

Carola Richter
Asiem El Difraoui (Hg.)

Arabische Medien

UVK Verlagsgesellschaft Konstanz · München

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86764-509-6 (Print)
ISBN 978-3-86496-643-9 (EPUB)
ISBN 978-3-86496-644-6 (EPDF)

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne
Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München 2015

Einband: Susanne Fuellhaas, Konstanz
Titelfoto: djumandji – iStockphoto
Printed in Germany

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz · Deutschland
Tel.: 07531-9053-0 · Fax: 07531-9053-98
www.uvk.de

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
<i>(Carola Richter)</i>	
Sudan: Medien im Spannungsfeld von Islam, Instrumentalisierung und Idealismus	143
<i>(Anke Fiedler)</i>	
Marokko: Gott, Vaterland und König und eineinhalb Millionen Likes für Mohammed VI.....	155
<i>(Ines Braune)</i>	
Algerien: Im Land der Zeitungsläser	167
<i>(Daniel Gerlach)</i>	
Tunesien: Mediensystem im Umbruch	179
<i>(Judith Pies)</i>	
Libyen: Von der Diktatur des Grünen Buchs zum post- revolutionären Chaos	191
<i>(Carola Richter)</i>	
Syrien: Von Einheitsstaats- zu Bürgerkriegsmedien.....	203
<i>(Katharina Nötzold)</i>	
Libanon: Freie Medien im Dienste ihrer Zahlmeister.....	215
<i>(Katharina Nötzold)</i>	
Palästina: Medien unter doppelter Besatzung.....	227
<i>(Abir Kopty)</i>	
Jordanien: Zwischen Politur und Strukturreform.....	239
<i>(Judith Pies)</i>	
Irak: Pluralismus in Bedrängnis.....	251
<i>(Anja Wollenberg)</i>	

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

Marokko: Gott, Vaterland und König und eineinhalb Millionen Likes für Mohammed VI.

Ines Braune

»Gott, Vaterland und König« ist Marokkos Staatsmaxime. Sie definiert zum Großteil die politischen und gesellschaftlichen Kräfteverhältnisse und ist auch in Sachen Medienlandschaft, Pressegesetzgebung und Pressefreiheit entscheidend. König Mohammed VI. ist Staatsoberhaupt, Oberbefehlshaber der Streitkräfte, zugleich höchste religiöse Autorität und Wirtschaftsmagnat. Die seit 1660 bis heute regierende Königsfamilie der Alawiden führt ihren Stammbaum auf den Propheten Mohammed zurück, weshalb der König eine besondere religiöse Legitimität genießt.

Reformen – auch im Rahmen des sogenannten »Arabischen Frühlings« – liegen innerhalb der Grenzen von »Gott, Vaterland und König«. Hierbei sind die königliche Familie, die nationale Integrität Marokkos einschließlich der international umstrittenen Angliederung der Westsahara und der sunnitische Islam unantastbar. Die Limitierungen des Schreib- und Diskutierbaren werden weniger durch eine transparente Gesetzgebung als durch willkürliche Interpretationen vorhandener Gesetze bestimmt, jedoch durch kritische journalistische Stimmen immer weiter ausgedehnt.

Die in den 1990er-Jahren eingeläuteten politischen und ökonomischen Liberalisierungsprozesse gestaltet die königliche Familie als das Machtzentrum und als eine der größten Wirtschaftsfaktoren vor allem auch für sich selbst gewinnbringend. Die seit dem Ende dieses Jahrzehnts eingeführten neuen Informations- und Kommunikationstechnologien gelten als großes Potenzial für das Königreich. Internet und FACEBOOK sind in der Bevölkerung beliebt, der König und seine Familie ebenso. Dies kommt bei den eineinhalb Millionen Likes für Mohammed VI. zum Ausdruck.

Besonders kennzeichnend für Marokko ist, dass es von starken regionalen und gesellschaftlichen Disparitäten und Ungleichzeitigkeiten geprägt ist. Verschiedene Medienlandschaften und Nutzungsmuster existieren nebeneinander: von der jungen Frau, die in Rabat auf ihrem Smartphone die Straßenbahnzeiten für den Weg zur Universität abrufen und dem Hirtenjungen im Hohen Atlas, der sich beim Ziegen hüten einen indischen Bollywood-Film auf seinem Handy anschaut, den er sich auf dem nahegelegenen Markt aufspielen lassen hat, da Internetzugang nur dort vorhanden ist. Die junge Frau spricht den marokkanischen Dialekt des Arabischen, Französisch und Hocharabisch, wohingegen der junge Mann Tama-

zigt als Muttersprache spricht und den marokkanischen Dialekt des Arabischen und Hocharabisch kaum beherrscht.

