

## Werben Sie einen neuen Leser für den Rheinischen Merkur – Wochenzeitung für Deutschland – und wählen Sie aus unserem vielfältigen Prämienangebot.

### JBL iPod Dockingstation „Radial micro“

- Hochwertiges Lautsprechersystem mit phänomenalem Klang
- Volle Kompatibilität zu allen Versionen des iPod mit Dock-Adapter, Anschluss von anderen Klangquellen wie MP3-/CD-Player, PC oder Laptop möglich
- Inkl. Fernbedienung
- Maße: ca. B20 x H20 x T9 cm



Abgebildeter iPod nicht im Lieferumfang enthalten.

### CANON Digitalkamera „PowerShot A495“, 10 Mio. Pixel, Silber

- 10 Megapixel, 2,5" LC-Display, 3,3fach optischer Zoom, Gesichtserkennung, Selbstauslöser, automatische Rote-Augen-Korrektur
- Maße: ca. B9,4 x H6,2 x T3,1 cm
- Gewicht: ca. 175 g
- Farbe: Silber



Zuzahlung 19 Euro

### 75 Euro in bar



### KÄRCHER Hochdruckreiniger K 2.38 mit Flächenreiniger T50

- Kompakter, fahrbarer Hochdruckreiniger mit max. 110 bar Druck, Hochdruckpistole mit 4 m Hochdruckschlauch, Reinigungsmittel-Ansaugschlauch mit Filter, Dreckfräser
- Inkl. Flächenreiniger T50



### SILIT Besteckset „LINEA“, 68-tlg.



- Hochglanzpoliertes Besteck, sortiert im Geschenkkarton: je 12 Tafelmesser, Tafelgabeln, Tafellöffel, Kaffeelöffel und Kuchengabeln, je 1 Gemüselöffel, Saucenschöpfer, Salatgabel, Salatlöffel, Fleischgabel, Tortenheber, Zuckerlöffel, Sahnelöffel, Spülmittelnbehälter
- Material: Chrominox®

### DE SINA Edelstahl Mikrowelle mit Grill

- 20 Liter Garraum, 5 Temperatureinstellungen, 60 Min. Timer mit Digitalanzeige, Auftaufunktion, Innenbeleuchtung, Kindersicherung
- Leistung Mikrowelle: ca. 800 Watt; Grill: ca. 1.100 Watt
- Maße: ca. B47 x H37,7 x T28,2 cm



Weitere Prämien unter [www.merkur.de/praemien](http://www.merkur.de/praemien)



**Sie müssen selbst nicht Abonnent sein, um einen neuen Leser zu werben.**

**Wochenzeitung für Deutschland**

Weil Ihnen das Wesentliche wichtig ist.

Widerrufgarantie: Diese Bestellung kann ich innerhalb von 2 Wochen widerrufen bei: Verlag Rheinischer Merkur GmbH, Heinrich-Brüning-Straße 9, 53113 Bonn. Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung.

Ich habe einen neuen Leser geworben und mich für folgende Prämie entschieden:

- SILIT Besteckset „LINEA“, 68-tlg. Best.-Nr. 4060751
- CANON Digitalkamera „PowerShot A495“ 10 Mio. Pixel, Silber, Zuzahlung 19 Euro Best.-Nr. 4141865
- 75 Euro in bar
- KÄRCHER Hochdruckreiniger K 2.38 mit Flächenreiniger T 50 Best.-Nr. 3695344
- JBL iPod Dockingstation „Radial micro“ Best.-Nr. 3842460
- DE SINA Edelstahl Mikrowelle mit Grill Best.-Nr. 3863980

Name, Vorname  Geburtsdatum\*

Straße  E-Mail\*

PLZ/Ort  Telefon

Ich bin auch damit einverstanden, dass der RHEINISCHE MERKUR meine Daten für Zwecke der Werbung, Marktforschung und Beratung nutzt. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.

Datum  Unterschrift

Ich bin ein neuer Abonnent und erhalte den RHEINISCHEN MERKUR frei Haus:

Name, Vorname  Geburtsdatum\*

Straße  E-Mail\*

PLZ/Ort  Telefon

Ich beziehe den RHEINISCHEN MERKUR zum günstigen Abonnementpreis von jährlich 172,50 Euro inklusive Versand (Inland) und Mehrwertsteuer. Ich bin auch damit einverstanden, dass der RHEINISCHE MERKUR meine Daten für Zwecke der Werbung, Marktforschung und Beratung nutzt. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.

Gewünschte Zahlungsweise (bitte ankreuzen):

bargeldlos durch Bankinzug

gegen Rechnung:

jährlich (172,50 Euro)

halbjährlich (87,00 Euro)

Geldinstitut  Kontonummer  BLZ

Datum  Unterschrift des neuen Abonnenten  \*freiwillige Angaben

Dieses Angebot gilt nicht für Eigen- und Geschenkbestellungen sowie ermäßigte Abonnements. Der neue Abonnent oder eine in seinem Haushalt lebende Person war in den letzten 6 Monaten nicht Abonnent des RHEINISCHEN MERKUR. Keine Prämienlieferung ins Ausland möglich.

