



AUSLANDSBÜRO

UKRAINE

ANDRÉ DREWELOWSKY

NICO LANGE

14. Januar 2008

[www.kas.de/ukraine](http://www.kas.de/ukraine)

## Frei, aber nicht unabhängig: Die Situation der Massenmedien in der Ukraine zum Jahresbeginn 2008

**Die während der Orangen Revolution errungene Medienfreiheit ist ein Eckpfeiler der ukrainischen Demokratieentwicklung. Im Krisenjahr 2007 wurde das mit offener Berichterstattung über die Staatskrise und ausgewogener Medienpräsenz der Hauptakteure während der Kampagnen zu den vorgezogenen Neuwahlen erneut unter Beweis gestellt. Die Situation der ukrainischen Medien weist allerdings trotzdem noch schwerwiegende Mängel auf. In Presse, Radio und vor allem im Fernsehen gehören gekaufte redaktionelle Beiträge mittlerweile im großen Stil zum Alltag. Die schwache soziale Stellung der Journalisten und Mängel in der Ausbildung tragen außerdem erheblich zu Qualitätsproblemen der Berichterstattung bei. Im Ergebnis leiden nicht nur Unabhängigkeit und Vertrauenswürdigkeit der Massenmedien. Viele gesellschaftlich hochrelevante Themen gelangen im bestehenden System gar nicht oder nur randständig in die Sendezeiten und Zeitungsspalten.**

### ECHTER PLURALISMUS ALS ERRUNGENSCHAFT DER ORANGEN REVOLUTION

Die Freiheit der Medien gilt als wichtige – in den Augen einiger Beobachter sogar als einzig verbliebene – Errungenschaft der Orangen Revolution vom Winter 2004. Auch im schweren Krisenjahr 2007 zeigte sich die ukrainische Medienlandschaft weiterhin ausgewogen und pluralistisch. Während der

Zuspitzung des Machtkonflikts im Frühjahr 2007 kamen immer Repräsentanten beider Seiten zu Wort. Die Positionen des Juschtschenko-Lagers und des Janukowytsch-Lagers wurden umfangreich medial vermittelt und öffentlich diskutiert. Auch während der Kampagnen zu den vorgezogenen Parlamentswahlen wiesen die Berichte in den ukrainischen Massenmedien eine Ausgewogenheit auf, die in Bezug auf Mediengrundung und -präsenz der Hauptkonkurrenten im GUS-Raum außerhalb der baltischen Staaten einzigartig ist.

Voneinander unabhängige Analysen der Akademie der Ukrainischen Presse<sup>1</sup> und des Instituts für Soziologie der Nationalen Akademie der Wissenschaften der Ukraine<sup>2</sup> während des Wahlkampfes 2007 zeigten, dass alle relevanten politischen Parteien und Wahlblöcke gleichmäßigen Zugang zu den führenden ukrainischen Fernsehsendern hatten. Nur der Donezker Fernsehsender „TRK Ukraina“, der sich im Besitz des reichsten ukrainischen Moguls Rinat Achmetow befindet, strahlte ausschließlich Werbung für die Partei der Regionen aus.

Die Tatsache, dass im Wahlkampf 47 Prozent der O-Töne des „orangen“ Senders „Fünfter Kanal“ auf Vertreter der Partei der Regionen fielen, deutet darauf hin, dass der ukrainische Mediensektor nunmehr ein

<sup>1</sup> Untersuchung der Akademie der Ukrainischen Presse im Auftrag der OSZE, Oktober 2007, <http://www.aup.com.ua/>. Alle weiteren Zahlen und Daten sind dieser Studie entnommen.

<sup>2</sup> Siehe <http://www.i-soc.com.ua/>.

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

AUSLANDSBÜRO

UKRAINE

ANDRÉ DREWELOWSKY

NICO LANGE

14. Januar 2008

[www.kas.de/ukraine](http://www.kas.de/ukraine)



Protest von Journalisten gegen gekauften Journalismus in Kiew am 6. November 2007. Dosenaufschrift: „Pro Thema – 1 Hrywnja. Bestellen Sie!“ (Quelle: Kyiv Post vom 8.11.07, Foto: Konstantin Klimenko)

Stadium der politischen Ausgewogenheit und journalistischen Normalität erreicht hat. Auch der seinerzeit oppositionelle Block Julia Tymoschenko verfügte über ausreichend Zugang zu Fernsehnachrichten: Oleksandr Turtschynow, die „rechte Hand“ Tymoschenkos, führte im August 2007 mit einem Anteil von 10 Prozent aller insgesamt ausgestrahlten O-Töne das Ranking der meistzitierten Politiker in den ukrainischen Fernsehnachrichten an, gefolgt von Woldymyr Lytwyn (8 Prozent, