und globale Zusammenhänge. Damit geht auch eine Professionalisierung des Amateurwesens einher⁸⁰, das sich regelmäßig an der Arbeit des News-Networks beteiligt und immer qualitativere Beiträge produziert, die das Marktpotenzial von Formaten wie *The Stream* ausmachen. Durch den Ausbau des Geflechts aus Journalisten und aktiven Rezipienten und die Demokratisierung des Nachrichtengeschäfts können voraussichtlich jegliche Informationsprobleme *innerhalb* des Netzwerks Al Jazeera selbst gelöst werden⁸¹ und Kommunikationskanäle multidirektional genutzt werden. Dies könnte bei Al Jazeera English bereits der Fall sein, insofern die Rezipienten Informationen über *Al Jazeera Mobile Services*, das Onlineneportal *aljazeera.net* mit Mailing-Optionen, Twitter, Facebook etc. sowohl Informationen *an* Al Jazeera senden, als auch *von* Al Jazeera beziehen. Produktion und Distribution können im Netzwerk über dieselben Wege organisiert werden, was die tägliche Arbeit so flexibel und dynamisch wie möglich macht. Al Jazeera praktiziert in diesem Sinne kein traditionelles Geschäftsmodell, das die Teile seiner Wertschöpfungskette als getrennte Einheiten begreift.

⁷⁷ Vgl. Wirtz 2011: 446.

⁷⁸ Hillary Clinton über Al Jazeera am 02.03.2011, In: Sendung vom 28.05.2011: Listening Post. *Al Jazeera and the Arab Awakening*, <http://english.aljazeera.net/programmes/listeningpost/2011/05/201152810739137279.html>.

⁷⁹ Sendung vom 03.05.2011: *The Stream*, siehe Sichtungsprotokolle.

⁸⁰ Vgl. Shirky 2005, http://www.ted.com/talks/clay_shirky_on_institutions_versus_collaboration.html, Zugriff: 24.07.2011.

⁸¹ In Anlehnung an Shirky. 2005, http://www.ted.com/talks/clay_shirky_on_institutions_versus_collaboration.html, Zugriff: 24.07.2011.

Auch ist die Wertschöpfung im Falle des News-Networks nicht als monodirektionaler Prozess zu betrachten, da bei Al Jazeera English Rückkopplungen und Austausch mit den Rezipienten an der Tagesordnung sind. Im Hinblick auf Initiierung und Beschaffung von Inhalten können aktive Mediennutzer bei der Produktion von Nachrichten mitwirken und Formate wie *The Stream* zeigen bereits, dass auch die Aufbereitung und Bündelung von Inhalten in Zusammenarbeit mit Nicht-Journalisten möglich ist. Außerdem kann die Distribution der von Al Jazeera aufbereiteten Informationen über die eigenen Absatzmärkte hinausgehen, insofern die Produkte von den Rezipienten über Social Media weiterkommuniziert werden.⁸² Desweiteren finden sich bei der letztendlichen Nutzung der Inhalte nicht unwesentliche Anschlussmöglichkeiten für die Zuschauer, mit dem Sender in Verbindung zu treten, sei es über eine Mail an Inside Story, Kommentare via Twitter oder eingesandte Videobotschaften via Skype. Diese können wiederum bei der Initiierung und Beschaffung von Material für Al Jazeera sehr nützlich sein. Vielmehr handelt es sich bei der Wertschöpfungskette ebenfalls um ein Netzwerk aus professionellen und privaten Akteuren, Ressourcen und Kanälen, das eine multidirektionale und globale Nutzung ermöglicht.

Durch ebendiese Ausrichtung des Unternehmens ist Al Jazeera im Stande, lokal gebundene Ereignisse und Rezipienten zu erfassen und in das Netzwerk zu integrieren: Lokale Beiträge werden mittels moderner Technik nahezu in Echtzeit in die Nachrichten aufgenommen, welche im Massenmedium globale Aufmerksamkeit gewinnen. Über die verschiedenen Distributionskanäle (Live-Stream, *Al Jazeera Mobile Services*, Twitter usw.) erhalten diese Neuigkeiten dann wiederum Einzug in unterschiedlichste lokale Nachrichtenmärkte auf der ganzen Welt. Als konstant wachsendes Unternehmen und mit zunehmender technischer Konvergenz hat sich Al Jazeera als Medienkonzern etabliert, der mittlerweile weit über einen simplen TV-Sender hinausgeht. Tatsächlich geht das Primärmedium Fernsehen in der Komplexität des News-Networks zusehends unter. Die medienkonvergenten Praktiken Al Jazeeras scheinen ausschließlich das Internet zu favorisieren, sodass zu vermuten ist, dass das Fernsehen seine Führungsrolle im täglichen Nachrichtengeschäft abgeben muss.⁸³ Welche Rolle also spielt das Fernsehen für das globale News-Network Al Jazeera? Wie verhalten sich Fernsehen und Internet zueinander, wie können sie lokal und global genutzt werden? Im folgenden Teil sollen daher das *Medium* Al Jazeera bzw. die *Medien* Al Jazeeras auf ihre Potenziale und Interdependenzen untersucht werden.

⁸² Weiterführend könnte man sich fragen, inwiefern sich daraus profitable Absatzmodelle erschließen lassen.

⁸³ Vgl. Gläser 2008: 233.

2. Al-Jazeera als Medium

2.1 (Keine) Ablösung vom Primärmedium Fernsehen?

Das Fernsehen spielt eine Schlüsselrolle in der klassischen Medienlandschaft⁸⁴, da es auf lokaler Ebene die Hauptinformationsquelle für eine Nation darstellt. Allerdings wird diese „Landschaft“, wie später noch ausgeführt werden soll, fortwährend geographischen Parametern entzogen. Das Internet, in öffentlicher wie privater Nutzung, setzt sich über jeden territorial abgesteckten Wirkungsbereich des Fernsehens hinweg.

Das Al-Jazeera-Netzwerk geht über das traditionelle Verständnis von Nachrichtensendern und von Fernsehen allgemein hinaus. Nicht nur seine Formate sind Hybride, seine gesamte Struktur ist keinem der geläufigen Massenmedien eindeutig zuzuordnen. Die Produktpalette Al Jazeera Englishs besteht aus einer Vielfalt an Konvergenzprodukten, die über Fernsehen *und* Internet verbreitet werden. Ökonomisch wäre es daher nicht sinnvoll für den Sender, das Fernsehen als Distributionskanal aufzugeben: Noch immer stellt Fernsehen ein Leitmedium mit hohem Marktpotenzial dar, besonders im arabischen Raum ist es nach wie vor die primäre Informationsquelle.⁸⁵ Bevor in den Social Media heikle Debatten über die eigenen Regime ausgefochten wurden, bedurfte es erst einmal einer gründlichen Informationsbasis, die Al Jazeera als Fernsehsender bereitstellen konnte. Oder anders gesagt: Bevor es zu einer reflexiven Auseinandersetzung mit der nationalen Politik im World Wide Web kommen konnte, stand das Medium Fernsehen vor der Aufgabe, Al Jazeeras Nachrichten langfristige Aufmerksamkeit zu sichern.⁸⁶ Der Weg zum News-Network führte auch bei Al Jazeera über das traditionelle Massenmedium TV. Dass sich der Sender mittlerweile als globaler Medienservice begreift⁸⁷, liegt sicherlich an den neuen Plattformen und Distributionskanälen, mit denen das Unternehmen Al Jazeera eine weltweite Nutzerschaft erreichen kann. Nichtsdestotrotz bleibt das Fernsehen das lokale Herzstück des News-Networks, was für die Fokussierung von Produktion und Rezeption nicht irrelevant ist:

„Die Einbindung des Fernsehens in den Kontext anderer Massenmedien ermöglicht dem Zuschauer in erster Linie die Verankerung von Programmangeboten innerhalb übergreifender Orientierungs- und Informationshandlungen.“⁸⁸

Das Internet steht für Al Jazeera English eben nicht in Konkurrenz zum Fernsehen. Vielmehr haben wir es hier mit einer Symbiose zu tun: Der Fernsehsender Al Jazeera English braucht die globale Vernetzung, um zu expandieren und einen weltweiten Stellenwert auf verschie-

⁸⁴ Vgl. Gläser 2008: 230.

⁸⁵ Vgl. Gläser 2008: 230, Al-Mikhlaify 2006: 111.

⁸⁶ In Anlehnung an Bleicher 2002: 126.

⁸⁷ Vgl. *Al Jazeera Code of Ethics*, <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>, Zugriff: 12.06.2011.

⁸⁸ Bleicher 2002: 130.

densten lokalen Märkten einzunehmen. Die Internetseite aljazeera.net lebt vom televisuellen Sendematerial, sonst fehlten ihr wesentliche Inhalte. Das News-Network löst sich einerseits von seinem Primärmedium, da es das Fernsehen konsequent in seine virtuelle Plattform einspeist und ihm inhaltliche wie organisationale Mehrwerte hinzufügt, die erst das Internet ermöglicht hat. Andererseits bedeutet dies nicht das Ende der Fernsehausstrahlung Al Jazeeras oder dessen televisueller Praktiken der Berichterstattung – diese bleiben durch Mitwirkung des Internets nicht nur erhalten sondern verbreiten sich zunehmend unter den Nutzern beider Medien weltweit. Im News-Network Al Jazeera kann man also nicht mehr auf sein Primärmedium Fernsehen reduzieren, dafür ist die Hybridisierung seiner Produkte (z.B. *The Stream*) und Wertschöpfungsprozesse zu weit fortgeschritten. Auf das Fernsehen lässt sich in einem Nachrichtennetzwerk wie Al Jazeera dennoch nicht verzichten, weil es die Formate und Rahmenbedingungen zur Verfügung stellt, die Journalisten zur Aufbereitung und Präsentation von Informationen brauchen. Ebenfalls ist das Satellitenfernsehen die Distributionsgrundlage für Al Jazeera, um an verschiedenen Lokalitäten als stabiler Informationskanal Fuß zu fassen. Das Internet hingegen dient Al Jazeera English hauptsächlich als Mittel zum Zweck der Konvergenz, der Ermöglichung der bereits beschriebenen hybriden Wertschöpfungsprozesse, insofern es die TV-Nachrichten mitorganisiert und weitervermittelt: Quasi als *Medienmittler*, da es imstande ist, (Massen-)Medien zusammenzubringen und die Potenziale des Fernsehens, auszubauen und zu verstricken.

2.2 Partizipation beim Fernsehen

Doch was sind diese Potenziale des Fernsehens, die offensichtlich das Internet brauchten, um sich vollständig auf globaler Ebene zu entwickeln? Schon sehr früh wurde das Fernsehen für den Rezipienten zum „Fenster zum Blicken auf die Welt“, das neue Kategorien der Wahrnehmung etabliert.⁸⁹ Doch erst nach über 50 Jahren seines Bestehens haben sich seine inhärenten medialen Eigenschaften durch den *Medienmittler* Internet entfaltet. Dabei hatte bereits Marshall McLuhan in seinem einschlägigen Werk *Understanding Media* dem Fernsehen die Schlüsselrolle in der Überwindung der Gutenberg-Galaxis zugesprochen. Im Gegensatz zu den Printmedien sei dieses neue Massemedium ein kaltes, da es nicht nur einen, sondern mehrere Sinne stimuliert und hohe Partizipation vom Rezipienten erfordert.⁹⁰ Ein heißes Medium reizt demnach nur einen Sinn besonders, übermittelt dadurch eine vergleichsweise hohe Informationsmenge und erfordert wenig reflexive Mitarbeit. Dadurch können Medien wie z.B. das Radio eine starke Emotionalisierung bewirken. Das Fernsehen hingegen, so McLuhan,

⁸⁹ Flusser 1974: 111, 113.

⁹⁰ Vgl. McLuhan 1994: 23.

involviert den Zuschauer tiefenwirksam und begünstigt die qualitative Informationsaufnahme.⁹¹ Sicherlich können die heutigen Medien nur noch selten in heiß und kalt unterschieden werden, was nicht zuletzt an der fortschreitenden Konvergenz und Hybridisierung liegt. Dennoch sind McLuhans Betrachtungen für eine Analyse Al Jazeeras mehr als nützlich. *Erstens*, weil sie für dessen Arbeit als Nachrichtensender durchaus zutreffend sind. Im Bezug auf informative TV-Formate ist nämlich die Zuschauer-Partizipation unerlässlich für die Aufnahme der Nachrichten und Sinnzusammenhänge: „TV will not work as background. It engages you. You have to be *with it*.“⁹² Im Gegensatz zu Unterhaltungssendungen empfiehlt es sich bei Al Jazeera nicht gerade, den Fernseher im Hintergrund laufen zu lassen, da die regelmäßigen Nachrichten an sich sowie die anspruchsvollen bis partizipativen Formate erhöhte Aufmerksamkeit bis reflexive Auseinandersetzung vom Rezipienten verlangen. Fernsehen provoziert weniger hysterische Resonanz als viel mehr ein Sensibilisierung seines Publikums⁹³, im Falle von Al Jazeera für politische und gesellschaftliche Angelegenheiten in der arabischen Welt. Seit jeher ist Fernsehen ein Close-Up-Medium, insofern es Sachverhalte im Detail betrachten kann und verdichtete Informationen bereitstellt, die der Zuschauer selbst zusammensetzen muss und aus denen er eigenständig Bedeutungen erzeugen kann.⁹⁴

Zweitens helfen McLuhans Unterscheidungsmerkmale, um die Ambivalenz von heiß und kalt schon beim *Sender* Al Jazeera nachzuvollziehen. Da es sich beim Fernsehen um ein multisensorisches und kollektives Medium handelt, begünstigt es gleichzeitig verschiedenen Rezeptionsweisen und Denksysteme und hat dennoch eine vereinheitlichende Wirkung auf sein Publikum.⁹⁵ Alle Zuschauer erhalten dieselben Informationsbündel und befinden sich in einer einheitlichen Rezeptionsposition: Das Fernsehen ist ein Frontalmedium, das der Tendenz nach mit kohärenten, geschlossenen Erzählungen ein transparentes Fenster zur Welt darstellt⁹⁶, dass globale und vor allem reaktionsheischende Bildwelten in das heimische Wohnzimmer einströmen lässt:

„Television news has a strong performative component, as it draws from the conventions of the world of the moving image, which can evoke strong emotions and feelings, sometimes false, often fleeting. [...] This makes the problems of television news phenomenological. The image it projects does not necessarily conform with social reality.“⁹⁷

Der performative Aspekt des Fernsehens macht die Partizipation von Seiten der Zuschauer umso erforderlicher, denn das einfache Einwirkenlassen könnte die Wahrnehmung der globa-

⁹¹ Vgl. McLuhan 1994: 309ff.

⁹² McLuhan 1994: 312.

⁹³ Vgl. McLuhan 1994: 315.

⁹⁴ Vgl. McLuhan 1994: 318f. und Fiske 1989: 235.

⁹⁵ In Anlehnung an Bolter 2008: 291.

⁹⁶ Vgl. Bolter 2008: 301.