Bitte gut lesbar ausfüllen und absenden an: Verlag Rheinischer Merkur GmbH • Vertriebsabteilung  
Heinrich-Brüning-Straße 9 • 53113 Bonn • Telefon: 0228/884-225 • Fax: 0228/884-170 • E-Mail: [leserservice@merkur.de](mailto:leserservice@merkur.de) • Internet: [www.merkur.de](http://www.merkur.de)

# Rebellen mit Mikro

**JORDANIEN** Immer mehr junge Leute schauen den freien Internetsender Aramram. Doch auch die Behörden beobachten die Arbeit der kleinen Redaktion kritisch



Staatsfern: Reporterin Serene al-Ahmad dreht einen Beitrag in einer Schule für geistig Behinderte.

Von Patrick Hemminger, Amman

Für einige Menschen auf den Straßen Ammans ist Serene al-Ahmad eine Provokation. Sie raucht in der Öffentlichkeit und trinkt gern mal ein Bier. Sie ist nicht verheiratet, hat einen Freund, verdient ihr eigenes Geld und ihr schlabriges T-Shirt lässt an den Schultern genug Haut frei, um die Träger ihres schwarzen Büstenhalters hervorblitzen zu lassen. Überall traut sie sich so allerdings nicht hin: In der noch traditionell geprägten Altstadt der Hauptstadt Jordaniens tragen die Frauen fast alle Kopftuch oder sind gänzlich verhüllt.

Al-Ahmad schiebt sich die Sonnenbrille auf die Nase und fummelt mit den Lippen eine Zigarette aus der Schachtel. Über ihren schmalen Schultern hängt eine Kameratasche, die sie zu ihrem Auto schleppt. Auch ihr Beruf trägt nicht gerade zu ihrem Ansehen bei. Die 29-jährige ist Reporterin bei dem kleinen Internetsender Aramram und macht sich auf den Weg zum ersten Termin des Tages.

Im staatlichen Fernsehen laufen währenddessen die Frühnachrichten auf Jordan TV: König Abdullah II. hat eine Truppenparade besucht. Das Staatsoberhaupt redet mit einem General. Der Sprecher rühmt die Tapferkeit der jordanischen Armee. In Jordanien gibt es außer Jordan TV keinen weiteren bedeutenden Fernsehkanal. Wollen sie der Langeweile des staatseigenen Senders entkommen, müssen die etwa sechs Millionen Einwohner des Königreichs auf die internationalen Nachrichtenprogramme von Al-Dschasira oder Al-Arabija ausweichen.

Al-Ahmad und ihre Kollegen von Aramram versuchen eine kleine Revolution. Auf seiner Website strahlt der Internetsender jeden Tag einen neuen Beitrag zwischen drei und sechs Minuten Länge aus. Thema kann alles sein, „Hauptsache, es interessiert junge Jordanier“, sagt al-Ahmad. In ihren Beiträ-

gen behandelt die aus vier festen Mitarbeitern bestehende Redaktion für jordanische Medien ungewöhnliche Themen wie die Emanzipation arabischer Frauen, den Auftritt einer Heavy-Metal-Band, die Bloggerszene oder die strafrechtliche Relevanz von Filmaufnahmen im Netz, welche Händler in Amman verkaufen.

„Aramram“ heißt zu Deutsch in etwa „mächtiges Heer“. „Eigentlich ist unser Name schlecht gewählt“, sagt al-Ahmad, während sie in ihrem kleinen silbernen Toyota die kurvige Straße zu einer Schule für geistig Behinderte hinauffährt. „Wir machen eher Guerilla-Journalismus.“ Meist sind sie zu zweit unterwegs, Al-Ahmad und ein Kameramann, doch zur Not dreht und interviewt sie auch alleine. In dem vierköpfigen Team muss jeder alles können.

Jugendliche haben Geld gesammelt, damit sich die Schule einen neuen Bus kaufen kann – kein Thema für die anderen Medien. Al-Ahmad filmt zweieinhalb Stunden, macht Interviews mit Kindern, Ärzten und Helfern. „Bei jedem anderen Sender würden sie mich sofort rauschmeißen. So viel Aufwand für eine Behindertenschule?“, sagt sie und packt Kamera und Mikro ein.

„Die meisten Menschen in unserem Land fühlen sich von den Medien nicht respektiert“, sagt Abdelsalam Akkad, Chef von Aramram und Filmproduzent. Darum gründete er vor fast zwei Jahren den Internetsender. Seit einigen Monaten senden sie jeden Tag einen Clip – und immer mehr Menschen sehen zu. Rund 5000 sind es inzwischen täglich. Für die Zuschauer wie für die Journalisten ist es jeden Tag ein kleines Abenteuer. Beide wissen nicht, was sie erwartet, denn „für das, was wir hier machen, gibt es keine Anleitung, weil vor uns noch niemand etwas Ähnliches ausprobiert hat“, sagt Akkad.

