

Inhalt

Danksagung	8
Arabische Medien: Eine Einführung	9
<i>(Carola Richter & Asiem El Difraoui)</i>	
Teil I: Transnationale Phänomene arabischer Medien	
Die Geschichte arabischer Massenmedien von 1860 bis 1950.....	25
<i>(Bettina Gräf)</i>	
Transnationales Satellitenfernsehen: Bilder sprengen Grenzen.....	39
<i>(Carola Richter & Asiem El Difraoui)</i>	
Media Cities: Mediencluster als Mittel wirtschaftlicher Standortkonkurrenz.....	51
<i>(Almut Woller)</i>	
Facebook, Twitter & Co.: Die politische Rolle sozialer Netzwerkmedien	63
<i>(Maria Röder-Tzellos)</i>	
Alltag und Medien: Mediatisierung in der arabischen Welt	75
<i>(Ines Braune)</i>	
Genderkonstruktionen und Darstellungen von Geschlecht in arabischen Medien	87
<i>(Xenia Tabitha Gleissner)</i>	
Medien und Minderheiten in arabischen Ländern	99
<i>(Sebastian Elässer, Andrea Fischer-Tahir & Kristin Pfeifer)</i>	
Islamistische Medien: Vom Wahhabismus über die Muslimbrüder zum Cyber-Dschihad	117
<i>(Asiem El Difraoui)</i>	

Teil II: Arabische Länder und ihre Mediensysteme

Ägypten: Paradox von Vielfalt und Gleichschaltung.....131
(*Carola Richter*)

Sudan: Medien im Spannungsfeld von Islam,
Instrumentalisierung und Idealismus143
(*Anke Fiedler*)

Marokko: Gott, Vaterland und König und eineinhalb
Millionen Likes für Mohammed VI.....155
(*Ines Braune*)

Algerien: Im Land der Zeitungsläser167
(*Daniel Gerlach*)

Tunesien: Mediensystem im Umbruch179
(*Judith Pies*)

Libyen: Von der Diktatur des Grünen Buchs zum post-
revolutionären Chaos191
(*Carola Richter*)

Syrien: Von Einheitsstaats- zu Bürgerkriegsmedien.....203
(*Katharina Nötzold*)

Libanon: Freie Medien im Dienste ihrer Zahlmeister215
(*Katharina Nötzold*)

Palästina: Medien unter doppelter Besatzung.....227
(*Abir Kopty*)

Jordanien: Zwischen Politur und Strukturreform.....239
(*Judith Pies*)

Irak: Pluralismus in Bedrängnis.....251
(*Anja Wollenberg*)

Saudi-Arabien: Gleichzeitigkeit der Gegensätze	263
<i>(Carola Richter)</i>	
Vereinigte Arabische Emirate: Zwischen Zensur und unbegrenzten Möglichkeiten.....	275
<i>(Xenia Tabitha Gleissner)</i>	
Qatar: Ein immer noch loyalistisches Mediensystem	289
<i>(Sarah El Richani)</i>	
Bahrain: Freund und Feind des Internets	299
<i>(Leoni Wolf)</i>	
Kuwait: Ein verblichener Mythos	309
<i>(Martin Schiller)</i>	
Oman: Medien und Modernisierung im Land des Weihrauchs	319
<i>(Gidon Windecker)</i>	
Jemen: Medien als politische Waffen	331
<i>(Mareike Transfeld & Hafez Al-Bukari)</i>	
Autorinnen und Autoren.....	341

Qatar: Ein immer noch loyalistisches Mediensystem

Sarah El Richani

Der Vater des derzeitigen Emirs Tamim bin Hamad Al-Thani katapultierte 1995 Qatar auf die Weltbühne. Überhaupt erst 1971 hatte das winzige Emirat seine Unabhängigkeit von Großbritannien verkündet und hielt sich bis 1995 politisch und ökonomisch nahezu völlig bedeckt. Dann stürzte der rechtmäßige Thronfolger Hamad bin Khalifa Al-Thani seinen Vater und regte einen Politikwechsel mit weitreichenden Reformen an, darunter die Gründung von AL-JAZEERA 1996. Der darauf folgende politische Aufstieg des Emirats wurde zweifellos vor allem durch Qatars enormen Gasreichtum gefördert (Kamrava 2013:173).

Der Erfolg von AL-JAZEERA und die Rolle des Senders in der ambitionierten Außenpolitik des Emirats hat viel internationale Aufmerksamkeit, Bewunderung, aber auch Kritik eingebracht. AL-JAZEERAS Gründung aus den Überresten des eingestellten BBC ARABIC TV und die damit einhergehende Herausforderung des traditionellen arabischen Mediendiskurses kann mit einer arabischen Version von David gegen Goliath verglichen werden (Hafez 2008: 3).