⁹⁷ Thussu 2008: 178.

len Bilderwelten erheblich verzerren. Das macht die Manipulation bzw. Gleichschaltung von Nachrichten von staatlicher Seite umso attraktiver, was die zahlreichen regierungseigenen TV-Sender im arabischen Raum erklärt. Das Fernsehen kann demnach sehr wohl eine heiße Wirkung haben, gerade an Lokalitäten, die noch nicht so lange mit diesem Medium vertraut sind.⁹⁸ Al Jazeera widersetzt sich zwar seit seiner Gründung diesem Trend und gerade sein internationaler Sender setzt mehr auf kühle Formate wie *Inside Story* denn auf emotionalisierende, dennoch ändern die TV-Inhalte allein wenig an der geläufigen Rezeptionsweise des Mediums.⁹⁹ Gemäß der allgemein bekannten McLuhan'schen Aussage „The medium is the message“ sind nicht die Inhalte entscheidend, sondern das Medium selbst bestimmt die Wahrnehmung und damit die Botschaft. Die liegt allerdings, so argumentiert Vilém Flusser, weniger am Wesen des Fernsehens, sondern ist vielmehr und umso gravierender eine Auswirkung der gesellschaftlichen Nutzung dieses Mediums. Die Organisation im Rundfunksystem strukturiert das Fernsehen als amphitheatralisches Medium: Mit dem zentralen TV-Sender in der Mitte, werden die vorgefertigten Inhalte an eine anonyme Masse ausgestrahlt, welche die Diskurse passiv empfangen.¹⁰⁰ Die Rollen sind klar verteilt: Eine lokale TV-Station sendet gebündelte Informationen an möglichst viele Empfänger. Anders als bei einer dialogischen Nutzung werden im traditionellen Rundfunk monodirektional Diskurse ausgesandt, die im Prinzip niemand Bestimmten adressieren:

„Bei den amphitheatralischen Medien [...] scheint der Sender von der Existenz des Empfängers keine Notiz zu nehmen: er ist für ihn nicht ein Kommunikationspartner, sondern ein zu fütterndes Gedächtnis, eine Sache. Der Empfänger seinerseits ist in einander kreuzende amphitheatralische Medien getaucht und empfängt von allen Seiten Botschaften, die zu ihm dringen, oft ohne, daß er sich dahinter einen Sender vorstellt.“¹⁰¹

Ebenso wenig fördern die Massenmedien die Wahrnehmung der Empfänger untereinander. Alle blicken auf dieselben Bilder, erhalten dieselben Informationen und haben an demselben Blick auf die Welt teil und dennoch bleiben sie, so schreibt Flusser, füreinander blind.¹⁰² Die auf sie einprasselnde Bilderflut, an deren Herstellung sie nicht beteiligt sind, macht sie zu passiven und vereinsamten „Masseneremiten“.¹⁰³ Die aktuellen Bilder und Nachrichten dieser Welt werden ihnen ins Haus zum widerspruchslosen Konsum geliefert. Der Rezipient neigt dazu, sich mit den TV-Abbildern der Realität zufrieden zu geben – ohne reflexive Gegenleistung, schließlich lässt der Fernseher nicht mit sich reden. Als amphitheatralisches Medium verteilt er Diskurse an ein Massenpublikum, von dem keine Antworten bzw. Reaktionen er-

⁹⁸ Vgl. McLuhan 1994: 27.

⁹⁹ Vgl. McLuhan 1994: 314.

¹⁰⁰ Vgl. Flusser 1996: 272, 281ff.

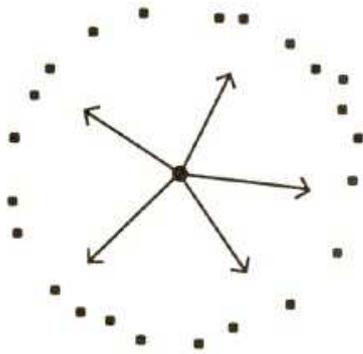
¹⁰¹ Flusser 1996: 283f.

¹⁰² Vgl. Flusser 1974: 71.

¹⁰³ Vgl. Anders 1956: 211.

wartet, geschweige denn gewünscht werden. Rundfunksender präsentieren globale Bildwelten, deren (viel komplexere) lokale Realität für die Zuschauer nicht unmittelbar erfahrbar ist, da sie sich am anderen Ende der Welt befinden. Infolgedessen hat der Rezipient tendenziell auch kein Bestreben, diese Realitäten zu hinterfragen, wenn sie kurz und knackig aufbereitet auf dem heimischen Bildschirm an ihm vorbeiziehen.

Amphitheaterdiskurse



*Abb. 9:*¹⁰⁴

Das Rundfunksystem ist laut Flusser nach diesem Schema organisiert. Die Nutzung des Fernsehens ist durch den einseitigen und adresslosen Informationsfluss und die Isolation der Empfänger voneinander erheblich beschränkt. Das Fernsehen verkommt so zu einem diskursiven Medium.

Das Fernsehen ist also zwar Fenster zur Beobachtung der ganzen Welt¹⁰⁵, aber es kann dabei die Türen verschließen, die uns den realen Zugang zur Welt ermöglichen. Dies ist ein gemeinsames Symptom, das eine ausschließlich diskursive Nutzung aller Massenmedien nach sich zieht. Solange das Fernsehen nach der Logik der „Verbündelung“¹⁰⁶ organisiert sind, können die von McLuhan unterstellten Potenziale der tiefengründigen Wahrnehmung und der aktiven Beteiligung der Rezipienten nicht verwirklicht werden. Das Fernsehen kann mehr, als es die diskursive, amphitheatrale Struktur des Rundfunk-Systems zulässt. Al Jazeera nimmt sich seit nunmehr 15 Jahren der Aufgabe an, die Beteiligung der Zuschauer am televisuellen System zu fördern und neue Nutzungsweisen für das Massenmedium zu implementieren. Diese Arbeit ist mit der globalen Durchdringung bestehender medialer Strukturen durch das Internet erheblich erleichtert worden. So öffnet das heutige News-Network seinen Rezipienten wieder diverse Zugänge zur Außenwelt, wenn auch virtuelle. Reversibel ist der Prozess der Zwischenschaltung von (Massen-)Medien zur Kommunikation längst nicht mehr. Die globale Wahrnehmung einzelner Lokalitäten wird immer weitestgehend von den Bildwelten des Fernsehens und des Internets abhängen und Informationen werden auch immer durch diese Medien bedeutet werden. Der Rezipient ist dadurch aber nicht gezwungen, diese gedankenlos hinzunehmen. Diskurse im Fernsehen können bzw. sollen nicht dogmatisch sein, denn meist sind sie nicht vollständig geschweige denn vollendet: „Das Fernsehen ist weder ein Do-it-yourself-

¹⁰⁴ Abbildung nach Paul 2001, <http://www.vordenker.de/internet/internet.htm>, Zugriff: 24.07.2011.

¹⁰⁵ Vgl. Flusser 1974: 112.

¹⁰⁶ Flusser 1974: 148.

Baukasten für Bedeutungen noch ist es ein Kasten voller ‚Fertigbedeutungen‘, die bloß zum Verkauf angeboten werden.“¹⁰⁷ In diesem Sinne nimmt Al Jazeera durch die Einspeisung des Fernsehens in das *World Wide Web* seine Rezipienten verstärkt in die Pflicht, TV-Inhalte bewusst wahrzunehmen, zu prüfen und an die Diskurse anzuschließen. Die Erzeugung von Bedeutungen wird u.a. bei *The Stream* wieder bewusst dem Zuschauer zuerkannt, welche im News-Network eigene Erfahrungen einbringen und weiterkommunizieren sollen.¹⁰⁸ So kann der Rezipient über das Al Jazeera Netzwerk nicht nur an globalen Diskursen *teilhaben* sondern an daraus induzierten globalen Dialogen *teilnehmen*, die lokalen Ereignisse auf der anderen Seite des Globus nicht nur *passiv* verfolgen, sondern auch *aktiv* diskutieren.

2.3 Vernetzung via Al-Jazeera

„Before Al Jazeera, there were no public affairs interviews, no talk shows, no free debate, no viewer participation, and hardly any live coverage. With its vivid debates, daring commentary, and multiple perspectives, Al Jazeera appears to be breaking new media ground by venturing into a realm of open discussion.“ (Mohammed El-Nawawy)¹⁰⁹

Mit der in den letzten Jahren erfolgten Ausbildung des News-Networks Al Jazeera English scheint Vilém Flussers Vision von einer Umschaltung des Fernsehens von Rundfunk- auf Netzsystem¹¹⁰ realisiert worden sein. Dazu hat das Fernsehen jedoch das Internet gebraucht, um seiner ursprünglichen Bestimmung als dialogisches Medium und Netzsystem gerecht zu werden.¹¹¹ McLuhans Beschreibungen zum Fernsehen, welches zu seiner Zeit das dominante Medium war, müssen relativiert werden, da sie aus heutiger Sicht vielmehr auf das Internet zutreffen bzw. das Internet sich jeglicher Einordnung zu heißen oder kalten Medien widersetzt. Es ist quasi alles: reich an Informationen, erfordert es kognitive Partizipation vom Nutzer und jegliche Intensitätsgrade in Verarbeitung und Präsentation von Informationen sind möglich. Dieser *Medienmittler* hat eine Art mentale Kraft, insofern es sich um die technologische Simulation des Bewusstseins auf die gesamte Welt handelt.¹¹² Kollektiv wie das Fernsehen bringt das *World Wide Web* den entscheidenden Mehrwert der Konnektivität. Das Denken kann im Netz jederzeit die Richtung ändern, es gibt keine monodirektionalen Informationsströme, denn hier ist jeder Sender *und* Empfänger. Genau das charakterisiert ein dialogisches Medium wie das News-Network Al Jazeera: Die Offenheit der Informationen, die Anschlussmöglichkeiten der Rezipienten. Letztere sind infolge der Internetanbindung des Fern-

¹⁰⁷ Fiske 1989: 237.

¹⁰⁸ In Anlehnung an Fiske 1989: 236, 251.

¹⁰⁹ Zitat aus Al-Mikhlafoy 2006: 60.

¹¹⁰ Vgl. Flusser 1974: 119f.

¹¹¹ Ebenda.

¹¹² Kerckhove 2008: 11.

sehenders nunmehr in der Lage, nicht nur mit dem Sender selbst, sondern auch miteinander zuzusprechen. Vilém Flusser erklärt die Bestimmung des Fernsehens als „Fenster zum Sprechen mit anderen“ anhand der (Wort-)Verwandtschaft von Television und Telefon, jenes Medium, das schon immer dialogisch genutzt wurde.¹¹³ Mit dem Unterschied, dass der Rezipient durch Television im Internet sich sogar mehreren gleichzeitig mitteilen kann. Als dies läuft natürlich auf eine neue Verantwortung der Zuschauer Al Jazeeras hinaus, die eben nicht mehr nur Zuschauer sind. Sie sind Ko-Produzenten valider Informationen und Bildwelten sowie von deren Bedeutungen, anstatt passives Publikum, das sich von der Bilderinflation globaler Nachrichten berieseln lässt:

„Diese am Horizont [...] auftauchenden neue Generation von Bildermachern und Bilderverbrauchern hat – auf ihrer Flucht nach vorn aus der Bilderflut – das Entsetzen der Verantwortungslosigkeit, Vermassung, Verblödung und Entfremdung tatsächlich überwunden. Sie ist dabei, eine neue Gesellschaftsstruktur und damit auch Realitätsstruktur zu schaffen.“¹¹⁴

Mit der virtuellen Mobilität von Bildern und Informationen ist die von Flusser gewünschte Umschaltung gelungen, denn im Netzschaltplan der neuen Medien fallen die Positionen von Sender und Empfänger zusammen. Al Jazeera hat sich mit der Logik der Vernetzung außerdem von den Eigenheiten des Fernsehens gelöst, das oft nur eine Interpretation, ein „richtiges“ Verständnis der Realität vorschlägt und auch nur eine Zuschauerposition zulässt.¹¹⁵ Somit schlägt der Sender seinen Nutzern vor, eigene Lesarten zu entwickeln und mitzuteilen, mit dem Ziel: „We want to keep the conversation going.“¹¹⁶ Als News-Network vermittelt Al Jazeera den Zugang zu einer Vielfalt von Bildern und Informationen, die die vielseitigen Positionen aktiver Nutzer erzeugen. Der so organisierte Dialog zwischen Al Jazeera und seinen Rezipienten sowie der Rezipienten untereinander trägt der komplexen Realität Rechnung, die der Nachrichtensender allein nicht vollständig repräsentieren kann, sondern nur im Austausch mit den an der Realität beteiligten Subjekten erarbeiten kann.

Al Jazeeras Zuschauer sollen also keine „Masseneremiten“ mehr sein. Sie können Teil einer Nutzergemeinde werden, die Bedeutungen der globalen Bildwelten kollektiv herstellt, und daraus individuell wertvolle Informationen schöpfen. In ihrer Beteiligung an der Nachrichtenerstellung, -verarbeitung und den nachgelagerten Diskussionen über verschiedenste neue Medien partizipieren die Rezipienten selbst an Al Jazeeras selbsterklärter Suche nach der Wahrheit. Die dialogische Nutzung des Fernsehens birgt damit hohes erkenntnistheoretisches

¹¹³ Vgl. Flusser 1974: 117.

¹¹⁴ Flusser 1974: 75.

¹¹⁵ Vgl. Bolter 2008: 298.

¹¹⁶ Sendung vom 11.05.2011: The Stream, siehe Sichtungprotokoll.

Potenzial¹¹⁷, insofern die Rezipienten zur Kritikfähigkeit befähigt werden. Sicherlich ist niemand gezwungen, am Al-Jazeera-Netzwerk teilzunehmen. Im Gegensatz zur diskursiven Nutzung von Medien wird die dialogische zwar von den Besitzern Al Jazeeras ermöglicht, kann aber nicht allein von diesen ausgeführt werden. Man kann nicht automatisch erwarten, dass sich alle Zuschauer dem interaktiven Austausch hingeben. Allerdings kann man davon ausgehen, dass genügend Rezipienten das News-Network eben genauso nutzen, denn die arabischen Revolutionen sind nicht urplötzlich ausgebrochen. Sie sind eher als ein Ergebnis der langfristigen Durchsetzung reflexiver Massenmedien-Nutzung, besonders über den Sender Al Jazeera, der seit seiner Gründung am Horizont des arabischen und des internationalen Publikums arbeitet, anstatt den durch die Regime beschränkten Horizont zu stabilisieren¹¹⁸, wie es diverse TV-Sender im arabischen Raum noch tun.

Wie bereits diskutiert, kann jedoch auch Al Jazeera der klassischen Fernsehausstrahlung und dem damit verbundenen Rundfunksystem nicht abschwören (vgl. 2.1). Es gibt mehr als rein wirtschaftliche Gründe, warum die globale Vernetzung von immer aktiver werdenden Rezipienten nicht automatisch die Aufgabe der monodirektionalen Ausstrahlung von Informationen und Bildern nach sich gezogen hat. Auch Vilém Flusser gibt zu, dass eine reine Vernetzung ohne gebündelte Informationen für die Masse heikel wäre: „Überall würden neue Informationen entstehen, allerdings auch ein neues Problem: Herrscht heute Mangel an Dialog, dann würde dort Mangel an Diskurs bestehen.“¹¹⁹ Auch in einem Nachrichten- bzw. Informationsnetzwerk sind grundlegende, allgemeingültige und objektive Diskurse notwendig, über die dann wiederum Dialoge entstehen. Die Erstellung von Diskursen ausschließlich den Rezipienten zu überlassen würde womöglich im Chaos enden, da keine professionelle Selektion und Aufbereitung von Nachrichten von zentraler Stelle mehr geleistet würde, sondern Informationen willkürlich und zusammenhanglos im Netzwerk verteilt würden, auf dass sich jeder einzelne erst einmal selbst die Nachricht zusammenbauen müsse. In einer reinen Netzstruktur wäre jeder ein Zentrum¹²⁰ und in der Verantwortung, Informationen aufzubereiten und zu verbreiten. Dies ist nicht nur von Seite der Nachrichtenproduzenten sondern auch von Seiten der Rezipienten unerwünscht, die schon zu sehr an die Bereitstellung von Informationsbündeln gewöhnt sind. Ganz zu schweigen von der Rolle des klassischen Journalismus, der Gefahr laufen würde, überflüssig zu werden, wenn die öffentliche Informationsfrage allein durch

¹¹⁷ In Anlehnung an Flusser 1974: 88.