Historischer Rückblick

Marokkos Geschichte, ebenso wie die des Presse- und Medienwesens, war und ist immer auch eng mit der geografischen Nähe und Einflussnahme Europas verbunden, vor allem der zu Spanien und Frankreich. Die Anfänge der Presse reichen in das 19. Jahrhundert zurück. Erste Zeitschriften erschienen vor allem in der international geprägten Stadt Tanger, hier gab auch die jüdische Elite Marokkos erste Publikationen heraus. Die damalige kulturelle und linguistische Vielfalt Marokkos zeigt sich in diesen ersten Presseerzeugnissen, sie erschienen in Französisch, Spanisch und Hebräisch. 1904 wurde die erste Wochenzeitung (ES-SAADA) auf Arabisch, jedoch als Sprachrohr der Protektormacht Frankreichs gedruckt (Tayebi 2013).

Bereits Anfang des 20. Jahrhunderts teilten die Kolonialmächte Spanien und Frankreich Marokko untereinander auf, um Konflikte zu vermeiden. Mit der Unterzeichnung des Vertrags von Fès 1912 wurde Marokko Teil des französischen Kolonialreichs; formal blieb der Sultan Staatsoberhaupt; regiert wurde das Land de facto aber vom französischen Generalresidenten mit Sitz in Rabat. Spanien erhielt kleinere Teile im Norden und Süden des Landes, darunter die beiden bis heute bestehenden spanischen Exklaven Ceuta und Melilla.

Mit der Etablierung des Protektorats (1912-1956) begann Frankreich eine funktionierende Presse-Infrastruktur aufzubauen. Offiziell ging es dabei um die Modernisierung Marokkos, vor allem sollten jedoch Frankreichs Interessen durch die Verbreitung der französischen Sprache und Kultur vertreten und durchgesetzt werden. Die Entwicklung des Radios in Marokko ist ebenfalls eng mit der französischen Protektoratszeit verknüpft. 1928 wurden aus Rabat von der französischen Verwaltung erstmals Radiosendungen ausgestrahlt, die der direkten Kontrolle des Generalresidenten unterlagen. Was das Fernsehen betrifft, so zählt sich Marokko zu den Pionieren auf dem afrikanischen Kontinent. Durch die kommerzielle französische Gesellschaft TELMA wurde erstmals in Afrika 1954 eine Fernsehsendung ausgestrahlt. Der Sender stellte allerdings ein Jahr später seinen Betrieb aufgrund finanzieller Schwierigkeiten ein.

Am 2. März 1956 wurde Marokko unabhängig. Sultan Mohammed V., der sich 1957 zum König ausrufen ließ, widmete sich jedoch zunächst anderen Aufgabenfeldern als den Medien. Erst 1962 wurde die staatliche Rundfunkgesellschaft RADIODIFFUSION-TELÉVISION MAROCAINE (RTM) gegründet. Sie wurde unter die Aufsicht des Informationsministeriums gestellt und aus dem Staatshaushalt finanziert. Die erste Sendung war eine Rede des Königs anlässlich des

Feiertags der Thronbesteigung, was die politische und ökonomische Abhängigkeit RTMs vom Königshaus eindrücklich veranschaulicht. Nach dem Tod Mohammed V. 1962 und der Inthronisierung seines Sohnes Hassan II. wurde Marokko zumindest formal zu einer konstitutionellen Monarchie. Die Herrschaft Hassan II. von 1962 bis 1999 wird jedoch oftmals als die »bleiernen Jahre« Marokkos bezeichnet und war von autoritärer Politik und massiver Brutalität gegenüber allen Widersachern des Regimes geprägt.

Bis 1990 kann die marokkanische Medienlandschaft als staatlich bzw. an bestimmte Parteien gebunden und bürokratisch beschrieben werden. In den 1990er-Jahren beginnt früher als in anderen arabischen Ländern ein politischer Öffnungsprozess, verbunden mit wirtschaftlichen Privatisierungs- und Deregulierungsmaßnahmen. Diese Liberalisierung ist als eine der ersten Versöhnungsgesten des noch regierenden Hassan II. gegenüber seinen politischen Gegnern zu sehen. Bereits 1989 ging erstmals mit 2M eine private Fernsehanstalt auf Sendung; seit 1995 hält jedoch auch hier der Staat die meisten Anteile. Selbst wenn per Gesetz oder königlichem Dekret vormals staatliche Institutionen in unabhängige Gesellschaften umgewandelt wurden, bleibt der Staat jedoch zumeist Anteilseigner. Generell wurde der Mediensektor zwar für private Investoren geöffnet, diese stehen jedoch häufig der königlichen Familie nahe.