Zwar gibt es eine Fülle von Analysen zu diesem Sender, aber es wurde bisher nur wenig über die lokale Medienlandschaft in Qatar geschrieben. Die Gründe hierfür sind zahlreich: Die Aussage des ehemaligen Leiters des saudi-arabischen Geheimdienstes Prinz Bandar bin Sultan, dass »Qatar nichts weiter als 300 Menschen und ein Fernsehsender« sei, mag übertrieben sein, enthält aber auch ein Körnchen Wahrheit. In der Tat leben nur etwa 300.000 Qataris in dem kleinen Emirat, das sich staatstheoretisch als autoritärer, neo-patrimonialer Rentierstaat beschreiben lässt. Als Gegenleistung für eine soziale Fürsorgestruktur, die jedem geborenen Qatari von der »Wiege bis zur Bahre« angedeiht (Dorsey 2014: 28), haben die Bürger quasi einen autoritären Staatsvertrag unterschrieben, den politischen Maßnahmen des Herrscherhauses ohne Murren Folge zu leisten. Im Zusammenspiel mit restriktiven Gesetzen und hohem politischen Druck bleibt somit wenig Raum für vielfältige oder abweichende Meinungen.

Historischer Rückblick

Die heutige Herrscherfamilie der Al-Thanis kam bereits im 18. Jahrhundert im Zuge von Nomadenwanderungen in das heutige Qatar und baute seine Macht gegen den rivalisierenden Clan der Al-Khalifas aus, die heute in Bahrain die Herrscherdynastie stellen. Konflikte zwischen beiden Ländern setzten sich über

die Jahrhunderte fort, gegen den die Al-Thanis Schutz durch einen Vertrag mit der kolonialen Großmacht Großbritannien suchten. Das Eindringen von Wahhabiten aus dem benachbarten Saudi-Arabien hinterließ ebenfalls Spuren, die zu engen religiösen Verbindungen der beiden Länder aber auch zu politischen Rivalitäten führten. Auch die Osmanen gaben ein kurzes Gastspiel in Qatar, wurden aber von der Schutzmacht Großbritannien 1915 endgültig verdrängt. In den zwei Jahrzehnten nach der Loslösung von Großbritannien im Jahre 1971 lebte Qatars Wirtschaft fast ausschließlich von Einkommen aus der Öl- und später auch der Gasförderung.

Die Entwicklung von Medien begann erst sehr spät und stand zunächst ganz im Zeichen allgemeiner Modernisierung und war komplett staatlich orchestriert. Neben dem offiziellen Anzeigenblatt AL-GAZETTA etablierte das Informationsministerium 1969 das Magazin AL-DAUHA. Auch audio-visuelle Medien wurden erst in den späten 1960er-Jahren gegründet. Erste Radiübertragungen begannen 1968. Zwei Jahre später startete QATAR TV, und 1975 dann die QATAR NEWS AGENCY, die als offizielle nationale Nachrichtenagentur dient. Im Nachgang des Palast-Putsches von 1995 als Qatars Wirtschaft sich weiterentwickelte und politische Ambitionen wuchsen, veränderte sich auch die Medienlandschaft des winzigen Emirats. Medien wurden zunehmend als ein Instrument der qatarischen Außenpolitik genutzt und gegen rivalisierende politische Interessen wie beispielsweise die von Saudi-Arabien, Bahrain oder – nach der Machtübernahme des Militärs 2013 – auch in Ägypten in Stellung gebracht.

Emir Hamads Regierungszeit (1995-2013) beinhaltete neben der Einführung einer ambitionierten und zum Teil widersprüchlicher Außenpolitik auch die Verabschiedung mehrerer politischer und medialer Reformen. Trotz eines Verfassungsreferendums, der Einführung von Kommunalwahlen, der offiziellen Aufhebung der Medienzensur 1995 und der Auflösung des Informationsministeriums im Jahr 1998 bleibt der Handlungsspielraum für Medien und Bürger aber eingeschränkt. Die Verfassung, so schreibt der Kritiker Ali Al-Kuwari (2012: 4), wurde ohne öffentliche Debatte entworfen. Außerdem werden versprochene Wahlen für das qatarische Parlament, den Schura-Rat, der momentan zu 100 % aus staatliche ernannten »Parlamentariern« besteht und der nur mit sehr eingeschränkten Befugnissen ausgestattet ist, regelmäßig verschoben. Zuletzt wurden sie kurz vor der Machtübernahme durch den Sohn des Emirs, Scheich Tamim, im Juni 2013 auf mindestens drei Jahre bis auf voraussichtlich Mitte 2016 verschoben. Neben Scheich Tamim und seinem Vater Hamad spielen auch andere Mitglieder der königlichen Familie eine große Rolle in Qatars Politik, Wirtschaft und den Medien. Scheicha Moza bint Nasser Al-Misnad, die zweite Frau von Hamad, leitet mit der milliardenschweren Qatar Foundation einen staatlichen Fonds, der weltweit in Kultur, Bildung und Medien investiert. Der liberale An-