¹¹⁸ In Anlehnung an Bolter 2008: 301.

¹¹⁹ Flusser 1974: 122.

¹²⁰ Vgl. Flusser 1996 : 288.

ein Netzwerk aus Amateuren gelöst würde. Die Vernetzung tendiert zum Chaos.¹²¹ Ohne die rein diskursive Organisation des Fernsehens zu verteidigen, tritt Al Jazeera daher noch immer als feste Medieninstitution auf, quasi als „Insel der Ordnung“ im Chaos des eigenen Netzwerks. Der Nachrichtensender ist als zentraler Vermittler notwendig, um Basisdiskurse für alle Rezipienten zu schaffen, aus denen sich die Netzdialoge anschließen.

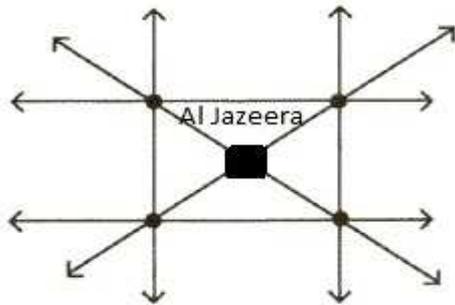


Abb. 10:¹²²

Darstellung von Netzdialogen (in Anlehnung an Vilém Flusser) mit Al Jazeera als Vermittlungsinsel

Daher muss der telematische Rundfunk auch bei Al Jazeera English erhalten bleiben. So sichert der Sender die Distribution von Diskursen an alle, auf deren Grundlage dann Dialoge und potenzielle, neue Diskurse unter verschiedenen Nutzergruppen entstehen können. In diesem Sinne erfüllt das Netzwerk Al Jazeera English sowohl die klassische Funktion des Fernsehens, nämlich die Herstellung von Transparenz, als auch die geforderte Reflexivität über neue Wege des Austauschs mit und zwischen den Rezipienten via Internet.¹²³ Es geht bei der Forderung bzw. Förderung von Dialogen hauptsächlich weder um die Reduktion von Diskursen noch um die Hybridisierung der Sender- und Empfängerrollen. Essentiell für den Dialog im News-Network ist das *Antworten* auf die vorgefertigten Diskurse, die nicht länger auf eine anonyme Empfängermasse einströmt, ohne Reaktionen hervorzurufen.¹²⁴ Daher rühren die ständigen Aufforderungen von *The Stream* an das Publikum, der Community beizutreten („Join The Stream“) und an den öffentlichen Debatten teilzunehmen. Derartige Formate auf Al Jazeera English folgen einem erweiterten Verständnis McLuhans: „If the medium is the message, then the user is the content.“¹²⁵ Anstatt die Frontalität klassischer Informationssendungen zu übernehmen, wird durch *The Stream* Interaktivität erzeugt. Die wechselseitigen Reaktionen der Nutzer sind die existenzielle Bedingung für die Arbeit als dialogisches Medium. Insofern muss das News-Network Al Jazeera bestrebt sein, Kommunikation zu generieren – Kommunikation von vielen mit vielen.

¹²¹ Vgl. Shirky 2005, http://www.ted.com/talks/clay_shirky_on_institutions_versus_collaboration.html, Zugriff: 24.07.2011.

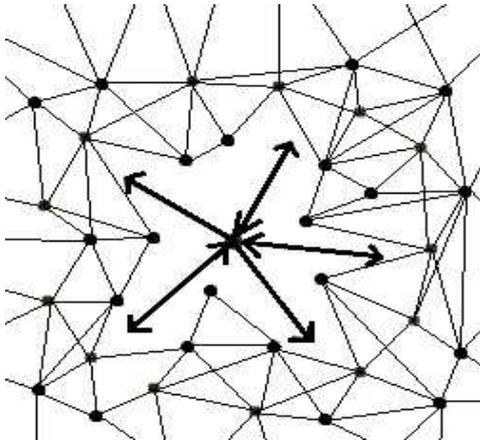
¹²² Abgewandelte Darstellung nach Paul 2001: <http://www.vordenker.de/internet/internet.htm>, Zugriff: 24.07.2011.

¹²³ In Anlehnung an Bolter 2008: 300ff.

¹²⁴ Vgl. Flusser 1996 : 296.

¹²⁵ Kerckhove 2008: 14.

Wird der amphitheatrale Rundfunk beibehalten und mit der netzartigen Nutzung verbunden, könnte Al Jazeeras Kommunikationsstruktur so aussehen.



*Abb. 11:*¹²⁶

Al Jazeeras Kommunikationsstruktur erweist sich als komplexe Verflechtung dialogischer und diskursiver Medien mit wechselseitigen Anschlussmöglichkeiten.

Die ausgearbeiteten Diskurse werden weiterhin adresslos von zentraler Stelle ausgestrahlt, jedoch schließen sich durch die netzwerkartige Organisation Al Jazeeras über Twitter, Flickr, Facebook oder *Al Jazeera Mobile Services* an dem Empfang der Informationen individuelle Sendungsmöglichkeiten an. Diese erlauben Rückkopplungen zum Sender und bewirken einen weitreichenden Dialog der Rezipienten untereinander. Die Einfachheit der Diskurse wird durch die komplexen Dialoge, die daran anschließen, ausgeglichen. Das Nachrichtennetzwerk braucht beides, sowohl den Diskurs als auch den Dialog, um Wissen zu vermitteln und um Reflexivität zu erzeugen. Al Jazeera fungiert dabei als zentrales Element, das einerseits gemäß der Rundfunklogik Informationen verteilt und speichert und andererseits durch die Arbeit als Netzwerk Informationen erhöht und in Zusammenarbeit mit Rezipienten neu erarbeitet.¹²⁷ Der Sender agiert nicht als Autorität, sondern als demokratische Institution zur Integration und Förderung einer wachsenden, immer verantwortungsbewussteren Gemeinschaft von Mediennutzern.

Al Jazeera betritt insofern „new media ground“¹²⁸, da es sich als integratives Kommunikationssystem aufstellt, das die amphitheatrale Sendung von Informationen um Möglichkeiten der Beteiligung an deren Herstellung und der reflexiven Verarbeitung erweitert. Und da diese Möglichkeiten nicht selten von Al Jazeeras globalem Publikum wahrgenommen werden, kann man an dieser Stelle von einer beachtlichen Verschränkung diskursiver und dialogischer Mediennutzung sprechen: Zu den Artikeln und TV-Aufzeichnungen auf aljazeera.net kann man Kommentare schreiben bzw. auf andere Kommentare antworten, die Videos lassen sich mit einem Knopfdruck auf Twitter oder Facebook weiter verbreiten oder man kann auf der Inter-

¹²⁶ Eigene Darstellung auf Grundlage von Paul 2001 (Amphitheaterdiskurse), <http://www.vordenker.de/internet/internet.htm>, Zugriff: 24.07.2011.

¹²⁷ Vgl. Flusser 1974: 117.

¹²⁸ Vgl. Al Mikhlafoy 2006: 60.

netseite regelmäßige Informationen von Al Jazeera per Mail ordern (siehe Abb. 8) Die mit dem Internet verbundene Multimedialität und Konvergenz wird bei Al Jazeera auf die Spitze getrieben: Die McLuhan'sche Logik, dass der Inhalt jedes Mediums ein anderes Medium ist¹²⁹, erhält im News-Network eine neue Dimension. Die Medien umschließen sich gegenseitig, schließen aneinander an und nehmen aufeinander Bezug – diskursiv wie dialogisch, global wie lokal. Das News-Network Al Jazeera English avanciert in diesem Sinne zu einem *Mediennetzwerk*, in dem sich Globalität und Lokalität zunehmend in einem Geflecht aus Fernsehen und Internet, Diskursen und Dialogen verzahnen. Lokale Diskurse werden aufgezeichnet und per TV-Ausstrahlung global verbreitet. Daraufhin können Rezipienten auf der ganzen Welt über Facebook, Twitter usw. in Dialog miteinander treten und wiederum neue Diskurse erzeugen, die von lokaler Relevanz sind und durch die Vernetzung via Al Jazeera globale Aufmerksamkeit erhalten.



Abb. 12:

Selbst beim adresslosen Live-Stream bestehen mediale Anschlussmöglichkeiten, um die Kommunikation auszubauen.

¹²⁹ Vgl. McLuhan 1994: 8.

3. Al-Jazeera als globales Phänomen

3.1 Kontroversen im Globalisierungsprozess

Interaktive Mediennetzwerke, wie Al Jazeera eines ist, die Rezipienten weltweit miteinander kommunizieren lassen, sind Ausdruck einer neuen (Un-)Ordnung, die sich seit Ende des 20. Jahrhunderts rapide entwickelt und unaufhaltsam ausgebreitet hat. Als global ausgerichtetes Medienunternehmen ist Al Jazeera Teil und Symptom jenes gesellschaftlichen Prozesses, der einen scheinbar fundamentalen Gegensatz zwischen dem Globalen und dem Lokalen etabliert hat – Globalisierung. Mit fortschreitender Technologie und Beschleunigung des Transportwesens geriet die gesamte Welt zunehmend in Bewegung, wobei sich Transaktionen jeglicher Art nicht mehr innerhalb eingegrenzter Territorien bewegten sondern irreversibel nationale und kontinentale Grenzen überschritten. McLuhans *Global Village* ist insofern Wirklichkeit geworden, da die Welt eine räumlich-zeitliche Komprimierung erfahren hat und durch die Überwindung von Distanzen per Mediennetzwerke mehr Nähe zwischen Individuen erfahren wird, die territorial voneinander getrennt sind.¹³⁰ Die vermeintlich festen Strukturen der nationalen Gesellschaften werden immer weiter aufgeweicht, weil sie von globalen Bewegungen transzendiert werden:

„[...] we are functioning in a world fundamentally characterized by objects in motion. These objects include ideas and ideologies, people and goods, images and messages, technologies and techniques. This is a world of flows [...] It is also, of course, a world of structures, organizations, and other stable social forms. But the apparent stabilities that we see are, under close examination, usually our devices for handling objects characterized by motion.“¹³¹

Trotz der Notwendigkeit von stabilen Strukturen, in denen sich die Mitglieder lokaler Gesellschaft(en) bewegen, wird der Alltag zunehmend von den globalen Verschiebungen dominiert, die eine mehr oder weniger lose Weltgesellschaft erzeugt haben. Ereignisse, die auf der anderen Seite des Globus stattfinden, können heute internationale Auswirkungen haben bzw. werden international diskutiert, wofür Nachrichtensender wie Al Jazeera English beste Beispiele sind. Teile fremder Kulturen und Gesellschaften werden durch Migrationen wie z.B. Leiharbeit, Auswanderung, Tourismus oder internationale Bewegungen in andere Kulturen und Gesellschaften hineingetragen und führen zu einem permanenten Verkehr aus Informationen und Ideen.¹³² Der *Global Flow*, wie Arjun Appadurai ihn betitelt, ist getrieben von der zentralen Kraft der Deterritorialisierung „[...] in which money, commodities, and persons are involved in ceaselessly chasing each other around the world“¹³³. Mit der ständigen Verschiebung von

¹³⁰ In Anlehnung an Urry 2006: 99.

¹³¹ Appadurai 2001: 5.

¹³² Vgl. Appadurai 2005: 28.

¹³³ Appadurai 2005: 38.

Ethnien und Kulturen im Zuge wirtschaftlicher, finanzieller, technischer und medialer Transaktionen, verlieren räumliche Grenzen offensichtlich an Relevanz. Die Wahrnehmung der Welt erfolgt nicht mehr gemäß den fest etablierten Grenzen von Nationalstaaten. Dies ist gerade bei Al Jazeera gut nachzuvollziehen, da der Nachrichtensender von Anfang an nicht national gebunden war, Katar nur als Basisstation für Unternehmen und Sender nutzte und transnationale Nachrichten aus der arabischen Welt für ein internationales Publikum produzierte. Die dadurch erreichte internationale Kommunikation zieht allerdings auch eine zunehmende Wurzellosigkeit und Unverbundenheit zum Nationalstaat nach sich, welcher im 18. und 19. Jahrhundert noch die Identitätsfrage seiner Bürger eindeutig beantwortete. Dieser hat durch die weltweiten Migrationen und unbegrenzten Transaktionen im Zuge der Globalisierung an Bedeutung und Macht verloren. Die Komplexität der Weltgesellschaft ist durch unzählige Querverbindungen von Ökonomie, Kultur und Politik durchsetzt¹³⁴, die das nationale Konstrukt von Identität zersetzen. Heute ist man eben nicht mehr nur Bürger eines bestimmten Staates, sondern auch Teil imaginierter Gemeinschaften. Diese stellen die sozialen Organisationen der neuen globalen (Un-)Ordnung dar¹³⁵ und werden durch transnationale „Landschaften“ induziert, die aus den globalen medialen, finanziellen, technischen und ethnischen Strömen hervorgegangen sind. Bei diesen Landschaften handelt es sich laut Appadurai um einander überlappende, perspektive Konstrukte, die durch die kollektive Imagination verschiedener Personengruppen auf der ganzen Welt verbreitet sind: *Ethnoscapes*, *Mediascapes*, *Technoscapes*, *Financescapes* und *Ideoscapes*.¹³⁶ Alle „Landschaften“ konstituieren sich aus grenzüberschreitenden Strömungen und Bewegungen. *Technoscapes* und *Financescapes* stellen dabei die Rahmenbedingungen für die medialen, ethnischen und ideellen Bewegungen: Sie setzen sich aus jenen Kommunikationssystemen zusammen, die weltweite Übertragungen von Geldern und Daten ermöglichen und beschleunigen. Diese immateriellen Ströme stehen wiederum in Verbindung mit den zahlreichen materiellen Bewegungen rund um den Globus: Sobald Informationen rund um den Erdball reisen, folgen Güter und Personen und andersherum. Zahlreiche Bürger werden so motiviert oder auch gezwungen, z.B. aufgrund von Arbeitsstellen zu migrieren. Folglich können sich *ethnoscapes* herausbilden, „[...] as more persons and groups deal with the realities of having to move or fantasies of wanting to move.“¹³⁷ Migranten, Flüchtlinge, Gastarbeiter, internationale Bewegungsgruppen oder auch Touristen

¹³⁴ Vgl. Appadurai 2005: 33.

¹³⁵ In Anlehnung an Appadurai 2005: 31.

¹³⁶ Vgl. a.a.O.: 33.