Nach dem Tod Hassan II. 1999 bestieg dessen Sohn Mohammed VI. den Thron. Mit dem Amtsantritt des jungen Königs, waren große Hoffnungen hinsichtlich einer Demokratisierung und Liberalisierung des Landes verbunden. Öffnungsprozesse zeichneten sich durchaus ab, sind aber in hohem Maße zerbrechlich und basieren auf keiner klaren Gesetzgebung und nicht auf freiem Wettbewerb. Das 2002 eingeführte und bis heute aktuelle Pressegesetz bedeutet keinen größeren Spielraum für kritisches journalistisches Arbeiten. Strukturell zeichneten sich einige Veränderungen ab; so fällt in die bisherige Regierungszeit Mohammed VI. die Umwandlung der staatlichen Rundfunkanstalt RTM zu einem öffentlichen Rundfunkanbieter (SNRT), der maßgeblich aus staatlichen Subventionen, Werbe- und Steuereinnahmen finanziert wird. Ferner wurden Rahmenbedingungen für Wettbewerb auf dem Telekommunikationsmarkt getroffen und MAROC TELECOM wurde privatisiert. Jedoch hat sich das Königshaus in allen Bereichen als bestimmender Akteur in den Liberalisierungsprozessen positioniert und durch umfangreiche Beteiligungen seine Einflussnahme gesichert.

Gesellschaftliche Verhältnisse

Marokko zählt rund 34 Millionen Staatsbürger; von ihnen lebt ein Zehntel vor allem in Westeuropa, aber auch in Nordamerika und in anderen arabischen Ländern. In fast jeder marokkanischen Familie arbeiten oder leben somit eine oder

mehrere Mitglieder im Ausland. Migration ist ein vorherrschendes gesellschaftliches Thema. Auch als Transitland für Migranten aus dem südlichen Afrika spielt Marokko aufgrund seiner Nähe zu Europa und der beiden sich auf dem marokkanischen Festland befindlichen spanischen Exklaven eine besondere Rolle. Die Einwohner, die sich zu 98 % zum sunnitischen Islam bekennen, verteilen sich sehr ungleich auf eine Fläche, die etwas größer als Deutschland ist. Ferner annektierte Marokko das vormals von Spanien kolonisierte Gebiet der Westsahara 1975 mit dem sogenannten »Grünen Marsch«. International ist die marokkanische Besatzung der Westsahara nicht anerkannt.

Ähnlich wie in den anderen arabischen Ländern ist Marokko von einer sehr jungen Bevölkerung geprägt; 28 % sind jünger als 15 Jahre. Marokko ist eines der ärmsten arabischen Länder. Laut dem von der UN veröffentlichten Human Development Index ist es der am wenigsten entwickelte Staat Nordafrikas. Auch das BIP pro Kopf ist im Vergleich zu anderen Staaten mit 3.392 US-Dollar (2014) gering.

Das wirtschaftliche Ballungszentrum mit den meisten Einwohnern bildet der Großraum um Casablanca an der Atlantikküste einschließlich der administrativen Hauptstadt Rabat. Wichtige historisch gewachsene und bedeutende städtische Zentren sind etwa Fès und Marrakesch. Die relativ geringe Urbanisierungsrate (ca. 60 %), das gravierende Stadt-Land-Gefälle und die soziale Exklusion aufgrund von Armut und Bildungsferne spielen bei der Ausgestaltung der Medienlandschaft eine entscheidende Rolle. In kaum einem anderen arabischen Land leben mehr Menschen in ländlich geprägten Gegenden, wo der Zugang zu medizinischer Grundversorgung, zu Bildung und technischer Infrastruktur kaum gewährleistet ist.

Vor diesem Hintergrund sind alle nationalen Durchschnittswerte auch für Mediennutzung zu relativieren. Es existieren urbane Metropolen, in denen Zugang zu Bildung und technischer Infrastruktur besteht und die flächendeckend mit verschiedenen Medienangeboten versorgt sind und rurale Gegenden, die lange vom Zugang zum Fernsehen und Internet abgeschnitten waren und es zum Teil nach wie vor sind. Auch die Aussagekraft der Analphabetenrate, die mit 33 % sehr hoch ist, gilt es zu relativieren – sie trifft auf die Vielzahl junger gut gebildeter Menschen, die überwiegend in den städtischen Metropolen leben, nicht zu.