schein der Vertreter der großen Herrscherfamilie Al-Thani sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass zwar interessengeleitet investiert wird, dabei aber sicherlich nicht die Kontrolle der absoluten Monarchie verloren gehen soll.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass auch die Auflösung des Informationsministeriums sowie die Aufhebung von Zensur rein kosmetischer Natur waren. Stattdessen wurde die QATAR MEDIA CORPORATION 2009 etabliert mit der Aufgabe, alle Mediendienste in Qatar zu regulieren. Sie und das Kulturministerium fungieren nun als Ersatz-Informationsministerium.

Gesellschaftliche Verhältnisse

Die ökonomische Bedeutung Qatars steht in umgekehrtem Verhältnis zu seiner Größe: Der von Wüste bedeckte Zwergstaat misst nicht einmal 12.000 km², hat aber das größte zusammenhängende Erdgasreservoir der Welt vor seiner Küste. Auch die demografische Verteilung der Einwohner Qatars ist relevant. Neue Statistiken schätzen die Anzahl der Einwohner in den Emiraten auf ungefähr 2,2 Millionen. Obwohl es keine offiziellen Angaben gibt, die das Verhältnis von Staatsbürgern zu in Qatar lebenden Drittstaatlern beziffern, wird angenommen, dass die recht homogene Minderheit der geborenen Qataris etwa nur 10-15 % der Gesamtwohnbevölkerung ausmacht (Fromherz 2012: 2). Die überwältigende Mehrheit dieser indigenen Bevölkerung sind konservative, sunnitische Muslime, mit einer kleinen aber wohlhabenden schiitischen Minderheit. Der Einfluss des Wahhabismus aus Saudi-Arabien ist im Emirat spürbar, auch wenn aufgrund der sehr großen Zahl an ausländischen Arbeitskräften das öffentliche Leben nicht so stark wie in Saudi-Arabien davon geprägt scheint. Diese ausländische Bevölkerung besteht aus hochqualifizierten, qualifizierten und ungelerten Arbeitskräften, wobei letztere unter besonders schwierigen Bedingungen arbeiten. In den letzten vier Jahrzehnten ist der ausländische Teil der Bevölkerung um ein 15-faches gewachsen, vor allem durch Neuankömmlinge von den Philippinen, aus Ägypten und anderen arabischen und westlichen Ländern. Obwohl schon das offizielle Pro-Kopf-Einkommen 2014 von 94.744 US-Dollar mehr als doppelt so hoch ist wie das in Deutschland, muss das eigentliche Jahreseinkommen der qatarischen Bürger um einiges höher sein, da die Berechnungen auch die große Zahl ungelerner Arbeitskräfte mit sehr geringem Einkommen einbeziehen.

Diese Ungleichheit stellt große Herausforderungen an die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft und des gesamten wirtschaftlichen Systems. Darüber hinaus trägt das kontroverse *kafala* (Sponsoring) System, das ausländische Bürger dazu verpflichtet, Genehmigungen für Berufswechsel und jedwedes Verlassen des Landes zu beantragen, dazu bei, dass ein Großteil der Mitarbeiter in Medienorganisationen vollständig von Sponsoren abhängig ist. Beispielsweise wurde drei

Mitarbeitern des AL-JAZEERA CHILDREN CHANNEL¹ inklusive des ehemaligen Geschäftsführers Mahmoud Bouneb ein dreijähriges Reiseverbot auferlegt, nachdem sie für vermeintliche finanzielle Ungereimtheiten gefeuert wurden. Erst Anfang 2015 wurde das laufende Verfahren gegen sie offiziell eingestellt und den Beklagten Ausgleichszahlungen für den jahrelangen Gehaltsausfall und erzwungenen Aufenthalt in Qatar angeboten. Das *kafala*-System hat außerdem zur Folge, dass Selbstzensur zur Norm geworden ist, da eine einzige falsche Handlung oder publizierte Meldung die journalistische Existenz bedrohen könnte. Deshalb besteht eine gewisse »Überempfindlichkeit« von Redakteuren, die mit »goldenen Fesseln gehalten werden« (O'Hara 2012).

