

**Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für den Nahen und Mittleren Osten,
Lehrstuhl für Arabistik und Islamwissenschaft**

11. Medienworkshop des Instituts für den Nahen und Mittleren Osten

After the Internet – Television Today: Twenty Years of Al Jazeera

29. Juni 2017, 18.30 Uhr s.t., Geschwister-Scholl-Platz 1, Hörsaal M109

Abendvortrag

Ehab Galal (Associate Professor, University of Copenhagen, Department of Cross-Cultural and Regional Studies)

„TV Channel, Political Party and State: Popular Voices of Al-Jazeera“

30. Juni 2017, Veterinärstr. 1

Workshop Programm

9 Uhr Kaffee und Tee

9.15 Uhr Begrüßung durch Bettina Gräf und Amir Hamid (LMU)

gemeinsamer Film: *Al Jazeera 20th Anniversary* (5:52)

9.30 Uhr Teil 1 Auftakt

Carola Richter (Professorin für Internationale Kommunikation an der Freien Universität Berlin)

„Al Jazeera als verlängerter Arm Qatars? 20 Jahre zwischen Modernisierung, Public Diplomacy und Propaganda“

10 Uhr Diskussion mit Carola Richter

- 10.30 Uhr Kaffee und Tee
- 11 Uhr Teil 2: Zwanzig Jahre Al Jazeera Arabisch (1996 - 2016)**
- Arbeit in drei Gruppen: Filmausschnitte aus: „Bi-lā ḥudūd/Ohne Grenzen“ mit Ahmed Mansour, 2.11.2016:
„Aus dem Newsroom von Al Jazeera zur Zwanzigjahr-Feier“ (49:36)
- 12 Uhr Diskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse im Plenum
- 12.30 Uhr Gemeinsames Mittagessen
- 14 Uhr Teil 3: Abschlussdiskussion und Ausblick auf die Zukunft der Forschergruppe**
„Arabische Massenmedien und (trans)regionale Netzkulturen“

„Nach dem Internet – Fernsehen heute: Zwanzig Jahre Al Jazeera“ /

„After the Internet – Television Today: Twenty Years of Al Jazeera“

Die Gründung des arabisch-sprachigen Satellitensenders *Al Jazeera* im Jahr 1996 markierte eine Zäsur, die die arabische Medienlandschaft nachhaltig verändert hat. Der Workshop nimmt das zwanzigjährige Jubiläum des Satellitensenders im November 2016 zum Anlass, um erneut über die gesellschaftliche Rolle neuer Medien- und Kommunikationstechniken nachzudenken, wobei wir uns besonders für den dynamischen Zusammenhang von Medientechnologie und politischem Handeln interessieren.

Anhand von Sekundärliteratur zu *cultural diplomacy*, *soft power* und dem Phänomen *Al Jazeera* sowie Videomaterial zur Zwanzigjahrfeier in Doha werden wir uns im Workshop mit der Frage nach den (Un)Möglichkeiten von politischer Partizipation von unten („politics from below“) in Zeiten von kommunikationstechnischen Innovationen, immensen transnationalen Investitionen im Kommunikations- und Medienmarkt und ausgeklügelten staatlichen Kulturpolitiken beschäftigen.

Fernsehen ist nicht mehr dasselbe wie vor 25 Jahren (als sich gerade der erste private saudische Satellitensender und Medienkonzern MBC gründete) und auch nicht wie vor 50 Jahren (als die meisten terrestrischen staatlichen Sender in der Region eben gegründet worden waren). *Al Jazeera* stellt heute neben dem ersten transnationalen arabisch-sprachigen Nachrichtenkanal ein globales Medienunternehmen und Netzwerk dar, mit verschiedenen Sendern und populären Sendeformaten in unterschiedlichen Sprachen. Das Unternehmen pflegt darüber hinaus Webauftritte auf Arabisch und Englisch, die neben dem Live Stream ins aktuelle TV-Programm auch eine Reihe von politischen Blogs beherbergen. Den Live Stream abonnieren im Moment 1,4 Millionen Nutzer über den eigenen Kanal auf YouTube. Seit 2007 ist *Al Jazeera* auf Twitter, seit 2015 interagiert das Netzwerk nach eigenen Angaben mit 100 Millionen Nutzern am Tag auf Snapchat. Die unternehmerischen Aktivitäten in sogenannten sozialen Netzwerken garantieren hohe Werbeeinnahmen.