Zentral für die Medienerzeugnisse und Nutzungsmuster ist die Mehrsprachigkeit Marokkos. Arabisch und seit 2011 Tamazight sind die Amtssprachen Marokkos. Französisch ist wichtige Handels- und Bildungssprache. Im Alltag wird der marokkanische Dialekt des Arabischen oder Tamazight gesprochen. Während die Presseerzeugnisse und Online-Publikationen vor allem in arabischer und französischer Sprache erscheinen, findet in den audiovisuellen Medien auch der marokkanische Dialekt des Arabischen Ausdruck. Veröffentlichungen, Sendun-

gen und Produktionen auf Tamazight nehmen zu [siehe Beitrag Medien und Minderheiten].

Politische und rechtliche Rahmenbedingungen

Nachdem es 2011 nach Beginn der Umbrüche in der arabischen Welt auch in Marokko zu Protesten gekommen war, reagierte der König mit der Vorlage zu einer neuen Verfassung. Diese trat noch im selben Jahr in Kraft. Darin machte Mohammed VI. auch einige identitätspolitische Zugeständnisse. So wurde Tamazight als offizielle Sprache anerkannt und er gab einige Machtbefugnisse ab. Der König muss jetzt etwa den Premierminister aus den Reihen der in den Parlamentswahlen erfolgreichsten Partei ernennen.

Bei den Parlamentswahlen 2011 traten 30 verschiedene Parteien an. Die bedeutendsten sind die nationalkonservative Istiqlal-Partei (Unabhängigkeitspartei), die sozialistische USFP (Sozialistische Union der Volkskräfte) und die derzeit stärkste Kraft im Parlament, die Partei für Gerechtigkeit und Entwicklung (PJD), die dem gemäßigten islamistischen Lager zugerechnet wird und die mit Abdelilah Benkirane den Premierminister stellt. Der König und seine Familie sind jedoch weiterhin klares politisches und ökonomisches Machtzentrum des Landes. Der Herrscher scheint jedoch zu seinem Machterhalt um einen Interessenausgleich mit den Islamisten bemüht.

Lange war das marokkanische Pressewesen von einer Vielzahl von Parteipresseorganen geprägt. Jede Partei unterhielt bzw. unterhält eine eigene Tageszeitung, zum Teil sogar in französischer und arabischer Sprache. Seit der Liberalisierung und der damit verbundenen Demokratisierung des Pressemarktes konkurrieren sie inzwischen mit unabhängigen und privatwirtschaftlich orientierten Zeitungen, Zeitschriften sowie Online-Publikationen (Ibahrine 2002). Die Vielzahl davon erscheint in arabischer Sprache, danach folgt Französisch.

Die marokkanische Presselandschaft ist dreigeteilt in erstens oftmals französischsprachige Tageszeitungen in Besitz von Unternehmen, die Wirtschaftsinteressen vertreten und regierungsfreundlich berichten, zweitens eine Parteipresse, welche die Positionen der einzelnen Parteien widerspiegeln und drittens eine kritische unabhängige Presse. Zu den größten und bedeutendsten Tageszeitungen gehört die regierungsfreundliche, königsnahe und auf Französisch erscheinende Zeitung LE MATIN der Unternehmensgruppe Maroc Soir: Diese ist in Besitz eines saudischen Geschäftsmanns. Das Unternehmen ist ebenfalls Herausgeber der arabischsprachigen Tageszeitung AL-SAHRA AL-MAGHRIBIYA. Die bedeutende und ebenfalls königsnahe Tageszeitung L'ECONOMISTE gehört zu der Unternehmensgruppe Eco Media, welche auch die arabischsprachige Tageszeitung AL-SABAH herausgibt. Im Hinblick auf die Parteipresse ist die aktuell regierende PJD

und die ihr nahestehende Zeitung AL-TAJDID zu erwähnen. Darüber hinaus sind AL-ALAM und L'OPINION die Organe der Unabhängigkeitspartei, während AL-ITTIHAD AL-ICHTIRAKI und LIBÉRATION das Sprachrohr der Union Socialiste des Forces Populaires (USFP) sind. Unter den unabhängigen Presseorganen ist die 2006 neu gegründete arabischsprachige AL-MASSAE sehr populär und auflagenstark. Diese Zeitung ist weder mit der Regierung noch mit einer Partei affiliert und berichtet sehr kritisch und deckte mit investigativem Journalismus Korruptionsskandale auf: Einer der Zeitungsründer, Rachid Niny, wurde deshalb bereits 2011 zu einer Haftstrafe verurteilt (Zaid/ Ibahrine 2011: 27).