Das demografische Ungleichgewicht und »der potenziell negative Einfluss auf die nationale Identität« (GSDP 2008: 7) hat außerdem Maßnahmen zur »Qatarisierung« der Arbeitskräfte ins Rollen gebracht – ein in der gesamten Golfregion bekanntes System (Emiratisierung in den VAE, Saudisierung in Saudi-Arabien usw.). In Qatars Medien sind Chefredakteure und Geschäftsführer zwar meistens Qataris, die übrigen Redakteure, Journalisten, Fotografen und Designer kommen jedoch fast ausnahmslos aus dem Ausland.

Nimmt man sich George Orwells Maxime, dass »Journalismus heißt, etwas zu drucken, von dem jemand will, dass es nicht gedruckt wird – alles andere ist Public Relations« zu Herzen, so kann nationaler Journalismus in Qatar und der gesamten Golfregion auf »Public Relations« reduziert werden. An religiösen und nationalen Feiertagen sind die Zeitungen meist gefüllt mit ganzseitigen (und für die Organisationen kostenpflichtigen) Grüßen und Glückwünschen von Unternehmen und Organisationen an den Emir. Auch ist es nicht unüblich, dass Pressemeldungen von Botschaften und anderen Organisationen vollständig, teilweise sogar mitsamt von Rechtsschreibfehlern, abgedruckt werden. Das signifikanteste Beispiel sind jedoch sicherlich Meldungen der staatlichen Nachrichtenagentur QNA: deren Meldungen über hochrangige Persönlichkeiten werden in der Regel in allen Tageszeitungen jeweils im identischen Wortlaut auf Arabisch oder Englisch wiedergegeben.

Politische und rechtliche Rahmenbedingungen

Das qatarische Mediensystem kann, wie Rugh (2004) aufzeigt, als »loyalistisch« bezeichnet werden. Obwohl die Medien in Qatar hauptsächlich im Besitz der

¹ Der AL-JAZEERA KINDERKANAL wurde 2005 in Zusammenarbeit mit AL-JAZEERA von der wohlhabenden Qatar Foundation aufgebaut. Es wird als privates Unternehmen mit einem öffentlichen Serviceauftrag beschrieben und hat ein jährliches Budget von 50 Millionen US-Dollar (Sakr 2007: 155-156).

herrschenden Familie sind oder von ihr kontrolliert werden, verhindern weitere Gesetze und der starke politische Druck jegliche potenzielle Überschreitungen.

Die nationale Medienlandschaft setzt sich zusammen aus vier arabischen Tageszeitungen (AL-RAYA, AL-SHARQ, AL-ARAB, AL-WATAN), ihren englischen Schwesterpublikationen (QATAR TRIBUNE, THE PENSINSULA, THE GULF TIMES), sowie dem Fernsehkanal QATAR TV (gegr. 1970 und »der stetig konservative Kontrapunkt« zu AL-JAZEERA, so Miles 2013: 44). Ein weiterer TV-Kanal, AL-DAURI WAL-KASS, konzentriert sich auf Sport, BARAEM richtet sich an Kinder unter 6 Jahren. Darüber hinaus werden mehrere Radiostationen vom Staat geleitet oder zumindest finanziell unterstützt. Die Etablierung von AL-RAYYAN TV 2012 kann als Reaktion auf Kritik von qatarischen Bürgern an AL-JAZEERA interpretiert werden. Diese hatten sich relativ deutlich darüber beschwert, dass AL-JAZEERA sie nicht repräsentiere und lokale Themen im wesentlichen umgehe. Er ist zum Anlaufpunkt für diejenigen geworden, die abseits von AL-JAZEERA ein professionell gemachtes Fernsehprogramm wünschen (Dennis et al. 2013: 78). Schlussendlich wurde 1975 auch die QATAR NEWS AGENCY (QNA) gegründet, die als offizielle Nachrichtenagentur täglich 270 neue Artikel veröffentlicht.

Es sind vor allem die rechtlichen Rahmenbedingungen und das politische System, die Qatars Klassifizierung als »nicht frei« durch Freedom House und die Entscheidung von Reporter ohne Grenzen begründen, dem Land nur den 113. aus 180 möglichen Plätzen im Pressefreiheitsranking zuzuweisen. Obwohl die Verfassung, die 2004 verabschiedet wurde, Meinungsfreiheit garantiert (Artikel 47 & 48), schränken sowohl das Strafgesetz als auch das Mediengesetz von 1979 diese Freiheit stark ein. Darunter zählen hohe Strafen für Diffamierung, Majestätsbeleidigung, »Schädigung der Wirtschaft« und ein Angriff auf die »öffentliche Moral« (Duffy 2014: 46-50).