¹³⁷ Appadurai 2005: 34.

konstituieren eine Welt aus sich verschiebenden Ethnien und Bevölkerungsgruppen.¹³⁸ Diese lösen sich im Prozess der Globalisierung kurz- oder langfristig von ihren ursprünglichen nationalen Bindungen und erschaffen Gemeinschaften, die ins Imaginative abgleiten müssen, da sie staatlich bzw. territorial nicht mehr zu fassen sind. Auch im arabischen Raum ist es tendenziell zu einer Schwächung des Nationalstaates gekommen, was nicht zuletzt an der Durchsetzung von Satellitenfernsehen lag. In den neunziger Jahren entstanden zahlreiche transnationale Fernsehsender, woraus sich ein pan-arabisches Volksverständnis gebildet hat (*McArabism*).¹³⁹ Al Jazeera ist wahrscheinlich der wichtigste Vertreter dieser Entwicklung der arabischen Medienlandschaft als repräsentatives Organ für verschiedene Ethnien. *Mediascapes* fungieren als Produzenten und Distributoren von Informationen und Vorstellungen.¹⁴⁰ Teils repräsentativ, teil imaginativ, arbeiten diese „Landschaften“ an den Darstellungen der kulturellen, politischen, sozialen oder finanziellen Bewegungen, welche das Selbst- und Fremdverständnis der beteiligten Personengruppen erheblich beeinflussen. Die sich ohnehin schon überlappenden *ethno-* und *ideoscapes* werden zusätzlich von medialen Konstrukten überlagert, die die Grenzen zwischen Realität und Fiktion verwischen können:

„What is most important about these mediascapes is that they provide [...] large and complex repertoires of images, narratives, and ethnoscapes to viewers throughout the world, in which the world of commodities and the world of news and politics are profoundly mixed.“¹⁴¹

Mediascapes sind damit in der Lage, neue Zusammenhänge und Realitäten zu zeigen, aber auch künstliche Welten zu entwerfen und durchzusetzen. Al Jazeera English nutzt dieses Potenzial mit einem weiteren, hybriden Format: *Artscape*. Auf aljazeera.net lassen sich gesammelte TV-Beiträge auf der Prezi®-Präsentation „Artscape: The first season“ einsehen¹⁴², die lokale Künstlergruppen oder Kunstprojekte in aller Welt begleiten. In diesen Reportagen wird Kunst als Vermittler zwischen verschiedensten Menschen dargestellt, als grenzüberschreitendes Kommunikationsmittel: „Across the globe people are using their voices, their imaginations and their visions to break down barriers.“¹⁴³ So wurden in dem Beitrag „Shooting Hope“ bspw. palästinensische und libanesische Jugendliche mehrere Wochen lang bei einem Projekt begleitet, bei dem sie lernten, ihre Lebensumstände fotografisch festzuhalten. Der Fotokurs diente dem internationalen Dialog zwischen den Heranwachsenden zweier unterschiedlicher Nationalitäten. Die Reportage drang dabei in sehr persönliche (und lokal gebundene) Geschichten ein und betrachtete diese im Kontext libanesischer und palästinensischer Beziehun-

¹³⁸ Ebenda.

¹³⁹ Vgl. Rinnawi 2006: 5.

¹⁴⁰ Vgl. Appadurai 2005: 35.

¹⁴¹ Appadurai 2005: 35.

¹⁴² Aufzeichnung vom 07.04.2011, <http://english.aljazeera.net/programmes/artscape/>, Zugriff : 28.06.2011.

¹⁴³ Vgl. ebenda.

gen. Die Fotografie half den Kursteilnehmern offensichtlich, ihre tägliche Umwelt neu zu betrachten und die Umstände zu hinterfragen, in denen sie leben. Kunst wird in den Beiträgen von *Artscape* als Mittel zur Partizipation an der Gesellschaft entworfen, als eine globale, imaginierte Welt zur Völkerverständigung.

Allerdings werden *mediascapes* nicht nur zum Aufbau neuer innovativer „Landschaften“ genutzt. Sie können ganz im Gegenteil auch dazu missbraucht werden, Ideologien zu verbreiten, die der Völkerverständigung nicht gerade zuträglich sind. Gerade *The Listening Post* beschäftigt sich immer wieder mit Medienlandschaften, mehr durch die Durchsetzung staatlicher Interessen als von durch die adäquate Repräsentation global imaginierter Welten. In „Syria – Keeping the story alive“ wurde der Ausschluss internationaler Journalisten, u.a. auch die Al Jazeera, und die damit verbundene Unterdrückung der Repräsentation der Revolutionsbewegung im Land thematisiert.¹⁴⁴ Verzerrte Bilder von Völkern sind in den Medien freilich keine Seltenheit. Im Falle der Berichterstattung rund um Griechenlands Finanzkrise und die nationalen Ausschreitungen übermittelten die internationalen Medien ein sehr einseitiges Bild vom faulen griechischen Arbeiter, was ihnen von griechischer Seite aus den Verdacht der Instrumentalisierung einbrachte.¹⁴⁵ Hinter der fehlenden Sympathie für die protestierenden Griechen entdeckte *The Listening Post* das orthodoxe Wirtschaftsverständnis der internationalen Medien, dass es in der Ökonomie immer eine richtige Perspektive gibt. Demnach wurde Griechenland international des Fehlwirtschaftens bezichtigt und verurteilt. Auf die Stimmen der Beteiligten, nämlich der arbeitenden griechischen Bevölkerung wurde dabei wenig Wert gelegt. Eine Journalistin von Al Jazeera kommentierte dazu: „Economic has not yet had its Al-Jazeera-moment. We have not heard the other voice. Until it does we will always be against Greece.“ Abgesehen vom offensichtlichen Selbstbezug kritisiert Al Jazeera hier einmal mehr den Ausschluss differenzierender Perspektiven zur Erhaltung von *ideoscapes*, die sich aus bestimmten, oft politisch motivierten Ansichten gesellschaftlicher Werte zusammensetzen¹⁴⁶ und nach globaler Geltung streben. Zwischen *mediascapes* und *ideoscapes* besteht ein immenses Spannungsverhältnis, insofern *mediascapes* die Funktion übernehmen, Ideologien zu übersetzen und der Öffentlichkeit übermitteln.¹⁴⁷ In vielen Staaten werden Massenmedien wie das Fernsehen nach wie vor als Instanzen zur Kommunikation von Herrschern zu Beherrschten angesehen¹⁴⁸, weshalb politische Akteure und Bewegungen diese gern für die Verbreitung ihrer Ideologien rekrutieren würden. Die entstehenden *Ideoscapes* sind Ausdruck zweier kont-

¹⁴⁴ Sendung vom 14.05.2011: Listening Post, siehe Sichtungsprotokoll.

¹⁴⁵ Sendung vom 25.06.2011: Listening Post. *Greece – Is the media part the problem?*, siehe Sichtungsprotokoll.

¹⁴⁶ Vgl. Appadurai 2005: 36.

¹⁴⁷ Ebenda.

¹⁴⁸ Vgl. Rinnawi 2006: 2.

roverser Strömungen im Globalisierungsprozess, nämlich einerseits einer fortschreitenden Homogenisierung von Kulturen und andererseits einer zunehmenden Fragmentierung und Abgrenzung ethno-kultureller Identitäten. Diese Dualität wird im Allgemeinen unter dem Ausdruck „McWorld versus Jihad“ behandelt. McWorld bezeichnet dabei die Homogenisierung rund um den Globus durch die dominante Präsenz amerikanischer bzw. westlicher Kultur und der Einheitssprache Englisch, auch Kulturimperialismus genannt, während Jihad den Aufstieg lokaler Autonomien und teils extremer Bewegungen mit terroristischem Potenzial, auch Ethnozentrismus, ausdrückt.¹⁴⁹ Die damit gemeinhin assoziierten Ideologien suchen und finden ihren Ausdruck häufig in den *mediascapes*. Sowohl BBC und CNN als auch verschiedene arabische Medien formieren sogenannte „Tribal Media“¹⁵⁰, denen die Bevorzugung amerikanischer bzw. anti-amerikanischer Ansichten auf die Nachrichten zugesprochen wird. Fatalemerweise wird die McWorld-Strömung häufig mit Globalisierung gleichgesetzt und die Jihad-Bewegungen werden dem Prozess der (Re-) Lokalisierung zugeordnet. Globalität und Lokalität werden dadurch fälschlicherweise zu ethno- bzw. ideographischen Konzepten verklärt, die einander zwangsläufig widersprechen.

Al Jazeera ist aus dieser Kontroverse heraus entstanden und gewachsen. Als transnationales Medium geplant, das die arabischen Werte und Ansichten in die Nachrichtenwelt hineinträgt, hat sich das News-Network, u.a. durch Al Jazeera English, mittlerweile zur Aufgabe gemacht unabhängige und unparteiliche Nachrichten für ein internationales bzw. globales Publikum bereitzustellen sowie der Vielfalt regionaler Perspektiven aus aller Welt Rechnung zu tragen.¹⁵¹ Al Jazeera English behandelt durch *The Listening Post*, *Artscape* oder *The Stream* explizit die kulturelle Diversität von Lokalitäten sowie globale Kulturströmungen. Erstaunlicherweise scheinen seine spezifischen journalistischen Praktiken eben nicht den geläufigen Gegensatz von Globalisierung und Lokalisierung als ethno- bzw. ideographische Konzepte zu vertiefen. Die bisherigen Beobachtungen lassen vielmehr vermuten, dass das Mediennetzwerk an einem neuen, sachlicheren Konzept von Globalität / Lokalität unter dem zentralen Aspekt von *Kultur* jenseits ethno-ideologischer Verklärungen arbeitet.

¹⁴⁹ Vgl. Ess 2001: 2, Rinnawi 2006: 2, Lindenberg 2006: 20.

¹⁵⁰ Rinnawi 2006: 5.

¹⁵¹ Vgl. *Al Jazeera Corporate Profile*, <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/200852518555444449.html>, Zugriff: 12.06.2011.

3.2 Produktion von Globalität

Fernsehsender werden häufig noch als nationale Institutionen angesehen. Das erklärt die hohe Zahl an arabischen Staatssendern, deren Sendungen meist einer Art Hofberichterstattung gleichkommen und vermutlich zur Propagierung politischer Ziele der amtierenden Regierung dienen.¹⁵² Im lokalen Bereich dominiert das Fernsehen die Produktion und Distribution von Informationen, weshalb bei den meisten TV-Sendern, ob arabisch, europäisch oder amerikanisch, ein stark nationaler Fokus zu erkennen ist. Das eigene Land betreffende Nachrichten werden prioritär behandelt, internationalen Themen wendet man sich meistens erst nach den nationalen Neuigkeiten zu. Tendenziell haben Rundfunkinstitutionen auch kein Interesse, sich von der nationalen Bindung zu lösen. So erhebt bspw. das ZDF als nationaler Sender den Anspruch, die „Stimme Deutschlands in Europa und der Welt zu sein.“¹⁵³ Paradox erscheint dabei, dass der Sender der entsprechenden Nation zwar internationale Geltung verschaffen möchte, jedoch hauptsächlich nur im eigenen Land rezipiert wird. National ausgerichtete TV-Sender, besonders die öffentlich-rechtlichen, scheinen doch eher an der Konservierung einheimischer Kultur und Werte *für* die eigene Nation interessiert zu sein. Man kann annehmen, dass sie der Erhaltung von *ethnoscapes* dienen, wobei *ethnoscapes* hierbei als nationale Konstrukte anstatt als grenzübergreifende „Landschaften“ verstanden werden. Problematisch werden nationale Sender, wenn sie die Idee der Nation mit dem Staat gleichsetzen, d.h. politische *ideoscapes* den zu repräsentierenden *ethnoscape* überlagern.

Internationale Nachrichtensender sind natürlich von dieser Art von Rundfunkanstalten zu differenzieren, weil sie auf ein breites heterogenes Publikum abzielen und nach globaler Relevanz streben. Sie müssen sich von der Logik der Nationsgebundenheit lösen, um transnationale Zusammenhänge, internationale Beziehungen und globale Angelegenheiten multiperspektiv zu reportieren. Al Jazeera English kommt hierbei wieder seine Sonderstellung zugute, weder ein privater noch ein staatlicher Sender zu sein, sondern das Vertrauen und die finanzielle Unterstützung von Katar zu genießen, ohne inhaltlich verpflichtet zu sein. Schon immer auf ein transnationales Publikum ausgerichtet, steht das News-Network für ein Nachrichtenmodell, das mittlerweile nicht mehr nur die arabischen Völker international verbindet, sondern globale, multidirektionale Informationsströme induziert. Dabei geht es sicher nicht um die Stärkung einzelner Nationalstaaten, sondern um die Ermöglichung der Teilnahme an Ereignissen und Debatten verschiedener Gesellschaften für Rezipienten in aller Welt:

¹⁵² Vgl. Lindenberg 2006: 39.

¹⁵³ ZDF: *Vielfalt ist unser Auftrag*,

<http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=61&artid=95&backpid=95&cHash=1f6898bebd>, Zugriff: 12.06.2011.

„[...] the ability of diasporic populations to exchange images, plans and projects rapidly through electronic media [...] allows more simultaneous participation in multiple national public spheres [...] new ideas about nation and trans-nation are being tested which are far different from earlier forms of league, federation, alliance or cartel among states and nations.“¹⁵⁴

Die neuen virtuellen Kommunikationskanäle über Netzwerke wie Al Jazeera ermöglichen heute universellen Zugang zu weit entfernten Regionen, weshalb international die Gebiets- und Grenzsicherheit von Staaten bezüglich von Informationsflüssen schwindet.¹⁵⁵ Daher wird es häufig negativ wahrgenommen, wenn sich bei BBC, CNN oder eben Al Jazeera Präferenzen bei der Berichterstattung im Hinblick auf bestimmte Gebiete abzeichnen. Die dominante Nachrichtenabdeckung von CNN in Amerika oder von Al Jazeera in Nordafrika bzw. dem Nahen Osten wird nicht selten als Vertretung westlicher bzw. nicht-westlicher Interessen (miss-)verstanden. Sicherlich lässt sich nicht leugnen, dass Al Jazeera durch seine Ansässigkeit in Katar hervorragenden Zugang zu den arabischen Staaten hat und diesen auch explizit nutzt. Es ist ebenfalls kein Geheimnis, dass CNN und BBC US-amerikanische und britische Angelegenheiten privilegieren. Was im internationalen Nachrichtengeschäft allerdings auffällt, ist die Dominanz des globalen Nachrichtenflusses durch den sogenannten „Norden“ oder auch Westen.¹⁵⁶ Darunter werden im Allgemeinen die USA sowie die europäischen Länder gefasst, während der globale „Süden“ grob die südamerikanischen, afrikanischen und asiatischen Kontinente umfasst. Die Dominanz des Informationsflusses aus dem „Norden“ zeugt einerseits von einem Ungleichgewicht von Nachrichten aus der westlichen und der nicht-westlichen Welt. Informationen *aus* den amerikanischen und europäischen Ländern überwiegen in den globalen Nachrichten. Andererseits wird diese Dominanz auch dadurch unterstützt, insofern es nur wenige nicht-westliche Fernsehsender mit internationaler Ausrichtung und Geltung gibt. Global gesehen ist Al Jazeera (English) wohl der einzige Nachrichtensender, der sich mit BBC und CNN konkurrieren kann. Nichtsdestotrotz sind die Informationsströme aus dem „Norden“ am größten, die westlichen Sender dominieren die globale Rezeption von Nachrichten. Vom Süden zum Norden fließen nur wenige Informationen und auch innerhalb des Südens sind die Nachrichtenflüsse gering. Damit etabliert sich eine territorial bestimmte „Nachrichtengeografie“¹⁵⁷, die bestimmte Länder und damit zwangsläufig auch bestimmte Ethnien und Kulturen verstärkt berücksichtigt.

¹⁵⁴ Baldauf 1999, http://www.arjunappadurai.org/translocation_new-mediaart-modernity-at-large-appadurai-interview-1999/, Zugriff: 01.07.2011 .

¹⁵⁵ Ebenda.

¹⁵⁶ Vgl. Lindenberg 2006: 46.

¹⁵⁷ Vgl. Lindenberg 2006: 79.