Für ihre Unabhängigkeit und das Aufgreifen brisanter Themen sind bzw. waren zwei französischsprachige von privaten Unternehmen getragene Wochenzeitschriften sehr bekannt: LE JOURNAL HEBDOMMAIRE und TEL QUEL. Zugleich machen diese aber die fragile Vielfalt der Presselandschaft deutlich. LE JOURNAL HEBDOMMAIRE und das arabischsprachige Gegenstück AL-SAHAFI erschienen von 1997 bis zu ihrem abrupten Ende 2010. Auch NICHANE, das arabischsprachige Pendant von TEL QUEL, musste 2010 nach empfindlichen finanziellen Strafen ihr Erscheinen einstellen.

Trotz der Vielzahl an Zeitschriften und Magazinen ist deren gesamte Auflage sehr gering; dennoch werden von ihnen immer wieder gesellschaftliche Debatten angestoßen.

Im Rahmen der Liberalisierung der audiovisuellen Medien wurde die vormals staatliche Rundfunkanstalt RTM in die Société Nationale de Radiodiffusion et Télévision zum öffentlichen Rundfunkanbieter umgewandelt. SNRT unterhält sieben Fernsehsender, darunter AL-OULA (Das Erste) als Hauptsender sowie weitere für Sport und Filme und einen Sender auf Tamazight. Dem Konsortium gehören auch fünf Radiostationen (www.snrt.ma).

Der zweite wichtige Fernsehanbieter in Marokko ist 2M. Er wurde 1989 als zweiter nationaler Sender eingeführt, um Wettbewerb und Vielfalt auf dem audiovisuellen Medienmarkt zu etablieren. Eigentümer waren zunächst das große marokkanische Unternehmenskonglomerat ONA, dem mit INWI auch ein wichtiger Telekommunikationsanbieter gehört. Nach finanziellen Schwierigkeiten kaufte der marokkanische Staat den Sender. Er hält heute 60 %, weitere Anteile gehören der Société Nationale d'Investissement (SNI), in der die ONA 2010 aufgegangen ist und die wiederum von der Königsfamilie kontrolliert wird. Der einzige private Fernsehsender ist MEDI1 TV mit Sitz in Tanger, der seit 2006 als Gründung des französisch-marokkanischen Radios MEDI1 und bis zur Gründung von FRANCE 24 (2009) maßgeblich vom französischen Außenministerium unterstützt wurde. Nach dem Abzug dieser Gelder kam es 2010 zu einer inhaltlichen und finanziellen Neuausrichtung des Senders. Seitdem gehören dem staatlichen marokkanischen Rentenfonds ca. 80 % des Senders und das Entertainment-

Segment wurde stark ausgebaut. Im Gegensatz zu den Fernsehsendern gibt es zahlreiche kommerzielle Radiosender.

Die 2011 in Kraft getretene Verfassung garantiert Presse-, Meinungs-, Vereinigungs- und Versammlungsfreiheit. Das weiterhin gültige Pressegesetz von 2002 und das Anti-Terror-Gesetz von 2003 ermöglichen jedoch verschiedene Sanktionen gegen Journalisten, die Tabuthemen aufgreifen. Es gibt keine eindeutigen Schranken der Pressefreiheit. Ungeschriebenes Gesetz sind die drei großen Tabus der marokkanischen Medien: der Islam, die nationale Integrität mit Blick auf den Westsahara-Konflikt und der König und seine Familie. Marokkos Journalisten versuchen jedoch die Grenzen des Schreibbaren immer weiter auszuweiten. Vor allem die unabhängigen Medien haben sich einen gewissen Freiraum erarbeitet. So wurde in den letzten Jahren vermehrt über Korruptionsvorwürfe berichtet und Korruptionsaffären aufgedeckt, in die auch die königliche Familie verwickelt war. Viele der kritischen journalistischen Stimmen sind auf Online-Plattformen im Internet zu vernehmen (z. B. YABILADI.COM, FR.LAKOME.COM).