Dies ist die technische und ökonomische Seite.

Die politische Seite ist schwieriger zu fassen und ambivalent, zumal Ökonomie, Staat und Politik in neoliberalen Zeiten eng verflochten und nicht voneinander zu trennen sind. Ein Begriff wie „Lügenkanal“ (*qanāt kāḍiba*) in Kommentaren auf Twitter oder YouTube ist seit 2011 keine Seltenheit. Angetreten war der Sender 1996 offiziell mit dem Anspruch nicht nur eine staatlich verordnete Meinung, sondern eine Pluralität von politischen Meinungen (*al-ra`y wa-l-ra`y al-āḥar*) zu Wort kommen zu lassen. Schon damals stellte dies ein Meisterstück kreativer staatlicher Kulturpolitik und geschicktem Soft Power dar.

Was das Politische angeht, so konzentrieren wir uns im Workshop zum einen auf die Kultur- und Medienpolitik des Golfstaates Katar in verschiedenen Phasen. Zum anderen interessiert uns das kritische Potential, das durch den Sender freigesetzt wurde. *Al Jazeera* stellte zunächst eine Alternative sowohl zu hegemonialen Repräsentationen arabischer Politik auf BBC und CNN dar und ermöglichte eine höhere Sichtbarkeit vorhandener Vielfalt in der Region.

Seit den arabischen Revolutionen 2010, die der Nachrichtensender sicher begünstigt hatte, büßte das Medienunternehmen dieses Image jedoch ein. Die bekanntesten Vorwürfe lauten: einseitige Berichterstattung und klare politische Positionierung zugunsten der Muslimbrüder sowie Gleichgültigkeit gegenüber den schiitischen Aufständischen gegen das Regime in Bahrain.

Mit welchen neuen Strategien und medialen Formaten (z.B. Blogs, Videobotschaften, interaktive Seiten) versucht *Al Jazeera* darauf zu reagieren, und sich als Stimme der arabischen Straße zu rehabilitieren? Hat der Wolf *Al Jazeera* sein Schafsfell abgeworfen und sein wahres machtpolitisches und strategisches Gesicht gezeigt? Welche anderen Interpretationen möglich sind, werden wir im Workshop erörtern.

Bettina Gräf/Amir Hamid

Workshop-Lektüre

Hudson, Leila and Iskandar, Adel, „Publics, Imaginaries, Soft Power, and Epistemologies on the Eve of the Arab Spring“ in: Hudson, Leila, Adel Iskandar, Mimi Kirk (eds.) *Media Evolution on the Eve of the Arab Spring*, New York, London: Palgrave Macmillan, 2014, 1-12.

Salvatore, Armando, „Before (and after) the ‘Arab Spring’: From Connectedness to Mobilization in the Public Sphere“, *Oriente Moderno*, 91 (2011), 5–12.

Samuel-Azran, Tal, „Al-Jazeera, Qatar, and New Tactics in State-Sponsored Media Diplomacy“, *American Behavioral Scientist*, 57 (2013) 1293-1311.

Seib, Philip M., „New Media and Public Diplomacy in the New Arab World, in: Hudson, Leila, Adel Iskandar, Mimi Kirk (eds.) *Media Evolution on the Eve of the Arab Spring*, Palgrave Macmillan, 2014, 181-192.

Zusätzlich:

Kraidy, Marwan M., and Joe F. Khalil, *Arab Television Industries*, New York, London: Palgrave Macmillan, 2009.

Al-Rawi, Ahmed, „Assessing Public Sentiments and News Preferences on Al Jazeera and Al Arabiya“, *International Communication Gazette*, 79 (2016), 26-44.

Richter, Carola, and Asiem el Difraoui, „Transnationales Satellitenfernsehen: Bilder sprengen Grenzen“, in: dies. (eds.), *Arabische Medien*, Konstanz München: UVK Verlagsgesellschaft, 2015, 39-50.

Sakr, Naomi, Jakob Skovgaard-Petersen, and Donatella Della Ratta, eds., *Arab Media Moguls*, London, New York: Tauris, 2015.

Seib, Philip M., ed., *Al Jazeera English: Global News in a Changing World*, New York: Palgrave Macmillan, 2012.