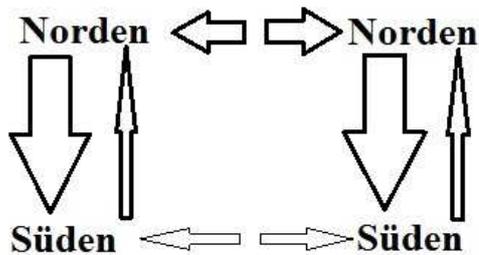


Abb. 13:

Die Informationsströme im globalen Nachrichtengeschäft zeugen von einem Ungleichgewicht zwischen Norden und Süden.¹⁵⁸

Im Gegensatz zu seinen internationalen Konkurrenten scheint das Netzwerk Al Jazeera English an einem Konzept zu arbeiten, das die etablierte Nachrichtengeografie ausgleicht. Al Jazeera English hat die Informationslücken erkannt und sich dieser bewusst angenommen. Seit seiner Gründung ergänzt es das globale Nachrichtengeschäft um einen immensen Informationsstrom aus dem vermeintlichen „Süden“. Die Bemühungen des Senders, keine Nation, Region oder Kultur zu bevorzugen, weist außerdem auf die Entwicklung einer neuen Nachrichtenlandschaft hin, jenseits territorialer Grenzziehungen, quasi eine Nachrichtensphäre, die von geographischer Konzentration absieht. Damit ändert Al Jazeera English die Nachrichtenrezeption weltweit und die Wahrnehmung der sich im Dualismus der Globalisierung Jihad vs. McWorld zentral gegenüberstehenden Kulturgefüge: die arabische und die „westliche“ Welt. Der internationale Sender hat laut John Rushing begriffen, dass zwischen diesen vermeintlichen Oppositionen vermittelt werden muss:

„Not only for its own, but for the world’s sake, the United States needs to have a better understanding of the Arab World, just as the world could stand to have a better understanding of America and its complexities.“¹⁵⁹

Bei Al Jazeera English weiß man: Weder der „Westen“ noch die arabische Welt sind homogene Gefüge mit klar abgesteckten territorialen Grenzen¹⁶⁰, nicht zuletzt, weil sich durch die Migrationsbewegungen im Zuge der Globalisierung die Angehörigen beider Kulturen in alle Welt zerstreut haben. Die Ethnien haben sich zusehends von geographischen Parametern gelöst und ziehen sich als raumlose Landschaften, *ethnoscapes*, um den Globus. Dennoch hat sich zur selben Zeit die Unterscheidung westlich / nicht westlich¹⁶¹ in beiden Kulturen fest etabliert. Das liegt daran, dass die eine wie die andere zwar nicht geographisch einheitlich fixiert ist, jeweils aber einen stabilen Gesellschaftstyp darstellen, dessen Verständnis von sich und dem Rest der Welt sich maßgeblich vom anderen unterscheidet. Die heutigen westlichen und arabischen Wertevorstellungen haben sich an ihrer gegenseitigen kulturellen Abgrenzung entwickelt. Auf eine bestimmte Ethnie sind beide Kulturgebilde nicht mehr herunter zu brechen, sehr wohl jedoch auf die ihren Nationen und Völkern gemeinsamen Ideologien. Dazu

¹⁵⁸ Eigene Darstellung nach Lindenberg 2006: 46.

¹⁵⁹ Rushing 2007: 199.

¹⁶⁰ Vgl. Lindenberg 2006: 25.

¹⁶¹ Vgl. Lindenberg 2006: 26f.

gehören auch die jeweiligen Vorstellungen von journalistischer Arbeit und der gesellschaftlichen Funktion der Medien.¹⁶² Während viele arabische Regierungen die (nationalen) Fernsehsender im Dienste staatlicher Interessen sehen, ist es in der westlichen Kultur eine Selbstverständlichkeit, dass Journalisten unabhängig und unzensuriert berichten.

Nun arbeitet Al Jazeera (English) nach den westlichen Prämissen der Presse- und Meinungsfreiheit. Das News-Network bedient sich also explizit der westlichen, demokratischen Ideologie und ist doch auf arabischem Boden angesiedelt zur Repräsentation nicht-westlicher Sichtweisen. Doch dadurch spricht es ein globales Publikum an, nicht nur nicht-arabischsprachige Araber in aller Welt sondern Angehörige verschiedenster Nationen bzw. Kulturen. Selbst eine raumlose Landschaft, nämlich ein durch Netzwerk-Aktivität ausgereifter *mediascape*, hat sich Al Jazeera English das Ideal des westlichen Journalismus einverleibt und mit seiner Arbeit auf Nachrichten aus beiden Kulturgebilden angewandt. Die westlich geprägte Pressefreiheit ist Teil der täglichen medialen Praxis Al Jazeeras, ohne dass die westliche Kultur an sich in der Berichterstattung thematisch oder ideologisch favorisiert wird. Insofern löst sich bei Al Jazeera English die freiheitliche Ideologie von den amerikanischen und europäischen Kulturen und geht in eine global ausgerichtete Medienkultur über, die keinem Rezipienten, keiner Nation, keiner Ethnie, keiner Gesellschaft vorenthalten werden soll. Dafür spricht auch folgende Aussage des News-Networks:

„Our channel is broadcast from four strategic broadcast centres: Doha, Kuala Lumpur, London, and Washington DC. Unlike other international channels, we broadcast from our different centres, *as the world turns*, providing the most comprehensive and contextual news coverage.“¹⁶³

Mit den Sendestationen auf verschiedenen Kontinenten spannt Al Jazeera seinen *mediascape* so global wie möglich, sodass die Nachrichten quasi mit der Weltumdrehung Schritt halten können. Dieser konstanten Fluidität verpflichtet, kann gerade Al Jazeera English sich in seiner Berichterstattung nicht auf Nationen oder Ethnien oder Gesellschaften fixieren, sondern muss im Gegenteil den ständigen Verschiebungen von *ethno-*, *ideo-* oder auch *financescapes* Rechnung tragen, die durch Globalisierung erzeugt werden. Bei Al Jazeera English zeichnet sich jene von Appadurai beschriebene Entwicklung ab, wonach globale Dialoge nicht mehr aus nationalen Motiven geführt werden, sondern „a push to a world of sites and networks, rather than of ethnicities and territories“ zu beobachten ist.¹⁶⁴ In dieser „Welt“ wird die internationale Völkerverständigung durch *mediascapes* moderiert statt von *ethno-* oder *ideoscapes* daran-

¹⁶² Vgl. ebenda.

¹⁶³ *Al Jazeera Corporate Profile*, <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/200852518555444449.html>, Zugriff: 12.06.2011, Hervorhebungen von mir.

¹⁶⁴ Baldauf 1999, http://www.arjunappadurai.org/translocation_new-mediaart-modernity-at-large-appadurai-interview-1999/, Zugriff: 01.07.2011.

giert zu werden. Letztere bleiben zwar Inhalte, aber nicht Leitbilder globaler Mediennetzwerke. Al-Jazeera ist damit nicht nur ein Produkt des Globalisierungsprozesses, sondern gleichzeitig selbst Produzent von Globalität. Ursprünglich als Netzwerk für die arabische Gemeinde weltweit aufgezogen, geht es spätestens seit seiner globalen Ausdehnung durch Al-Jazeera English über die Logik von *ethnoscape* hinaus. Das News-Network operiert als *mediascape* par excellence, insofern es verschiedenste Medien erfasst und miteinander verflechtet und sich in seiner Berichterstattung um den gesamten Erdball legt. Damit transzendiert es nicht nur bestehende *ideo-* und *ethnoscapen*, sondern birgt gewissermaßen auch das Potenzial, diese zu überwinden. Seine Unabhängigkeit gegenüber einer bestimmten Nation oder Ethnie äußert sich nicht zuletzt in der Kritik am Sender durch Amerika *und* diverse Staaten der arabischen Gemeinde. Al Jazeeras Nachrichten provozieren, da sie einerseits dem McWorld-Trend der Amerikanisierung widersprechen und sich andererseits einer medialen Tribalisierung zugunsten der arabischen Nationen widersetzen. Damit objektiviert das News-Network sein Verständnis von Globalität und enthebt es jeder nationalen bzw. ethnischen Verpflichtung. Al Jazeeras tägliche Praxis ist daher als Arbeit an Globalität in Reinform zu charakterisieren, die jeglicher geographischen wie auch politischer Bindung entbehrt. Wie das *mediascape* von Al Jazeera selbst ist das Konzept der Globalität raumlos, insofern es Räume, Territorien und Grenzen überwindet und umspannt, aber selbst nicht mehr als Raum zu fassen ist. Al Jazeera ist nicht das einzige *mediascape*, nach wie vor wird es von vielen anderen Medienlandschaften z.B. seinen Hauptkonkurrenten BBC und CNN sowie vielen anderen, zumindest transnationalen Medien, über- bzw. unterlagert. Dennoch scheint es seinen Ambitionen und Potenzialen nach doch das globale Mediennetzwerk par excellence zu sein, das nach weltumspannender Relevanz strebt. Genau deshalb ist Al Jazeera English aber auch im Stande, globale Kommunikation zu erzeugen. Seine Nachrichten beschränken sich nicht auf die transnationale Distribution per Fernsehen. Sie werden fast zeitgleich im Internet in das Mediennetzwerk eingespeist, das weltweit universell zugänglich ist. Die daraus induzierte globale Rezeption ist allerdings nicht mit universeller Rezeption gleichzusetzen¹⁶⁵, denn einerseits ist Al Jazeeras Publikum eine heterogene Masse mit unterschiedlichsten kulturellen Hintergründen und andererseits machen lokale Ereignisse den Hauptteil der Nachrichten aus, was wiederum verschiedenste Auffassungen und Diskurse mit sich bringt.

All dies hat zur Folge, dass sich das News-Network einer höchstmöglichen Bandbreite von Lokalitäten und den verbundenen Kulturlandschaften annehmen *muss* und kann. Lokalität hat auch im globalen Nachrichtengeschäft noch erhebliche Relevanz, insofern sich verschiedenste

¹⁶⁵ In Anlehnung an Lindenberg 2006: 51.

territorial eingebundene Kulturgefüge adäquat in den globalen *mediascapes* repräsentiert sehen wollen. Territoriale Grenzziehung und nationalräumliche Organisation werden von den Medien transzendiert und im Hinblick auf den globalen Kommunikationsfluss übergangen, objektiv gesehen werden sie aber nicht hinfällig. Sonst würden sie nicht so oft in den internationalen Nachrichten behandelt werden. Das News-Network organisiert sich zwar über globale Strukturen der Produktion und Distribution, seine Produkte aber leben von den lokalen Inhalten.¹⁶⁶ Lokale Räumlichkeiten und Grenzziehungen sind für die individuelle Erfahrung der Zugehörigkeit zu einer (nationalen oder ethnischen) Gemeinde essentiell, auch wenn die globale virtuelle Kommunikation diese nicht wahrnimmt. „Die Ablösung vom Territorium, vom taktilen Gegenstand und vom greifbaren Bild bleibt eine Phantasie, wenngleich eine medial gut organisierte.“¹⁶⁷

3.3 Reproduktion des Lokalen

In den vorhergehenden Kapiteln wurde bereits angedeutet, dass Al Jazeera English sich maßgeblich von seinen Konkurrenten differenziert, was die lokale Nähe zum Geschehen betrifft. Der Sender ist fast immer vor Ort, selbst für kleinere Beiträge gibt es Korrespondenzen, die einen wichtigen Einblick in das lokale Geschehen geben. Lokalität wird dabei nicht automatisch mit der Nation oder dem Staat verbunden, wohl aber mit einem spezifischen räumlichen und phänomenologischen Kontext, einer wahrnehmbaren, materiellen Umwelt, die das örtliche Geschehen beeinflusst. Die Journalisten Al Jazeeras, insofern sie als Analytiker dieser Gebiete fungieren¹⁶⁸, müssen auf diese eingehen, um Lokalität zu präsentieren.

„The production of locality [...] is not simply a matter of producing local subjects as well as the very neighborhoods that contextualize these subjectivities. [...] space and time are themselves socialized and localized through complex and deliberate practices of performance, representation, and action.“¹⁶⁹

Diese komplexen lokalen Vorgänge sind selten adäquat aus der Ferne zu betrachten. Deshalb ist das Korrespondentennetz des News-Networks Al Jazeeras größtes Kapital. Nicht nur die Quantität (über 65 Nachrichtenbüros mit insgesamt über 3000 Mitarbeitern auf der ganzen Welt) spielt eine große Rolle, sondern die Qualität der im Ausland arbeitenden Journalisten. Mehr als 400 Journalisten, die für Al Jazeera arbeiten, stammen aus über 60 verschiedenen Ländern.¹⁷⁰ US-Auslandskorrespondent John Rushing erklärt, dass Al Jazeera English großen

¹⁶⁶ In Anlehnung an Lindenberg 2006: 56.

¹⁶⁷ Faßler 1996: 183.

¹⁶⁸ Vgl. Appadurai 2001: 9.

¹⁶⁹ Appadurai 2005: 180.

¹⁷⁰ Vgl. *Al Jazeera Facts and Figures*,

<http://english.aljazeera.net/aboutus/2010/11/20101110131438787482.html>, Zugriff: 12.06.2011.

Wert auf die nationale bzw. ethnische Diversität seiner Mitarbeiter legt und dass die Korrespondenten vor Ort meist selbst aus dem entsprechenden Land stammen, weil dies ein hohes Maß an Authentizität und Empathie in der Berichterstattung garantiert.¹⁷¹ Trotz eigens vorgeschriebener journalistischer Neutralität, die essentiell für die globale Relevanz der Nachrichten ist, ist die Präsenz an den Lokalitäten ebenso wichtig für den Erfolg des Senders weltweit. Es erleichtert dem News-Network Zugang zu lokalen Informationen und verleiht den Beiträgen in der News Hour durch die Live-Schaltung zu den Korrespondenten die nötige globale Interaktivität. Die Lokalisierung der Mitarbeiter im Ausland ist eine tägliche Praxis von Al Jazeera English, denn damit kann es zeigen, dass es Informationen aus aller Welt bezieht.



Abb. 14 und 15: Wo immer sich die entsprechenden Korrespondenten befinden, es wird stets kurz eine geographische Darstellung der Lokalität eingeblendet.

Das Lokale erfährt bei Al Jazeera keine Entlastung, es wird im Gegenteil an einer angemessenen Darstellung gearbeitet. Die territoriale Bindung der reportierten Ereignisse, die eben nicht an jedem beliebigen Ort stattfinden können, wird trotz oder gerade wegen der globalen Ausrichtung des News-Networks anerkannt und nicht nur mit kartographischen Mitteln dargestellt, denn dies ist die gängige Praxis aller Nachrichtensender im Umgang mit ihren Korrespondenten. Auf den lokal angesiedelten Reporter lastet die größte journalistische Aufgabe: Sie sollen die örtlichen Erfahrungen weltweit verständlich kommunizieren und scheinen konstant bemüht, die entsprechenden Lokalitäten wirklichkeitsgetreu zu präsentieren.¹⁷²

Die Ambivalenz dieser Bemühungen besteht darin, dass Al Jazeera English als raumloses Netzwerk raumgebundene Ereignisse und deren Wahrnehmung zu vermitteln versucht. Was seine Rezipienten allerdings von den repräsentierten Lokalitäten sehen, ist deren Komprimierung auf dem zweidimensionalen Bildschirm des heimischen Fernsehers bzw. Computers.

¹⁷¹ Vgl. Rushing 2007: 211.