Das Kommunikationsministerium versucht staatliche Kontrolle gegenüber kritischen Journalisten weniger mit Hilfe flächendeckender (Internet-) Zensurmaßnahmen als vielmehr durch die willkürliche Anwendung und Auslegung bestehender Gesetzestexte durchzusetzen. Selektiv, aber mit hohem Abschreckungscharakter, werden immer wieder Journalistinnen und Journalisten die Grenzen ihres Handelns aufgezeigt. Kritische Stimmen, die dem Machtzentrum zu nahe kommen, werden zum Beispiel mit dem Vorwurf, die nationale Integrität zu gefährden, durch hohe Geldstrafen, Verhaftungen und Gefängnisstrafen zum Schweigen gebracht.

Deutlich wird dies an dem Fall von Ali Anouzla, dem Mitbegründer des kritischen Online-Journals LAKOME (übersetzt »Für euch«) und Herausgebers der arabischsprachigen Printversion dieser Online-Informationsplattform. Er wurde im September 2013 verhaftet, nachdem sein Journal zu einem Video von Al-Qaida im islamischen Maghreb über die Website der renommierten spanischen Zeitung EL PAIS verlinkt hatte. Zuvor hatte LAKOME wegen der Aufdeckung verschiedener Skandale die Aufmerksamkeit des Königshauses auf sich gezogen. Ali Anouzla wurde zwar aufgrund massiver nationaler und internationaler Proteste nach fünfwöchiger »Schutzhaft« freigelassen, ihm droht jedoch nach wie vor eine mehrjährige Haftstrafe wegen Unterstützung einer terroristischen Organisation und Verteidigung terroristischer Verbrechen. Die Webseite LAKOME.COM wird seit Oktober 2013 von der Regierung blockiert. Der die Interessen der Journalisten vertretende Berufsverband (Syndicat national de la presse marocaine, SNPM) stellte sich in einer ersten Reaktion nicht hinter den Journalisten Ali Anouzla, sondern hinter das Vorgehen der Regierung, mit dem Argument,

dass die Pressefreiheit im Rahmen ethischer Prinzipien stattfinden solle, die davon Abstand nehmen, Dinge zu veröffentlichen, die Gewalt hervorrufen könnten. Dieses Vorgehen provozierte viel Kritik am SNPM, so dass der Verband in der Folge auch die Freilassung von Ali Anouzla forderte.

Im Allgemeinen versteht sich der Verband jedoch als Interessensvertretung der Journalisten im Print-, Rundfunk- und Online-Bereich, der die Journalisten bei der Ausübung ihres Berufs unterstützt und Pressefreiheit einfordert. Der im Juni 2014 neu gewählte Vorsitzende Abdellah El-Bakkali räumt kritisch Dysfunktionalitäten im marokkanischen Mediensystem ein und die aktuellen Jahresberichte des SNPM erfassen Vergehen gegen die Pressefreiheit und unterstreichen die Notwendigkeit der Schaffung klarer Rechtsgrundlagen (SNPM, Jahresberichte).

Da viele Bereiche im marokkanischen Presse- und Medienwesen nicht klar rechtlich geregelt sind, werden seit einiger Zeit verschiedene Gesetzesvorschläge diskutiert, ohne dass bisher Entwürfe im Parlament eingereicht wurden. Dies betrifft unter anderem die gesetzliche Neu-Regelung eines nationalen Presserats, den Status von professionell arbeitenden Journalisten, das Pressegesetz selbst und ein Gesetz für die elektronischen Medien (Centre for Law and Democracy 2013).

Ökonomischer Kontext

Marokko ist formal eine freie Marktwirtschaft, die vor allem auf Landwirtschaft, Bergbau, Einzelhandel, Transport, Telekommunikation, Tourismus, erneuerbaren Energien sowie auf den Transferzahlungen der im Ausland lebenden Marokkaner fußt. Mohammed VI. hat die wirtschaftliche Vormachtstellung des Königshauses weiter ausgebaut, was den freien Wettbewerb stark verzerrt.

Auch in der Medienökonomie herrscht eine enge Verknüpfung von Königshaus, Politik und Wirtschaft. Die fast 20 Tageszeitungen und über 80 Wochenzeitungen sind laut Schätzungen zu 70 % in privater Hand; weitere Tageszeitungen gehören den jeweiligen Parteien. Das Königshaus benutzt Fördermittel und Zuschüsse sowie Werbeanzeigen, um eine regierungsfreundliche Berichterstattung zu gewährleisten. Rundfunkmedien unterliegen in einem viel stärkerem Maße staatlicher Kontrolle. Beide Fernsehstationen mit den dazugehörigen Radiosendern sind mehr oder weniger in der Hand der Regierung und des Königshauses. Deren starke Einflussnahme zeigt sich auch darin, dass der König und seine Regierung die Direktoren aller öffentlichen Radio- und Fernsehanstalten ernannt, ebenso wie den Präsidenten der für die Lizenzvergabe für Radio- und TV-Sender verantwortlichen Behörde, der Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA).

