

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de

Richter, Carola/El Difraoui, Asiem (Hrsg.) (2015). Arabische Medien. Konstanz und München: UVK. 344 S., 44 €.

Beitrag aus Heft »2016/01: schule. smart. mobil«

Mit dem Begriff der Facebook- Revolution erlangte insbesondere die Rolle sozialer Medien in der arabischen Welt große Bekanntheit. Die dynamischen Entwicklungen von Gesellschaft und Politik in den arabischen Ländern und damit auch die der Medienlandschaften sind allerdings schwer einzuordnen und zu verstehen. Das Herausgeberwerk Arabische Medien bietet einen ersten Überblick über Medien und aktuelle Entwicklungen in den verschiedenen arabischen Staaten.

Obgleich diese keineswegs homogen sind, weisen sie dennoch eine gemeinsame Geschichte – und Mediengeschichte – auf, sodass zahlreiche transnationale Phänomene festzustellen sind, die im ersten Teil der Publikation erläutert werden: von der Geschichte arabischer Massenmedien über die politische Rolle sozialer Netzwerkmedien bis hin zur Darstellung von Geschlechtern in arabischen Medien. Der zweite Teil beleuchtet mit 18 Länderstudien von Marokko bis zum Jemen die nationalen Besonderheiten der jeweiligen Medienlandschaften, indem konkrete Ereignisse wie auch politische und rechtliche Rahmenbedingungen sowie ökonomische Kontexte dargelegt werden. Denn bis heute werden Medien in allen arabischen Ländern staatlich reglementiert und als Sprachrohr der Herrschenden verstanden – erst das Internet schafft zumindest teilweise Abhilfe. Arabische Medien ist das erste Werk in deutscher Sprache, das einen umfassenden Überblick über diese Medienlandschaft bietet.

Aufgrund der großen Anzahl an untersuchten Ländern gehen die Länderstudien leider wenig ins Detail. Ihr immer gleicher Aufbau schafft aber eine gute Strukturierung und sorgt dafür, dass alle grundlegenden Einflüsse auf die Medienlandschaften behandelt werden können. Das Buch eignet sich hervorragend als Einstieg in das Themengebiet und kann Studierenden der Medienwissenschaften, der internationalen und politischen Kommunikation sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern einschlägiger Fachrichtungen nur empfohlen werden.