¹⁷² Neben den Korrespondenzen in der Al Jazeera News Hour, arbeiten die Auslandsjournalisten parallel an eigenen Beiträgen zu einem lokalen Thema, welche zu gegebener Zeit ausgestrahlt werden. (Vgl. Al-Mikhlafy 2006: 83)

Räumliche Erfahrungen, ob Ortsbesichtigungen, Straßenfeste, oder Kriegsschauplätze, kann man nicht über die Medien Fernsehen und Internet machen. So gut Fernanwesenheit heutzutage über globale Kommunikationssysteme organisiert sein mag¹⁷³, die virtuelle Präsenz an einem oder mehreren entfernten Orten ersetzt nicht die eigentliche Lokalitätserfahrung. Die eigene körperliche Präsenz vor Ort ist und bleibt Voraussetzung für *reale* Erfahrungen von Räumen, von Städten, von Landschaften etc. Die Kommunikationskanäle der Massenmedien sind hingegen virtuell. Jegliche Entfernungen, die Informationen und Bilder bspw. im Internet zurücklegen, können wir nicht wahrnehmen, weil wir die realen Räume selbst nicht durchqueren, sondern nur von Seite zu Seite wechseln. Rezeptorisch gesehen besitzen Medien bzw. Mediennetzwerke keinerlei Verständnis von Raum, denn sie selbst sind *Nicht-Räume*. Daher können sie auch Globalität, also lediglich andere Nicht-Räume, produzieren und kommunizieren. Lokalität kann nicht dementsprechend kommuniziert werden. Al Jazeera English kann uns Räume, Städte, Landschaften als lose zusammenhängende Bilder zeigen. Beim Fernsehen oder beim Surfen im Internet haben wir die verschiedenen Lokalitäten zwar vor Augen, aber sie umgeben uns nicht. Trotz der ausführlichen Berichterstattung der ortansässigen Korrespondenten werden diese Lokalitäten für uns auch bei Al Jazeera nicht real erfahrbar, die räumliche Dimension wird bis auf weiteres immer fehlen. Und da sogar die aufstrebende 3D-Technik die reale Erfahrung eines Ortes nur eingeschränkt ersetzen kann, bleiben auch stark multisensorische Medien und Netzwerke bei der Kommunikation lokaler Ereignisse gehandicapt. Was Al Jazeera English nicht daran hindert, es weiterhin zu versuchen. Durch die Behandlung im Nicht-Raum des News-Networks wird das Lokale dennoch reproduziert und muss daher neu gedacht werden. Al Jazeera English kann seinen Zuschauern die räumliche Erfahrung von Lokalität nicht übermitteln. Was es hingegen kommuniziert, ist eine Idee des Lokalen, ein Gefühl von Lokalität. Somit wird im globalen Kontext elektronischer Massenmedien auch die Reproduktion von Lokalität deterritorialisieret und neu konzipiert.¹⁷⁴

Das Lokale geht, der medialen Repräsentation nach zu urteilen, weit über einen eingegrenzten geographischen Raum hinaus. Es ist nicht eindeutig an einer Nation, Region oder einer Stadt festzumachen, da es räumlich gesehen mal größer und mal kleiner abgesteckt sein kann. Diese Einheiten haben aber großen Einfluss auf die Ausbildung von Lokalitäten, insofern sie die territorialen und ideellen Rahmenbedingungen für die Produktion von Lokalität stellen. Aus ihnen konstituieren sich jene Erfahrungsräume, die mit architektonischen Strukturen ausge-

¹⁷³ Vgl. Faßler 1996: 170.

¹⁷⁴ In Anlehnung an Appadurai 2005: 188f.

füllt werden. Allerdings ist dies nur der materielle Teil der Produktion von Lokalität¹⁷⁵, die sich ebenfalls aus immateriellen Komponenten zusammensetzt. Städte, Regionen und Länder sind auch von relationaler und kontextueller Qualität, die nicht auf ihre räumlichen Strukturen zu reduzieren sind. Lokalitäten sind mit Bedeutungen gefüllte Räume, die für ihre Bewohner individuelle und kollektive Realitäten offenbaren.¹⁷⁶ Laut Arjun Appadurai ist Lokalität nicht als Grund und Boden, sondern als eine „Figur“ zu verstehen, die bestimmte Sozial- und Gefühlsstrukturen erzeugt.¹⁷⁷ Auch hier spielt das Konzept der Imagination eine große Rolle: Innerhalb der konstruierten Räume einer Lokalität werden bestimmte Lebensformen kollektiv imaginiert und ausprobiert. Das Ergebnis ist jene instabile Sozial- und Gefühlsstruktur, die lokal ansässige Subjekte ständig verteidigen und reproduzieren müssen.¹⁷⁸ Die Produktion von Lokalität ist daher ebenso ein fortlaufender Prozess wie das Projekt der Globalität, an dem Al Jazeera English arbeitet. Nun kann sich das News-Network nur teilweise an der Reproduktion von Lokalität beteiligen. Es kann, wie bereits diskutiert, die räumlichen Zusammenstellungen und Architekturen, unter denen die lokal spezifischen Perspektiven und Lebensformen entstehen, nur *abbilden*. Die inhärenten Wissens- und Handlungsstrukturen kann Al Jazeera jedoch vor Ort durch seine Korrespondenten beobachten und weltweit vermitteln. In seinem globalen *mediascape* wird Lokalität wie folgt behandelt: Während der/die Auslandskorrespondent/in über die lokalen Vorgänge spricht, Reaktionen von öffentlichen Personen und Bürgern kommentiert, werden Bilder vom Geschehen vor Ort gezeigt, welche die aufgezeigten Perspektiven illustrieren.



Abb. 16 und 17:¹⁷⁹ In einem Bericht über den Abhörskandal bei der News Corporation wurde eine Korrespondentin in London über die bisherigen Reaktionen aus Medien und Politik befragt. Währenddessen wurden Aufnahmen von Rupert Murdochs Ankunft in London sowie britische Schlagzeilen zum Thema gezeigt.

¹⁷⁵ Vgl. Appadurai 2005: 180.

¹⁷⁶ In Anlehnung an Massey 2006: 27f.

¹⁷⁷ Vgl. Appadurai 2005: 178, 182.

¹⁷⁸ Vgl. Appadurai 2005: 179.

¹⁷⁹ Sendung vom 11.07.2011, siehe Sichtungprotokoll.

Doch abgesehen von diesen routinierten Korrespondenzen vermögen Al Jazeera Englishs Reporter noch tiefer in Lokalitätserfahrungen einzudringen. Als besonderes Beispiel für die Vermittlung lokaler Ereignisse ist die Korrespondenz mit Cal Perry in Libyen zu nennen.¹⁸⁰ Der Auslandsexperte berichtete von der Frontlinie der Rebellen über die aktuelle Situation in Libyen. In einer 360-Grad-Aufnahme wurde der Schauplatz bei Bengasi eingefangen, während Perry über potenzielle Komplikationen im Kampf gegen das Regime Gaddafis sprach. Dazu wurden noch kurz Nachtaufnahmen von der Munitionsverladung im Rebellen-Camp gezeigt. Diese realen lokalen Ereignisse werden von Al Jazeera English insofern adäquat reproduziert, da man versucht, die Gefühls- und Handlungsstrukturen vor Ort einzufangen und einem globalen Publikum als lokalspezifisches Moment darzulegen. Die weltweite Imagination von sensiblen Lokalitäten wird durch das News-Network ermöglicht und moderiert. Im direkten Zusammenhang mit dem reportierten Geschehen werden sie als *Wissens- und Handlungskontexte* kommuniziert, die ebenjene Ereignisse erst hervorbringen. Gerade bei Entwicklungen in den arabischen Ländern ist Al Jazeera Vorreiter bei der Repräsentation bzw. Reproduktion von Lokalitäten als komplexe Lebenswirklichkeiten mit inhärenten Sozialstrukturen. Diese reproduzieren sich einerseits selbstständig *vor Ort* und werden andererseits *im Nicht-Raum* des News-Networks Al Jazeera wiedergegeben. Der globale Nachrichtensender durchdringt Lokalitäten und kommuniziert deren inhärente Strukturen an Rezipienten auf der ganzen Welt. Lokalitäten sind damit im Mediennetzwerk Al Jazeera global präsent und abrufbar. Den Nutzern Al Jazeeras eröffnen sich einerseits verschiedene Lokalitäten zugleich, andererseits wird ein komplexes Gesamtkonzept von Lokalität im medialen Nicht-Raum entworfen, in dem unterschiedlichste lokale Erfahrungsräume koexistieren.¹⁸¹ Die spezifischen Raumstrukturen werden durch den *global flow* an Bildern und Informationen im *mediascape* sicherlich verwischt, dafür geraten jene Gefühls- und Handlungsstrukturen, die Lokalitäten ebenso stark determinieren, immer stärker in den globalen Fokus. So kann das Mediennetzwerk Al Jazeeras durch die Behandlung, Reflexion und Reproduktion dieser lokalen Gesellschaften und Beziehungen einen globalen Austausch *über* und *zwischen* Lokalitäten erzeugen. Dieser Dialog in den virtuellen Gemeinden des *mediascape* kann unter Umständen zu Rückkopplungseffekten auf die realen, räumlichen Gemeinden führen.

„Rather than a simple opposition between spatial and virtual neighborhoods, what has emerged is a significant new element in the production of locality. The global flow of images, news, and opinion now provides part of the engaged cultural and political literacy that diasporic persons bring to their spatial neighborhoods.

¹⁸⁰ Sendung vom 04.06.2011, siehe Sichtungprotokoll.

¹⁸¹ In Anlehnung an Mulder 2002: 43.

In some ways, these global flows add to the intense, and implosive, force under which spatial neighborhoods are produced.”¹⁸²

Die reale, räumliche Reproduktion *vor Ort* und virtuelle bzw. imaginative Reproduktion im medialen *Nicht-Raum* widersprechen sich nicht, sondern bedingen sich gegenseitig. Lokalität konstituiert sich sowohl aus einer räumlichen Erfahrung des Sich-an-einem-Ort-befindens, als auch aus relationalen bzw. kontextualen Empfindungen. Lokalitäten sind die geographische und kollektive Rückversicherung für die eigene Herkunft und Zugehörigkeit zu einer festen *Ortsgemeinde*¹⁸³, gerade weil die Partizipation an virtuellen Netzwerkgemeinschaften immer weiter zunimmt und der *global flow* Territorien und Grenzen verwischt. Das News-Network Al Jazeera negiert dabei den Raum, ob in Form einer bestimmten Örtlichkeit, einer Nation oder eines Kontinents, als Erfahrungskontinuum *nicht*, ist aber auch nicht imstande, diesen nachzubilden. Sein Projekt besteht darin, das Lokalitätsgefühl im Sinne von Zugehörigkeit zu reproduzieren. Al Jazeera schickt sich an, seiner virtuellen Netzwerkgemeinschaft Material zur Verfügung zu stellen, zum einen, um reale Lokalitäten zumindest als Gefühls- und Wissensstrukturen zu begreifen und zum anderen, um diese kollektiv und im globalen Kontext weiterzuentwickeln.

„Locality, in the end, may still have something to do with scale and place, and with the body (and without that it loses all its meaning) – but with the difference that the horizons of globality, through media and the work of imagination and migration, can become part of the material through which specific groups of actors can envision, project, design and produce whatever kind of local feeling they wish to produce.“¹⁸⁴

3.4 Ein neues Verständnis von Globalität / Lokalität

Was macht das News-Network Al Jazeera nun aus dem vermeintlichen Gegensatzpaar global / lokal? Den bereits diskutierten journalistischen Praktiken nach zu urteilen, versucht der Nachrichtensender die durch fortschreitende Globalisierung entstandene Ambivalenz von Globalität und Lokalität (*vgl. 3.1*) zu versöhnen. Dass die Welt mittlerweile als „global village“ oder „a single place“ wahrgenommen und behandelt wird, hat zu einer generellen Unaufmerksamkeit gegenüber von Lokalitäten, von Räumen, Orten oder auch Nationen geführt¹⁸⁵, weshalb sich die Nachrichten immer mehr nach Informationen aus deterritorialisierten Quellen richten. Doch anstatt sich nur am globalen Konsens der Nachrichten zu orientieren, dringt Al Jazeera zu den Lokalitäten hervor, die Ereignisse, Informationen und damit Nachrichten hervorbringen, aber im *global flow* von Daten und Bildern verloren gehen. Dass territoriale Grenzen durch *media-*, *techno-* oder *financescapes* ständig übergan-

¹⁸² Appadurai 2005: 197.

¹⁸³ In Anlehnung an Faßler 1996: 168.

¹⁸⁴ Mulder 2002: 34.

¹⁸⁵ Vgl. Berking 2006: 7, 10.

gen werden, heißt nicht, dass diese sich auflösen oder an Bedeutung verlieren. Die destabilisierende Dynamik der Globalisierung steht in einem ständigen Spannungsverhältnis mit den stabilisierenden Strukturen der Lokalität. Lokale Interessen, seien sie ethnischer oder nationaler Herkunft, bleiben trotz Homogenisierung globaler Handels- und Kommunikationsstrukturen bestehen.¹⁸⁶ Wenn Al-Jazeera English an einem neuen Verständnis von Globalität und Lokalität arbeitet, kann dieses weder vom Pathos einer ethnischen Gemeinde noch von territorialen Restriktionen geleitet sein. Tatsächlich zeichnen sich seine vielfältigen Praktiken der Berichterstattung und hybriden Formate durch ein stetiges Wechselspiel aus: Al-Jazeeras journalistische Arbeit oszilliert zwischen der Anerkennung und Repräsentation raumgebundener Erfahrungen (Lokalität) und der thematischen Auseinandersetzung über territoriale und ethnische Grenzen hinaus (Globalität).

Anhand von Al Jazeera Englishs Berichten zur *News Hour* lässt sich die Verzahnung dieser beiden Konzepte am deutlichsten beobachten. In einem Beitrag über die Proteste gegen Griechenlands Sparmaßnahmen infolge der Wirtschafts- und Finanzkrise wurden ausführliche Aufnahmen von den Ausschreitungen und den Straßenkämpfen mit der Polizei in Athen gezeigt. Der Reporter Alan Fisher befand sich auf einem Balkon und kommentierte das Geschehen unter ihm. Allein dieses Bild impliziert maximale Nähe zu den lokalen Handlungen. Im Folgenden werden Aufnahmen von dem Treffen des griechischen Premierministers mit politischen Partnern gezeigt, der Bericht wird somit auf die internationale Ebene gehoben. In diesem kurzen Beitrag von 2:15 Minuten¹⁸⁷ offenbart sich bereits das global-lokale Wechselspiel des News-Networks: Al Jazeera English beginnt seine Berichterstattung beim lokalen Erfahrungsraum, um die örtlichen Beobachtungen in den globalen Kontext zu stellen.



¹⁸⁶ Vgl. Böhret 2010: 3f.

¹⁸⁷ Beitrag aus der Al Jazeera News Hour, siehe Sichtungsprotokoll.

Global markets shaken by Greek debt crisis

Shares around the world fall amid concerns over Greece's escalating debt woes.

Last Modified: 16 Jun 2011 08:49

Email Print Share Send Feedback Tweet 127 Like 238



Abb. 18 bis 20:

Die Berichterstattung vor Ort mit anschließender Öffnung der Nachricht zum internationalen Geschehen sind beliebte journalistische Methoden auf Al Jazeera English.

In einem etwas längeren Beitrag der *News Hour* (ca. 7 Minuten)¹⁸⁸ sind die Praktiken noch differenzierter: Der Korrespondent in Athen gibt auf Anfragen des Nachrichtensprechers in Doha eine kritische Einschätzung zu den Sparmaßnahmen des griechischen Finanzministers, während man im Hintergrund die Demonstrationen beobachten kann. Der Kommentar des Korrespondenten wird anschließend von Bildern aus Athen zum regulären Alltag und zu den Unruhen der Bevölkerung überlagert, welche die Spuren der vergangenen Aufstände nachzeichnen. Im Anschluss wird zwischen Doha und Athen über die Situation Griechenlands im letzten und in diesem Jahr gesprochen, wobei mögliche Konsequenzen für die EU und die Weltwirtschaft diskutiert werden. Schlussendlich stellt man in Doha Verbindung zum Korrespondenten Jan Randolph in London her, welcher eine kurze Einschätzung zur aktuellen Börsensituation gibt und auf die Auswirkungen auf europäische Banken und den Weltmarkt hinweist. Mehr als deutlich lässt sich an diesem Beitrag Al Jazeera Englishs beliebtes und effizientes Schema der Berichterstattung nachvollziehen: Man beginnt auf einer Art Mikroebene, nämlich dort, wo die Informationen ihrem Ursprung haben, in Athen. Dort werden per Korrespondenz die aktuellen lokalen Wissens- und Handlungsstrukturen der Nation Griechenland observiert, die im Zusammenhang mit der Nachricht stehen. In diesem Fall wurde die Korrespondenz mit Athen zur Öffnung des Informationsfeldes genutzt, um die Brücke zum internationalen Kontext der EU zu schlagen. Mit einer zusätzlichen Korrespondenz wird der Bericht schließlich auf die Makroebene des Weltmarktes gehoben, das Thema erfährt schließlich eine Einbettung in den globalen Kontext. Dieses Vorgehen von lokal zu global hat für Al Jazeera English große Vorteile: Durch den Beginn im Lokalen kann prinzipiell jede Nachricht im wei-

¹⁸⁸ Sendung vom 16.06.2011, Al Jazeera News Hour, siehe Sichtungprotokoll.

teren Verlauf noch ihre globale (oder mindestens internationale) Relevanz und Wirkung ausloten.