Auch wenn König Abdullah II. immer wieder behauptet, er wolle eine offenere Presse, so ist Zensur in Jordanien alltäglich. Vergangenes Jahr kritisierte das Al-Kuds-Zentrum für politische Studien gemeinsam mit der Kon-

rad-Adenauer-Stiftung in einer Studie vor allem die subtile Form von Zensur im Land. Jeder Journalist wisse, welche Themen mit einem Tabu belegt seien.

Eine kritische Auseinandersetzung mit den Sicherheitsdiensten, anderen arabischen Regierungen, Religion, Geschlechterthemen und Umweltproblemen finde in den Medien nicht statt. Wer dennoch darüber schreibe, bekomme meistens Ärger – wenn es glimpflich ausgehe, mit dem Chef, wenn nicht, mit dem Geheimdienst. So zu schreiben wie es der Regierung gefalle, könne sich hingegen lohnen: Immer wieder erhielten regierungstreue jordanische Journalisten eine Beamtenstelle, finanzielle Vorteile oder eine bessere medizinische Versorgung.

Das Studio und die Redaktion von Aramram sind in einer Fertigbaracke untergebracht, die Akkad auf dem Dach seines Hauses aufstellen ließ. Die Wände sind aus dunklem Holz. Fünf neue Macintosh-Rechner und doppelt so viele Bildschirme stehen auf den Schreibtischen. An der Wand prangt ein großes schwarzweißes Graffiti: Aramram. Außer dem Klappern der Tastaturen und dem Surren der Computer ist es still. Mit Kopfhörern arbeiten die beiden Cutter konzentriert an ihren Beiträgen.

Al-Ahmad ist zurück von ihrem Termin. Ihren Beitrag muss sie heute selber schneiden, die Kollegen sind beschäftigt. Davor trinkt sie auf dem Dach noch eine Tasse Kaffee. Die tief stehende Nachmittagssonne blendet und al-Ahmad kneift nachdenklich die Augen zusammen. „Das Problem ist, dass sich die Behörden so schlecht einschätzen lassen“, sagt sie. „Mancher, bei dem man sich fragt, wieso, landet im Gefängnis oder wird zehn Stunden lang verhört und andere schreiben Sachen, bei denen niemand versteht, wie sie damit durchkommen“, sagt sie und fügt lachend hinzu: „Noch sind wir nicht in Schwierigkeiten, aber manche halten uns schon für Rebellen.“ Ihr Lachen klingt nicht nur fröhlich.

## TV-KRITIK

### Lektion Nummer zwei: Lan-ge-wei-le

Der Rheinländer kann sich geschmeichelt fühlen: Immerhin ist „Der Dom“ das erste Wort, das ein Ausländer in Deutschland lernt. Zumindest bei der neuen Telenovela „Jojo sucht das Glück“.

Die Deutsche Welle hat ihr Angebot an Internet-Deutschkursen um eine „Websoap“ erweitert. Die Geschichte ist schnell erzählt: Die Brasilianerin Jojo (siehe Foto) kommt zum Studium nach Köln, sucht nebenbei nach der wahren Liebe und echter Freundschaft und hat dabei mit allerlei Schwierigkeiten zu kämpfen. 33 Folgen dauert Jojos Abenteuer, mit zwei bis drei Minuten sind die einzelnen Episoden sehr überschaubar. Interaktive Übungen und Arbeitsblätter, die kostenlos heruntergeladen werden können, ergänzen jede Episode.

Eine hübsche Idee ist das, die jedoch an der Umsetzung scheitert. Zwar kündigt der Sender auf der eigenen Homepage vollmundig an: „Wir nutzen den Suchtfaktor, den das beliebte Unterhaltungsformat auf seine Zuschauer ausübt, um die Lerner neugierig zu machen und zu motivieren.“ Doch ihr Versprechen hält die Deutsche Welle

nicht ein. Spannung und Suchtfaktor – Fehlanzeige. Schon Lektion Nummer zwei lautet daher: Selbst zwei Minuten tun lang.

Ein großes Manko von „Jojo sucht das Glück“ liegt neben einem drögen Plot auch in der amateurhaften Machart. Natürlich ist klar, dass eine solche Produktion nicht mit den Hochglanz-Seifenopern der TV-Sender mithalten kann. Aber ganz so schlecht müsste der

Ton nicht sein, auch die Kamera dürfte weniger wackeln. Die handwerklichen Mängel wirken irritierend und lenken vom Lernen ab.

Der Sprachkurs richtet sich an Internetnutzer mit mittleren Deutschkenntnissen. Die könnten ihren Wortschatz bei einer der zahllosen echten Telenovelas effektiver erweitern. Bei „Unter uns“ (RTL) gibt's den Dom auch. Im Vorspann. *Natalia Karbasova*



FOTOS: PATRICK HEMMINGER, DANIEL PASCHKE/DW