Ein Gesetzesentwurf zur Abschaffung der strafrechtlichen Sanktionen für Publikationen ist schon seit einigen Jahren in Planung, jedoch noch nicht unterschrieben. Stattdessen verabschiedete der neue Emir vor kurzem ein umstrittenes Internetkriminalitätsgesetz, wonach Nachrichtenseiten verboten werden können und auch die Strafverfolgung von Individuen veranlasst werden könnte, die mit Veröffentlichungen »soziale Werte und die allgemeine Ordnung untergraben«. Amnesty International (2014) hat bereits davor gewarnt, dass das Gesetz zu einer »willkürlichen Repression von friedlichem Widerspruch« führen könnte, da dieses Gesetz unter anderem auch den höchst umstrittenen Straftatbestand der »content crimes« kennt, nach denen auch die wahrheitsgemäße Berichterstattung über politisch nicht opportune Themen mit hohen Geld- und sogar Freiheitsstrafen geahndet werden können.

Des Weiteren dürfen Journalisten und alle anderen Arbeiter in dem kleinen Emirat, ähnlich wie in anderen Golfstaaten, keine Gewerkschaften gründen. Das

heißt, dass 96 % der Arbeitskräfte ohne professionelle Unterstützung arbeiten (Qatar Statistics Authority 2012: 11). Gleichzeitig hat aber Scheicha Moza die Etablierung des Doha Zentrums für Medienfreiheit unterstützt, welches sich für Medienfreiheit »in der Region« einsetzt. Seit seiner Gründung 2008 hat sich das Zentrum jedoch bereits von seinem Gründungsdirektor, dem ehemaligen Generalsekretär von Reporter ohne Grenzen Robert Ménard, sowie seinem Nachfolger Jan Keulen, getrennt. Grund hierfür war, dass Ménard auch vor öffentlicher Kritik an der qatarischen Medienlandschaft nicht zurückschreckte. Dieser Fall hat dazu geführt, dass US-Präsident Obama über den damaligen Emir Hamad sagte: »Ein großer Förderer der Demokratie im gesamten Nahen Osten. Reform, Reform, Reform – man kann es an AL-JAZEERA sehen... er selbst reformiert jedoch nicht maßgeblich. Es gibt keinen großen Sprung in Richtung Demokratie in Qatar, aber natürlich, ein Pro-Kopf-Einkommen von 145.000 US-Dollar wird viele Konflikte abschwächen« (Jackson 2011).

Diese »interessante Dichotomie« (Duffy 2013: 46) zwischen dem Anspruch regionaler Demokratisierung und nationaler Autokratie wird durch etliche Repressionsmaßnahmen gegen Personen und Institutionen, die die roten Linien überschreiten, untermauert. Zum Beispiel wurde die Tageszeitung AL-SHARQ in den späten 1990er-Jahren zeitweise geschlossen, weil sie sich zu kritisch positioniert hatte (Fromherz 2012: 130). Der Blogger Sultan Al-Khalafi wurde 2011 einen Monat lang ohne Anklage festgehalten (Duffy 2013: 54), und der Dichter Mohammed Al-Ajami, ganz gleich wie ungehobelt man seine Verse finden mag, sitzt weiterhin hinter Gittern, nachdem seine lebenslange Strafe bereits auf immer noch extrem hohe 15 Jahre verkürzt worden war (Al-Jazeera 2013). Demnach ist es wenig verwunderlich dass AL-JAZEERA und auch die nationalen Medien es vermeiden, in irgendeiner Form kontrovers oder investigativ über Qatars Innen- oder Außenpolitik zu berichten – oftmals mit der Ausrede, dass nichts Berichtenswertes in Qatar passiere.

Während die Innenpolitik auf den ersten Blick in der Tat ereignisarm erscheinen mag (Kamrava 2013: 160), wären fraglos zahlreiche Aspekte berichtenswert wie beispielsweise das demografische Ungleichgewicht, Probleme im Bildungs- und Gesundheitswesen, Korruption, inländische Beschäftigungspolitik oder Qatars widersprüchliche Außenpolitik. Auch die angespannte Beziehung Qatars zu Saudi-Arabien sowie die Aufnahme und Beherbergung unterschiedlichster Gäste von der palästinensischen Hamas und den ägyptischen Muslimbrüdern bis zu den afghanischen Taliban, aber auch die Ansiedlung und das Operieren des größten amerikanischen Militärstützpunkts in der Region wären sicherlich berichtenswerte Themen, die sogar teilweise eine internationale Öffentlichkeit interessieren würden. Doch selbst AL-JAZEERA berichtet nur selten über diese Themen, geschweige denn die national orientierten Medien.