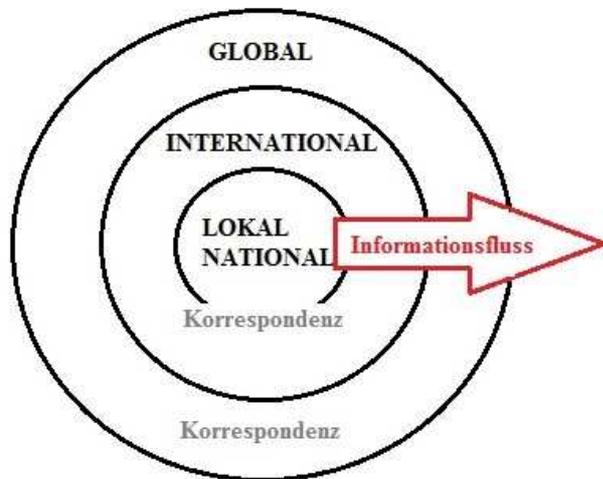


Abb. 21: Der Informationsfluss innerhalb der Nachricht beginnt beim lokalen Ursprung der Ereignisse, transzendiert anschließend das unmittelbare internationale Umfeld, um letztendlich globale Perspektiven zu eröffnen, die weltweit anschlussfähig sind.

Bei Al Jazeera English werden Nachrichten mit ihrem lokalen Kontext verbunden und aufbereitet. Die Produktion dieser Nachrichten basiert auf den lokalen Ereignissen, die nicht an jedem beliebigen Ort der Welt stattfinden können. Diese regionale Gebundenheit impliziert automatisch einen soziokulturellen Kontext, der für das Verständnis der Nachrichten unerlässlich ist. Desweiteren können Informationen verschiedenste Bedeutungen mit sich bringen, die wiederum vom kulturellen Hintergrund abhängen, mit dem der Rezipient die Nachricht liest.¹⁸⁹ Das bedeutet folglich eine zweifache Abhängigkeit von Lokalitäten: Zum einen von ihrer einzigartigen räumlich-kulturellen Herkunft, zum anderen von ihrer Lesart vor einem bestimmten kulturellen Hintergrund. Auf die Deutung der Nachrichten durch seine Nutzer hat das News-Network freilich kaum Einfluss, noch dazu fördert es deren individuelle Reflexion durch partizipative Formate. Allerdings bemüht sich Al Jazeera English, das lokale Umfeld als spezifisches soziokulturelles Konzept, aus dem eine Nachricht entstanden ist, adäquat zu betrachten und für ein globales Publikum verständlich aufzubereiten und zur Diskussion zu stellen, was Formate wie *Listening Post*, *The Stream* oder *Artscape* beweisen. Al Jazeera English leistet mit diesen Sendungen fließende Übergänge von lokal zu global und wieder zurück, insofern sie sich lokalen Strukturen zuwenden, diese global kommunizieren und sich für Perspektiven aus anderen lokalen Kontexten interessieren. Damit folgt der Sender einem spezifischen Modell der „Glokalisierung“, das eine permanente Verschmelzung von global und lokal ineinander etabliert. Die Nachrichtenerstellung erfolgt idealerweise aus lokalen Inhalten und Prozessen, welche global aufbereitet und verbreitet werden und dadurch wiederum Auswir-

¹⁸⁹ Vgl. Lindenberg 2006: 92.

kungen auf verschiedenste Lokalitäten haben.¹⁹⁰ Al Jazeera beherrscht diese wechselseitigen Praktiken und wirkt damit als „Entwicklungshelfer“ zur Angleichung zwischen global und lokal. In dieser Rolle muss das News-Network sowohl auf die lokalen Gesellschaften und Kulturen eingehen, als auch die globale, gesamtgesellschaftliche Entwicklung reflektieren.¹⁹¹ Indem Al Jazeera English dies tut, zeigt es, dass Globalität / Lokalität gar kein Gegensatz sind, sondern untrennbar zusammengehören. Beide Konzept sind fundamental abhängig voneinander und müssen „aneinander“ entwickelt werden¹⁹²: Globalität kann nicht entstehen, wenn nicht unzählige Lokalitäten in ein weltumspannendes Netzwerk eintreten. Al Jazeeras Produktion von Globalität hängt von der Reproduktion multipler lokaler Wissens- und Gefühlsstrukturen ab. Das Globale wird lokal an verschiedenen Orten produziert¹⁹³ und das Lokale wird u.a. auch im globalen Nicht-Raum entwickelt. Die dadurch entstehenden Rückkopplungen müssen nicht ausschließlich eine Degradierung der räumlichen Abgrenzung bedeuten. Globale Strukturen und Praktiken werden im Lokalen nicht bedingungslos übernommen, sondern in spezifischen kulturellen Kontexten angewandt:

„Um aber zu verstehen, wie sich soziale und kulturelle Zusammenhänge lokal, regional und global unter den Bedingungen globaler Nachrichten-, Informations- und Kommunikationssysteme bilden, muß man sensibel mit dem *Wechselverhältnis von Unterschied, lernender Anpassung und Abhängigkeit* umgehen. Dies umso mehr, als computergestützte Kommunikationsnetzwerke von ‚sich aus‘ keine Nutzungsstile festlegen.“¹⁹⁴

Die lokale Nutzung globaler Mediennetzwerke wird von den umgebenen Wissens- und Handlungsstrukturen determiniert, welche auf das Konzept von Kultur zurückzuführen sind. Nation und Ethnie sind diesem Konstrukt inhärent, jedoch lässt es sich nicht auf diese reduzieren, denn Kultur kann, auch wenn sie mit Lokalitäten verbunden ist, nicht territorial fixiert werden. Zwar dient Kultur im relationalen Sinne der Differenzierung und Abgrenzung von lokalen Gesellschaften und Identitäten. Allerdings führt diese Auslegung von Kultur auch zu den Jihad-Bewegungen, welche einen ethno-kulturellen Überlebenskampf proklamieren.¹⁹⁵ In Verbindung mit den globalen Netzwerken und dem interkulturellen Austausch ist Kultur hingegen eine soziale Praktik, die sich von der räumlich-lokalen Erfahrung in ein enträumlichtes, globales Erleben übersetzen lässt. Diese dimensionale Auffassung von Kultur organisiert sich einmal mehr über Imagination, indem kollektive Identitäten sowohl vor Ort als auch im Nicht-Raum des *mediascape* gebildet werden.¹⁹⁶ In globalen Netzwerken erfährt Kultur eine

¹⁹⁰ In Anlehnung an Böhret 2010: 9.

¹⁹¹ In Anlehnung an Böhret 2010: 15.

¹⁹² Vgl. Böhret 2010: 4.

¹⁹³ Vgl. Massey 2006: 30.

¹⁹⁴ Faßler 1996: 172, Hervorhebungen vom Autor.

¹⁹⁵ Vgl. Mulder 2002: 45f.

¹⁹⁶ Ebenda.

permanente Verflechtung und Verflüchtigung. An *The Listening Post* oder *Artscape* zeigt sich, dass bei Al Jazeera English kulturelle Diversität und Fluidität reproduziert und reflektiert wird, womit die ethno-kulturelle Opposition McWorld versus Jihad an Wirkung verliert¹⁹⁷ und globale interkulturelle Verständigung maßgeblich gefördert wird.

„The transnational communication system [...] offers opportunities of new forms of bonding and solidarity, new ways of forging cultural communities.’ Thus, new international channels of communication break down divisions between nations and increase understanding and empathy between peoples around the world.“¹⁹⁸

Globalisierung bei Al Jazeera meint in diesem Sinne die Anerkennung ethnischer, kultureller, religiöser und nationaler Diversität und die Pluralität lokaler Gesellschaften¹⁹⁹, zwischen denen ein Austausch organisiert werden muss. Al Jazeera scheint diese Aufgabe zu erfüllen, da es immer wieder Personen aus aller Welt zu Wort kommen lässt, die lokale Perspektiven zu global diskutierten Themen eröffnen. An dieser Stelle sollen daher die in 1.3.2 erwähnten *Global Village Voices* zur Sprache kommen. Sie bilden einen festen Bestandteil des Formates *Listening Post*, das lokale Medienstrukturen diskutiert. Im Anschluss an jedes Thema werden Aufnahmen von Privatpersonen eingeblendet, welche ihre Meinung zu dem behandelten Medienproblem darlegen. Neben dem Video stehen Informationen zu Profession und Aufenthaltsort der jeweiligen Person. Meist stammen diese aus dem zuvor betrachteten Territorium. So erhielten im Anschluss an den Beitrag „Where was the media hunt for Ratko Mladic?“ Personen aus dem serbischen Raum eine Stimme bei *The Listening Post*. Die Ortsansässigen selbst kommentieren die Wissens- und Handlungskontexte, die sie täglich umgeben.



Abb. 22: Die regelmäßigen Kommentare der Global Village Voices reproduziert Lokaltäten als soziokulturelle Bedeutungsräume – durch deren lokale Subjekte.

¹⁹⁷ Sofern ihre Akteure sie nicht durch spezielle Netzwerke aufrecht erhalten und eigene *mediascapes* herausbilden, die sich in den Dienst radikaler ethno- und ideoscapes stellen.

¹⁹⁸ Rinnawi 2006: 4.

¹⁹⁹ Vgl. ebenda.

Sie verschaffen damit den Rezipienten weltweit ein besseres Verständnis von dieser und jener Lokalität und arbeiten gleichzeitig auch an der *glokalen* Identitätsbildung. Diese ist und bleibt sicherlich ein komplexer soziokultureller Prozess, der nicht allein in globalen Netzwerken stattfinden werden kann, da diese keine Rücksicht auf die geographische Herkunft nehmen können. Globalität und die territoriale Dimension von Lokalität bleiben ein unvereinbarer Gegensatz. Das Mediennetzwerk Al Jazeera kann insofern Globalität und Lokalität vereinen, indem es lokales Wissen sowie lokale Gefühle und Erfahrungen nachzeichnet und auf diese Weise globale, interkulturelle Diskurse und Dialoge unter seinen Rezipienten hervorruft.

„Es gibt keine Versöhnung zwischen Netzwerk und Geographie, sondern Kommunikation. In Netzwerken werden von den Nutzerinnen und Nutzern eigene Muster der Selbstorganisation entwickelt. Sie werden zu Beteiligten, Akteuren, zu Publikum, zu Siedlern in gemeinsam erstellten Räumen, werden Bevölkerung, entwickeln Identitäten.“²⁰⁰

Insofern verschiebt sich dennoch ein wesentlicher Teil der Identitätsbildung in den globalen *mediascape* Al Jazeeras, da im News-Network verschiedenste Lokalitäten, eigene und fremde, reproduziert werden. Ethnien und Nationen lösen sich im Nicht-Raum des *mediascape* Al Jazeera English sicherlich nicht auf, schließlich werden sie immer noch ausführlich behandelt. Jedoch stehen sie medienkulturellen Prozessen rund um den Globus gegenüber, die differenziertere, multi- oder transnationale Identitäten und Perspektiven herausbilden. Da Al Jazeeras Netzwerk an jeder Lokalität der Welt präsent sein kann, übertragen sich lokale Wissens-, Handlungs- und Sozialstrukturen auf den globalen *mediascape*, wodurch das Al Jazeera Netzwerk selbst eine Sozialstruktur entwickelt. „Die Insel“ wird tatsächlich virtuell bewohnt und avanciert zu einem *glokalen Nicht-Ort* der Begegnung ihrer zahlreichen und vielfältigen Mediennutzer. „Diese bleiben ihren Herkunftsorten verbunden, aber nicht verpflichtet; sie handeln textlich, bildlich, verbal, graphisch, sie senden und empfangen, ohne einer normativen, strukturellen, politischen Bezeugung fester Zusammenhänge verpflichtet zu sein“²⁰¹, ebenso wie Al Jazeera keinem nationalen, ethnischen oder politischen Konzept verpflichtet ist.

Global wie lokal besteht öffentliches Interesse an ehrlichen Medien, unverfälschten Informationen und Bildern²⁰² – Al Jazeera ist allem Anschein nach gewillt und auch im Stande, dies zu leisten: Es durchdringt lokale Angelegenheiten und bringt diese mit den globalen Verhältnissen in Verbindung, was man an den innovativen Sendungen von *The Listening Post*, *Artscape* oder *The Stream* täglich bzw. wöchentlich nachvollziehen kann. Imaginierte Gemeinschaften ethnischer oder ideologischer Art treffen bei Al Jazeera ganz natürlich aufeinander und erhalten eine Kommunikationsplattform, die unermüdlich an deren gegenseitiger

²⁰⁰ Faßler 1996: 176, Hervorhebungen vom Autor.

²⁰¹ Faßler 1996: 169.

²⁰² In Anlehnung an Thussu 2008: 171.

Verständigung arbeitet. Deshalb verschafft das News-Network lokalen Perspektiven globale Aufmerksamkeit und Empathie. Al Jazeeras kommunikativer Nicht-Raum ist ein moralisch motivierter *mediascape* von globalem Ausmaß und lokalem Mitgefühl.

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit hat sich einer dreifachen Untersuchung des News-Networks Al Jazeera zwischen Globalität und Lokalität angenommen. Ähnlich der beschriebenen Berichterstattung Al Jazeera Englishs (vgl. 3.4) wurde auf einer Art Mikroebene begonnen, um die Analyse des Nachrichten-Netzwerks stufenweise einem immer breiteren Feld zu öffnen. Folgende Entwicklungen konnten an Al Jazeera nachvollzogen werden: *Erstens*, vom Unternehmen im lokalen, pan-arabischen Kontext zum *global player* im internationalen Nachrichtengeschäft, *zweitens*, vom lokalen, monodirektionalen TV-Medium zum globalen, komplexen Mediennetzwerk und *drittens*, vom Vermittler lokaler, arabischer Perspektiven zur globalen, kulturübergreifenden Kommunikationslandschaft.

Der erste Teil charakterisierte den Nachrichtensender als Medienunternehmen, das von der katarischen Regierung hohe finanzielle Unterstützung und Vertrauen genießt. Dabei wurde festgestellt, dass die daraus resultierenden journalistischen Freiheiten maßgeblich zu Al Jazeeras internationalem bis globalem Aufstieg in den Nachrichtenmarkt beigetragen haben. Die umfassende und kritische Berichterstattung selbst zu heiklen Themen hat Al Jazeera im arabischen Raum den Ruf des wohl vertrauenswürdigsten Fernsehsenders eingebracht. Auch auf internationaler Ebene gilt das News-Network als umstrittenes, aber dennoch hochprofessionelles Medium, das sich durchaus mit den Marktführern BBC und CNN messen kann, weshalb Al Jazeera English die internationale Entfaltung des Unternehmens fortgesetzt und einen globalen Wettbewerber hervorgebracht hat. Dieser belebt das weltweite Nachrichtengeschäft nicht nur im Hinblick auf seine Konkurrenten. Auch für seine Rezipienten schlägt Al Jazeera English neue Nutzungsformen des eigenen Nachrichtenkanals vor: Die vielfältigen Partizipationsmöglichkeiten bei innovativen Programmen wie *The Stream* oder *Listening Post* sowie die zusätzlichen Leistungen zur Kommunikation *mit* und *durch* den Sender erlauben einen multidirektionalen Umgang mit Informationen und organisieren das News-Network tatsächlich als ein globales Netzwerk aus multiplen Produktions- und Distributionswegen.