Für die Liberalisierung und Regulierung des Telekommunikationssektors wurde per Gesetz bereits 1998 die Agence Nationale de Regulation (ANRT) als unabhängiges Organ gegründet. Deren Direktor wird jedoch ebenfalls per königlichem Dekret ernannt. In dem Gründungsgesetz wird die wichtige Rolle der Informations- und Kommunikationstechnologien unterstrichen, die Marokkos soziale und ökonomische Entwicklung vorantreiben sollen. Die Liberalisierung des Telekommunikationssektors zielt langfristig auf die Schaffung von Arbeitsplätzen und zukunftsträchtigen Unternehmen. MAROC TELECOM hatte bis zum Entstehen der ANRT als staatliches Unternehmen das Monopol über den Telekommunikationssektor; ANRT kreierte die Rahmenbedingungen, um Konkurrenten am Markt zu beteiligen. MAROC TELECOM wurde privatisiert. Die zwei anderen großen Mobilfunk- und Internetanbieter sind MEDI TELECOM, das zu einer spanischen Unternehmensgruppe gehört und INWI, die Tochtergesellschaft eines großen marokkanischen Unternehmenskonglomerats (SNI). Diese drei Unternehmen teilen sich den Telekommunikationsmarkt und bieten zu wettbewerbsfähigen Preisen Mobilfunk- und Internetverbindungen.

Technologische Infrastruktur

Marokkos Topografie ist von einer flachabfallenden Atlantikküste im Westen, dem sehr hoch ansteigenden Atlasgebirge, welches das Land vom Nordosten bis zum Südwesten durchzieht und den wüstenähnlichen Gebieten im Südosten gekennzeichnet. Die geografische Struktur macht eine flächendeckende Versorgung mit verschiedenen Medienangeboten schwierig. Medienhauptstadt Marokkos ist die Industriemetropole Casablanca. Hier haben die meisten Medienunternehmen ihren Sitz. Die Nähe zu Europa ermöglicht seit langem den Empfang von spanischen und französischen Sendern. Marokkanisches Fernsehen konnte zu Beginn, Anfang der 1960er-Jahre nur in Casablanca und Rabat empfangen werden. Das änderte sich maßgeblich mit der Etablierung von Satellitenfernsehen, was den Empfang von nationalen und internationalen Sendern auch in weit abgelegenen Regionen ermöglichte.

Aufgrund der geografischen Besonderheiten ist bis heute keine flächendeckende Versorgung mit Festnetztelefonie gewährleistet. Die Verfügbarkeit von Mobiltelefonie ist laut ITU weit höher: 128 % im Gegensatz zu ca. 9 % Festnetzanschlüssen. Mittels Mobilfunk konnten Versorgungslücken geschlossen und Kontakt und Austausch auch in marginalisierten Gebieten ermöglicht werden.

Wenngleich die auf dem Markt tätigen drei Telekommunikationsunternehmen (MAROC TELECOM, MEDI TELECOM, INWI) vor allem in die lukrativeren urbanen, wirtschaftsstärkeren Zentren hinsichtlich flächendeckender und hochwertiger Vernetzung investieren, hat die Verbreitung von Informations- und Kommunika-

tionstechnologie für die marokkanische Regierung einen hohen Stellenwert und es werden seit Mitte der 2000er-Jahre kontinuierlich Projekte initiiert und umgesetzt, die darauf zielen, auch private Haushalte und Bildungseinrichtungen an das Internet anzuschließen. Trotz sozialer Exklusion und eines niedrigen HDI Ranges verfügt Marokko über die höchste Internetnutzungsrate in Nordafrika (56 %). Zuletzt wurde in dem vom marokkanischen Handelsministerium unter der Schirmherrschaft von Mohammed VI. herausgegebenen Strategiepapier Maroc Numeric 2013 (Nationale Strategie auf dem Weg zur Informationsgesellschaft und digitaler Wirtschaft) das Ziel formuliert, ganz Marokko mit High-Speed-Internet zu versorgen, weitere e-Government Programme zu entwickeln, die die Verwaltung näher zu der Bevölkerung bringt und klein- und mittelständische Unternehmen bei der Umsetzung von ICT-Maßnahmen zu unterstützen (MCI-NET 2013).