Ökonomischer Kontext

Alle Medien sind entweder im Besitz des Staates oder enger Verbündeter der Herrscherfamilie. Der beliebte TV-Sender AL-RAYYAN TV ist offiziell im Besitz einer privaten Ingenieursfirma, welche jedoch faktisch das Liegenschaftsamt des Emir-Palastes ist. Auch die Zeitungsbesitzer in Qatar stehen in enger Beziehung zur Al-Thani-Dynastie und deren Geschäftspartnern.

AL-JAZEERA genießt zwar eine redaktionelle Unabhängigkeit, kann sich jedoch auch nur schwer von seinem königlichen Sponsor lösen. Einst mit einer Anfangsfinanzierung von 150 Million US-Dollar ausgestattet, subventioniert der Staat Qatar den Sender weiterhin mit einer nicht veröffentlichten Summe, die zwischen 100 Millionen (Becker/ Khamis 2010: 22) und 2 Milliarden US-Dollar pro Jahr (Miles 2013: 44) liegen soll. Trotz der großen Bekanntheit und mit Ausnahme des Sportkanals ist AL-JAZEERA nicht profitabel (Zayani 2005: 15). Dies liegt zum einen an der Tatsache, dass Nachrichten allgemein wenig lukrativ sind, aber auch an den turbulenten Beziehungen zwischen Qatar und Saudi Arabien, da der arabische Medienmarkt von Saudi-Arabien dominiert ist [siehe Beitrag Saudi-Arabien]. Internationale und regionale Firmen vermeiden es häufig, Werbezeit im bei der Bevölkerung populären AL-JAZEERA zu kaufen, um sich nicht den Zugang zu dem lukrativen saudischen Markt zu verderben (Kraidy/ Khalil 2009: 116-121). Aufgrund dessen sind es häufig öffentliche Unternehmen aus Qatar, die ihre Inserate auf AL-JAZEERA platzieren. Mustafa Souag, geschäftsführender Generaldirektor des AL-JAZEERA Netzwerks, sagte in einer Rede, dass der Sender »kein Geschäftsinteresse (hat), Gott sei Dank verfügt der Staat über ein ausreichendes Budget«². Souag ist algerischer Herkunft. Er folgte Ahmad Bin Jassim Bin Mohammad Al-Thani, einem Mitglied der Herrscherfamilie, der den Sender ohne jegliche Medienerfahrung für 2 Jahre leitete, bevor er im Zuge der Kabinettsumbildung anlässlich der Machtübergabe an Emir Tamim im Juni 2013 zum Wirtschaftsminister ernannt wurde. Dass Ahmad bin Jassim keine einschlägige Vorerfahrung besaß ist in Qatar, wo Direktoren oft aus dem Pool der Herrscherfamilie ausgewählt werden, nicht unüblich. Bin Jassim war Nachfolger des Palästinensers Waddah Khanfar, der im September 2011 nach und höchstwahrscheinlich aufgrund der Veröffentlichung der Wikileaks-Dokumente zurücktrat. Die Dokumente hatten offenbart, dass Khanfar bereits 2007 aus dem Vorstand genommen wurde, weil es Beschwerden gegeben hatte, er würde Qataris diskriminieren.

² Aus einem Vortrag gehalten von Mustafa Souag an der Northwestern Universität Qatar am 16. Februar 2014: Al Jazeera and the Arab Spring: Challenges and Opportunities. <http://www.youtube.com/watch?v=ExBSKkIVNI>.

Laut Angaben des Statistikunternehmens IPSOS beliefen sich die Werbeausgaben in Qatar 2013 auf knapp 385 Millionen US-Dollar, wobei der Großteil dieser Summe an Zeitungen ging (Dishjekian 2013). Trotz eines Anstiegs um 18 % im Vergleich zum Vorjahr ist diese Summe vor allem angesichts der hohen Kaufkraft der Einwohner im Wüstenstaat sehr niedrig.