Die zweite, medienwissenschaftliche Betrachtung untersuchte Al Jazeera als Medium. Die Betrachtung seiner Kommunikationsstrukturen legte schließlich nahe, das News-Network als Mediennetzwerk zu definieren, insofern es sich aus verschiedenen Medienformaten zusammensetzt, die sowohl Diskurse als auch Dialoge erzeugen und verbreiten. Da Al Jazeera schon

früh den Übergang von der lokalen TV-Ausstrahlung zur globalen Bereitstellung seiner Produkte im Internet vollzogen hat, kann ohnehin nicht mehr von einem reinen Fernsehsender gesprochen werden. Die Hybridisierung von Produkten und Prozessen, die im ersten Teil besprochen wurde, ließ auf eine hochgradige Hybridisierung der gesamten Kommunikation via Al Jazeera schließen. Unter Beibehaltung der traditionellen massenmedialen Ausstrahlung von Nachrichten gelingt es dem „Medium“ durch seine netzwerkartige Organisation Anschlüsse an jeden Informationskanal zu ermöglichen. Diese können diskursiver oder dialogischer Art sein, meist jedoch sind sie beides, insofern der individuelle Gebrauch der einzelnen Medien den *Nutzern* Al Jazeeras obliegt. Als Mediennetzwerk verändert der Nachrichtensender nicht nur seine eigene Rolle als Massenkommunikator, sondern impliziert auch die Transformation des passiven Zuschauers zum aktiven Mediennutzer. Die Wahrnehmung dieser neuen Verantwortung bedeutet wichtige Veränderungen der globalen Kommunikation: Durch die Verzahnung diskursiver und dialogischer Mediennutzung sind die Rezipienten Al Jazeeras befähigt, mit dem Sender selbst und untereinander zu „sprechen“ – was die Beteiligung verschiedenster lokaler Perspektiven am globalen Austausch von Informationen und Meinungen nach sich zieht.

In Bezug darauf schloss sich die weitreichendste und wohl abstrakteste Betrachtung Al Jazeeras an: Die Untersuchung des News-Networks als Produkt der Globalisierung und als Produzent von Globalität / Lokalität gleichermaßen. Im Kontext der Dualität von kultureller Homogenisierung und Fragmentierung (McWorld versus Jihad), die der Globalisierungsprozess hervorgebracht hat, konnte festgestellt werden, dass Al Jazeera English den etablierten Gegensatz von lokaler Abgrenzung und globaler Verwischung von Kulturen und Ethnien zu vereinen sucht. Bei der globalen Expansion des Medienunternehmens bzw. -netzwerks überwindet Al Jazeera kontinuierlich Grenzen territorialer und ethno-kultureller Art. In seinem globalen *mediascape* sind seine Nutzer von räumlich-territorialen und ethnischen Zwängen gelöst, sie bewohnen einen virtuellen Nicht-Raum mit eigener Sozial- und Kommunikationsstruktur, dessen zentraler Mittler „Die Insel“ (Al Jazeera) ist. Vermittelt werden besonders die Wissens- und Handlungsstrukturen, in die sich Individuen an verschiedensten Lokalitäten einfügen. So thematisiert und fördert Al Jazeera einerseits die Verbundenheit zu national, ethnisch und kulturell zusammengefügt *Erfahrungsräumen*, entbindet seine Rezipienten aber von einer ideologischen Verpflichtung gegenüber von Territorien.

Diese neuartige Konzeption von Globalität und Lokalität als Erfahrungskontinuen ohne territoriale Restriktion bedeutet auch ein neues Verständnis von Nachrichtenproduzenten und Nachrichtenkonsumenten. Diese sozialen Rollen sind mittlerweile nicht mehr so trennscharf

wie noch vor einigen Jahren, da die Funktionen von Sender und Empfänger im News-Network zunehmend zusammenfallen. So arbeitet Al Jazeera an seiner Ausbreitung als Nachrichten- bzw. *Mediensphäre*, die unterschiedlichste Lokalitäten durchdringt und in ein weltumspannendes Kommunikationsnetzwerk integriert. Man könnte dies als ein ehrgeiziges Projekt der Völkerverständigung sehen, wobei *ethnoscapes* und *ideoscapes* die Inhalte, aber nicht die Bedingungen für den globalen Austausch stellen. Dieser Prozess kann jedoch nicht als abgeschlossen betrachtet werden, insofern auch die Globalisierung und die daraus entstandene ethno-kulturelle Dualität noch kein Ende gefunden haben. Zudem mag es sein, dass Al Jazeeras globale Konkurrenten gleichwertig bewohnbare Sozialstrukturen ausgebildet haben bzw. ausbilden werden, womit ein *mediascape* den nächsten überlagern könnte, ohne dass ein Austausch zwischen diesen Sphären besteht. Zahlreiche News-Networks existieren heutzutage nebeneinander und stehen im Wettbewerb zueinander. Dadurch überlagern sich auch verschiedene Konzepte von Globalität / Lokalität im weltweiten Nachrichtengeschäft, von denen sich noch zeigen wird, ob sie kompatibel sind.

Anhang – Sichtungsprotokoll Al Jazeera English

Datum	Zeitangabe	Sendungen	Quelle
14.04.2011	12:55 – 14:00	<ul style="list-style-type: none"> • News Hour • Inside Story: Battle for Libya 	Live-Stream auf http://english.aljazeera.net/watch_now/
03.05.2011	10:00 – 11:00	<ul style="list-style-type: none"> • News Hour • The Stream 	Live-Stream auf http://english.aljazeera.net/watch_now/
03.05.2011	12:30 – 13:00	NTV News Special zu Bin Ladens Tod	NTV Fernsehübertragung
11.05.2011	24:50 min	Listening Post: Smoke and mirrors: The bin Laden death story	Aufzeichnung vom 07.05.2011 http://english.aljazeera.net/programmes/listeningpost/2011/05/2011578549256529.html
11.05.2011	ca. 25 min	Inside Story: The next Osama	Aufzeichnung vom 04.05.2011 http://english.aljazeera.net/programmes/insidestory/2011/05/20115574359773703.html
11.05.2011	16:15 – 17:15	News Hour, The Stream	Live-Stream auf http://english.aljazeera.net/watch_now/
18.05.2011	14:00 – 15:00	<ul style="list-style-type: none"> • Al Jazeera World: I knew Bin Laden Part II • The Stream • Listening Post 	Live-Stream auf http://english.aljazeera.net/watch_now/
20.05.2011	10:00 – 10:30	News Hour	Live-Stream auf http://english.aljazeera.net/watch_now/
20.05.2011	24:30 min	Listening Post: Syria – Keeping the Story alive	Aufzeichnung vom 14.05.2011 http://english.aljazeera.net/programmes/listeningpost/2011/05/201151483318925416.html
04.06.2011	24:45 min	Inside Story: Europe's E-Coli Crisis	Aufzeichnung vom 03.06.2011 http://english.aljazeera.net/programmes/insidestory/2011/06/20116483136603901.html

			mes/insidestory/2011/06/20116287348642872.html
28.06.2011	-	Artscape: The First Season (Prezi®-Präsentation)	Aufzeichnung vom 07.04.2011 http://english.aljazeera.net/programmes/general/2011/04/201147164051598833.html
11.07.2011	10:00 – 10:30	Al Jazeera News Hour	Live-Stream auf http://english.aljazeera.net/watch_now/
11.07.2011	25:10 min	Inside Story: Greece: Bailouts, austerity and protests	Aufzeichnung vom 29.06.2011 http://english.aljazeera.net/programmes/insidestory/2011/06/201163071415903762.html

Literaturverzeichnis

Albarran, Alan B., Sylvia M. Chan-Olmsted. 1998. *Global Media Economics: Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*. Ames, Iowa : Iowa State Univ. Press

Al-Mikhlafoy, Abdo Jamil. 2006. *Al-Jazeera. Ein regionaler Spieler auf globaler Medienbühne*. Marburg: Schüren

Anders, Günther. 1956. „Die Welt als Phantom und Matrize“. In: Engell, Lorenz, Oliver Fahlke, Britta Neitzel, Claus Pias, Joseph Vogl (Hg.) 2004. *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart: DVA

Appadurai, Arjun: „Grassroots Globalization and the Research Imagination“. In: Ders. (Hg.) 2001. *Globalization*. Durham: Duke University Press, Seite 1-21

Ders. 2005. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press

Baldauf, Anette, Christian Hoeller. 1999. *Translocation_new media/art: "Modernity at Large"*. Interview mit Arjun Appadurai. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.arjunappadurai.org/translocation_new-mediaart-modernity-at-large-appadurai-interview-1999/, Zugriff: 01.07.2011

Beck, Hanno. 2002. *Medienökonomie: Print, Fernsehen und Multimedia*. Berlin: Springer

Berking, Helmut. „Raumtheoretische Paradoxien im Globalisierungsdiskurs“. In: Ders. (Hg.) 2006. *Die Macht des Lokalen in einer Welt ohne Grenzen*. Frankfurt a.M.: Campus-Verlag, Seite 7-22

Bleicher, Joan Kristin. „Medien, Markt und Rezipienten. Aufmerksamkeit als Grundbedingung medialer Kommunikation“. In: Dies., Knut Hickethier (Hg.) 2002. *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*. Münster: Lit, Seite 125-148

Böhret, Carl. 2010. *Zukunftsmodell „Glokalisierung“?*. Speyer: Deutsche Hochschule für Verwaltungswissenschaften

Bolter, Jay David. „McLuhan und die skopischen Ordnungen der zeitgenössischen Kultur“. In: Kerckhove, Derrick de, Martina Leeker, Kerstin Schmidt (Hg.) 2008. *McLuhan neu lesen. Kritische Analysen zu Medien und Kultur im 21. Jahrhundert*. Bielefeld: Transcript, Seite 291-303

Ess, Charles. „Introduction: What's culture got to do with it? Cultural Collisions in the Electronic Global Village, Creative Interferences, and the Rise of Culturally-Mediated Computing“. In: Ders., Fay Sudweeks. 2001. *Culture, technology, communication : towards an intercultural global village*. Albany : State University of New York Press

- Faßler, Manfred. „Privilegien der Ferne. Elektronische Landschaften, transkulturelle Kommunikation und Weltrhetorik“. In: Ders. (Hg.) 1996. *Gegen die Restauration der Geopolitik : zum Verhältnis von Ethnie, Nation und Globalität*. Gießen: Focus-Verlag, Seite 166-202
- Fiske, John. 1989. „Augenblicke des Fernsehens“. In: Engell, Lorenz, Oliver Fahle, Britta Neitzel, Claus Pias, Joseph Vogl (Hg.) 2004. *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart: DVA
- Flusser, Vilém. „Kommunikologie“. In: Bollmann, Stefan (Hg.) 1996. *Schriften / Bd. 4 / Kommunikologie*. Mannheim: Bollmann
- Flusser, Vilém. 1974. „Medienkultur“. In: Bollmann, Stefan (Hg.) 2008. *Medienkultur / Vilém Flusser*. Frankfurt a.M.: Fischer-Taschenbuch-Verlag
- Gläser, Martin. 2008. *Medienmanagement*. München: Verlag Vahlen
- Hutzschenreuter, Thomas. 2008. *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. Wiesbaden: Gabler
- Kerckhove, Derrick de. „Vorwort. Alors, McLuhan? Toujours mort?“. In: Ders., Martina Leeker, Kerstin Schmidt (Hg.) 2008. *McLuhan neu lesen. Kritische Analysen zu Medien und Kultur im 21. Jahrhundert*. Bielefeld: Transcript, Seite 9-17
- Lindenberg, Sonja. 2006. *Al-Jazeera: Der arabische Satellitensender und das internationale Nachrichtengeschäft*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller
- Massey, Doreen. „Keine Entlastung für das Lokale“. In: Berking, Helmut (Hg.) 2006. *Die Macht des Lokalen in einer Welt ohne Grenzen*. Frankfurt a.M.: Campus-Verlag, Seite 25-31
- McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding media: the extensions of man*. Cambridge, Mass. [u.a.] : MIT Press
- Mulder, Arjen. 2002. *Transurbanism: The Right to participate in the Work of the Imagination. An Interview with Arjun Appadurai by Arjen Mulder*. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.arjunappadurai.org/wp-content/uploads/2011/01/transurbanism.pdf>, Zugriff: 01.07.2011
- o.A. 2003. *Illusion of Permanence: Interview with Arjun Appadurai by Perspecta 34*. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.arjunappadurai.org/wp-content/uploads/2011/01/Illusion-Of-Permanence.pdf>, Zugriff: 01.07.2011
- Pavlik, John Vernon. 2000. *New media technology: cultural and commercial perspectives*. Boston: Allyn and Bacon
- Rinnawi, Khalil. 2006. *Instant nationalism. McArabism, al-Jazeera and Transnational Media in the Arab World*. Lanham, Md. [u.a.] : University Press of America
- Rushing, John. 2007. *Mission Al-Jazeera: build a bridge, seek the truth, change the world*. New York [u.a.]: Palgrave Macmillan

Thussu, Daya Kishan. 2008. *News as entertainment: the rise of global infotainment*. Los Angeles: Sage Publications

Urry, John. „Globale Komplexitäten“. In: Berking, Helmut (Hg.) 2006. *Die Macht des Lokalen in einer Welt ohne Grenzen*. Frankfurt a.M.: Campus-Verlag, Seite 87-102

Wirtz, Bernd W. 2011. *Medien- und Internetmanagement*. Wiesbaden: Gabler

Zayani, Mohamed, Sofiane Sahraoui. 2007. *The Culture of Al Jazeera. Inside an Arab Media Giant*. Jefferson, NC: McFarland

Internetquellen

Screenshots: <http://english.aljazeera.net>

Al Jazeera (2010): Corporate Profile. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>, Zugriff: 12.06.2011

Al Jazeera (2010): Facts and Figures. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://english.aljazeera.net/aboutus/2010/11/20101110131438787482.html>, Zugriff: 12.06.2011

Al Jazeera (2010): Code of Ethics. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>, Zugriff: 12.06.2011

Bilder: Amphitheaterdiskurse, Netzdialoge (nach Vilém Flusser)

Paul, Joachim. 2001. *Regeln, die öffentliche Sache, Verantwortung und das Internet*. In: Vordenker. <http://www.vordenker.de/internet/internet.htm>, Zugriff: 24.07.2011

Video: Vortrag von Clay Shirky (TED Talks)

Shirky, Clay. 2005. *Institutions vs. Collaborations*. Elektronisch veröffentlicht unter: TED Talks. http://www.ted.com/talks/clay_shirky_on_institutions_versus_collaboration.html, Zugriff: 24.07.2011

Ehrenwörtliche Erklärung:

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche einzeln kenntlich gemacht. Es wurden keine anderen als die von mir angegebenen Quellen und Hilfsmittel (inklusive elektronischer Medien und Online-Ressourcen) benutzt.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung zur Note „ungenügend“ führt und rechtliche Folgen nach sich ziehen kann.

Weimar, den

Unterschrift