Ausblick

Die marokkanische Regierung steht vor der Herausforderung, ein Land mit starken regionalen und sozio-ökonomischen Disparitäten umfassend mit verschiedenen Medienangeboten und Kommunikationstechnologien zu versorgen. Dabei liegen die Schwierigkeiten nicht nur beim Zugang zur technischen Infrastruktur, wichtige gesellschaftliche Fragen stellen sich etwa in Bezug auf die komplexe soziolinguistische Situation. Sowohl Printmedien als auch die marokkanischen Fernsehsender produzieren ihre Inhalte zumeist auf Hocharabisch, eine Sprache, die im Alltag im Gegensatz zum marokkanischen Dialekt des Arabischen kaum gesprochen wird oder auf Französisch. Vor allem kommerzielle Radiosender widmen sich den Interessen ihrer Hörer, sind aber auf lokale Themen fokussiert und vermeiden kritische Berichterstattung. Sendungen und Formate auf Tamazight nehmen langsam zu. Aus diesem Grund, aber auch aufgrund der steigenden Internetnutzungszahlen und der Handy- und Smartphone-Nutzung wird mittlerweile von »der Marginalisierung von Mainstream-Medien und der Mainstreamisierung marginaler Medien« gesprochen (Zaid/ Ibahrine 2011: 8). Gemeint ist, dass traditionelle Medien an Bedeutung verlieren, da Internet und Handy bestehende Versorgungslücken schließen können und deshalb umso wichtiger werden. Aufgrund der politischen, wirtschaftlichen und technischen Veränderungen sind Räume entstanden, in denen Journalisten die bisherigen Grenzen der Berichterstattung und der Kritik hinterfragen, umgehen und erweitern. Vor allem Online-Formate, Blogger, Bürgerjournalisten erreichen ein immer breiteres Publikum. Diese Entwicklungen sind jedoch nicht von einer adäquaten Rechtsprechung begleitet, die Journalisten stärkt und schützt.

Die Entwicklung der Medienlandschaft Marokkos macht deutlich, dass Veränderungen auch unter Mohammed VI. nur sehr langsam und zäh vorangehen und dass sie von Rückfällen in alte autoritäre Muster, die den Journalisten die Grenzen ihres Handelns aufzeigen sollen, geprägt sind.

Literatur

- Bertrand, Claude-Jean (1993): Morocco. In: Boyd, Douglas A. (Hg.): *Broadcasting in the Arab World. A Survey of the Electronic Media in the Middle East*. Iowa, S. 238-260.
- Centre for Law and Democracy (Hg.) (2013): *Morocco. Comments on Proposed Media Law Reforms*.
http://www.law-democracy.org/live/wp-content/uploads/-2013/06/Morocco.press_Jun13.pdf.
- Gershovich, Moshe (2014): The »New Press« and Free Speech under Mohammed VI. In: Maddy-Weitzmann, Bruce (Hg.): *Contemporary Morocco: State, Politics and Society Under Mohammed VI*. London und New York, S. 93-108.
- Ibahrine, Mohammed (2002): Democratisation and the Press: the Case of Morocco. In: *Nord-Stüd aktuell* (2), S. 632-640.
- Ilahiane, Hsain / Sherry, John (2009): Economic and social effects of mobile phone use in Morocco. In: *Ethnology* 48(2), S. 85-98.
- Masbah, Mohammed (2014): *Morocco's Slow Motion Reform Process. The Tag of War between the Palace and the Justice and Development Party*. Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP). Berlin.
http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/comments/2014C06_msb.pdf.
- Ministère de l'Industrie du Commerce et des Nouvelles Technologies (MCINET) (2013): *Maroc Numeric 2013. Stratégie Nationale pour la Société de l'Information et de l'Économie Numérique*.
<http://www.mcinet.gov.ma/Espace%20tchargement/Mission.pdf>.
- Mostefaoui, Belkacem (1997): Ausländisches Fernsehen im Maghreb – ein Medium mit kulturellen und politischen Auswirkungen. In: *Wuquf* 10-11, S. 425-455.
- Said, Mohammed (2004): *La liberté de la presse, la déontologie et les conditions d'exercice du journalisme au Maroc*. Rabat.
- SNPM (2015): *Jahresbericht 2014*. <http://snpm.org>.
- Tayebi, Hamza (2013): Print Journalism in Morocco: From the Pre-colonial Period to the Present Day. In: *Mediterranean Journal of Social Science* 4(6), S. 497-506.
- Zaid, Bouziane / Ibahrine, Mohamed (2011): *Mapping Digital Morocco. A Report by the Open Society Foundation*.
<http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-morocco-20130805.pdf>.