In Qatars Mediensystem werden manche Medien auch gezielt als »Soft Power« Instrumente eingesetzt (Kamrava 2013). Das »geostrategische Medium« (Hroub 2012: 37) AL-JAZEERA ist mithin ein wesentlicher Bestandteil der qatarischen Außenpolitik. Neben neueren Kanälen wie AL-JAZEERA AMERICA, BALKAN und TURKISH, hat Qatar 2013 auch einen eigenen Satelliten, den Es'hail 1-Satellit, gestartet, um somit mehr Unabhängigkeit von saudisch und ägyptisch dominierten Satelliten zu erlangen. Seit 2015 nutzt auch AL-JAZEERA diesen Satelliten für seine Übertragungen [siehe Beitrag Transnationales Satellitenfernsehen]. Das kleine Emirat hat außerdem Medieninstitutionen teilweise oder vollständig aufgekauft, und subventioniert – ähnlich wie Saudi-Arabien – weitere Sender in der Region. Außerdem wird Qatar nachgesagt, 2013 die pan-arabische in London herausgegebene Tageszeitung AL-QUDS AL-ARABI aufgekauft zu haben, Anteile der libanesischen Tageszeitung THE DAILY STAR zu besitzen, und auch den libanesischen Fernsehsender AL-JADEED finanziell zu unterstützen. Darüber hinaus hat Qatar 2014 mit der Website AL-ARABI AL-JADEED ein weiteres pan-arabisches Format in London gegründet. Hier soll der »Einflüsterer des Emirs« Azmi Beshara, ein ehemaliges arabisches Mitglied der israelischen Knesset und Direktor des in Doha ansässigen Arabischen Zentrums für Forschung und Politische Studien, die redaktionelle Linie vorgeben, während der Ägypter Wael Kandil, ein Sympathisant der Muslimbruderschaft, als Herausgeber fungiert.

Technologische Infrastruktur

Neben der Lancierung eines eigenen Satelliten, der sich eine Weltraumsonde mit dem europäischen Betreiber Eutelsat teilt, hat Qatar außerdem eine der höchsten Internetnutzungsraten in der Region (85,3 %). Auch wenn das Fernsehen das beliebteste Medium ist, so ist das Internet für qatarische Staatsbürger und ausländische Gastarbeiter mittlerweile die primäre Quelle für Nachrichten (Dennis et al. 2013: 84). Dies ist womöglich ein Anzeichen für die Nachfrage nach weniger geglätteten Informationen, Nachrichten und Meinungen. In der Tat hat sich das Internet als verführerisch erwiesen: 67 % der Qataris verbringen durchschnittlich 19,1 Stunden pro Woche in sozialen Netzwerken (Dennis et al. 2013: 80). Dabei ist FACEBOOK in Qatar nicht so beliebt wie TWITTER und INSTAGRAM (ebd). Darüber hinaus ist auch die Nutzung von Handys und Smartphones weit verbreitet. Der Mobilmarkt wird von zwei Firmen monopolisiert: die nationale

Kommunikationsfirma OOREDOO, geleitet vom qatarischen Prinz und Geschäftsmann Abdullah bin Mohammed Al-Thani – seines Zeichens seit Ende 2014 ebenfalls CEO des 300 Milliarden US-Dollar schweren Staatsfonds Qatar Investment Authority, und VODAFONE QATAR, derzeit im Besitz der Qatar Foundation, Vodafone und anderer lokaler Aktionäre.

Im Allgemeinen bieten soziale Netzwerke viel größeren Raum für Bürger, Anwohner und lokale Kolumnisten ihre Anliegen zu artikulieren. Interessanterweise offenbaren die so angestoßenen Diskussionen aber auch eine große Kluft zwischen der meist konservativen, lokalen Bevölkerung und den ehrgeizigen Plänen von Qatars Führungselite. So haben Kommentare in den sozialen Medien dem Qatar Museum Vorwürfe für seine für konservativ-islamische Verhältnisse »anstößige« Kunstausstellung gemacht. Auch gegen die Universität Qatar und ihre Präsidentin Dr. Scheicha Abdulla Al-Misnad, eine prominente Pädagogin und die Tante von Scheicha Moza, wurden bereits öfter auf sozialen Medien regelrechte Kampagnen ins Leben gerufen. Es bleibt offen, ob das Internetkriminalitätsgesetz auch repressive Auswirkungen auf diese relativ »moderaten und unkritischen« (Kamrava 2013: 160) Online-Diskussionen haben wird.

Generell werden im Internet bestimmte pornografische, anti-islamische und kritische Politikseiten herausgefiltert und zensiert (Open Net Initiative 2009: 2). Das staatliche Qatarische Sicherheitsbüro (SSD) benutzt angeblich auch bereits Software um Emails und andere Formen der sozialen Kommunikation zu überwachen.

Ausblick

Es kann angenommen werden, dass die nationale Medienlandschaft in Qatar vor allem angesichts der »Bürger-Aristokratie« (Fromherz 2012: 14) und dem Wunsch, ihre Privilegien gegenüber der großen Menge an Gastarbeitern zu sichern, mittelfristig restriktiv und loyalistisch bleiben wird. Opposition gegen die Herrscherentscheidungen wird sich kaum artikulieren, solange alle Qataris von diesen profitieren. Und selbst wenn, wie Al-Kuwari (2012: 5) es ausdrückt, »das Zuckerbrot nicht ausreicht, um die Bürger zum Schweigen zu bringen, dann tut es eben autoritäre Repression«.

Die durch Öl- und Gasvorräte finanzierten pan-arabischen Medien aus Saudi-Arabien und Qatar bieten zwar innovativere Inhalte als die nationalen Medien, im Endeffekt arbeiten jedoch auch diese Sender im Auftrag ihrer Geldgeber. Nichtsdestotrotz lässt die Inbetriebnahme des Es'hail Satelliten hoffen, dass das stetig wachsende AL-JAZEERA Netzwerk in Zukunft Übertragungsunterbrechungen von ägyptischen oder saudischen Satelliten umgehen kann und somit zumindest regional ein gewisser Meinungspluralismus medial sichtbar wird.

Literatur

- Al-Jazeera (2013): Qatar Court Upholds Poet's Jail Sentence. In: Al-Jazeera Online. 21. Oktober.
<http://www.aljazeera.com/news/middleeast/2013/10/qatar-court-upholds-sentence-against-poet-20131021123723850815.html>.
- Al-Kuwari, Ali Khalifa (2012): Qataris for Reform.
<http://dr-alkuwari.net/sites/akak/files/qatarisforreform-translation.pdf>.
- Amnesty International (2014): Qatar: New Cybercrimes Law Endangers Freedom of Expression. 18. September.
<http://www.amnesty.org/en/news/qatar-new-cybercrimes-law-endangers-freedom-expression-2014-09-18>.
- Becker, Jörg/ Khamis, Sahar (2010): Der Fernsehsender Al Dschasira. Innsbrucker Diskussionspapiere zu Politik, Religion und Kunst 35.
- Dennis, Everette E./ Martin, Justin D./ Wood, Rob (2013): Media Use in the Middle East. An Eight-Nation Survey. Doha. <http://www.qatar.northwestern.edu/docs/2013-Media-Use-Middle-East.pdf>.
- Dishjekian, Raffi (2014): Qatar. In: ArabAd Magazine. Februar, S. 26.
- Dorsey, James M. (2014): Wahhabism vs. Wahhabism: Qatar Challenges Saudi Arabia. In: Singapore Middle East Reflections. 10. July.
<https://meisingapore.wordpress.com/publications/>.
- Duffy, Matt (2013): Media Laws and Regulations of the GCC Countries: Summary, Analysis and Recommendations. Doha.
- Fromherz, Allen J. (2012): Qatar: A Modern History. Washington, D.C.
- General Secretariat for Development Planning (GSDP) (2008). Qatar National Vision 2030. Doha. http://www.gsdp.gov.qa/portal/page/portal/gsdp_en/qatar_national_vision/qnv_2030_document.
- Hroub, Khaled (2012): Qatar and the Arab Spring- Conflict and International Politics. In: Amin, Jenan/ Noe, Nicholas/ Paul, Joachim/ Scheller, Bente/ Wildangel, Rene (Hg.): Qatar: Aspirations and Realities. Tunis, Beirut und Ramallah, S. 35-41.
- Jackson, David (2011): Obama on the Emir of Qatar. In: USA Today. 16. April.
- Kamrava, Mehran (2013): Qatar: Small State, Big Politics. New York.
- Kraidy, Marwan/ Khalil, Joe (2009): Arab Television Industries. London.
- Miles, Hugh (2005): Al-Jazeera: How Arab TV News Challenged the World. London.
- Miles, Hugh (2013): The Other Face of Qatari TV Broadcasting. In: Guaaybess, Tourya (Hg.): National Broadcasting and State Policy in Arab Countries. New York, S. 42-48.
- O'Hara, Tom (2012). Just Make Sure You Don't Call It the Persian Gulf! In: American Journalism Review. 27. November. <http://ajrarchive.org/Article.asp?id=5460>.
- Rugh, William A. (2004): Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics. Westport.
- Sakr, Naomi (2007): Arab Television Today. London.
- Zayani, Mohamed (2005): Introduction - Al-Jazeera and the Vicissitudes of the New Arab Mediascape. In: Zayani, Mohamed (Hg.): The Al-Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on the New Arab Media. London, S. 1-46.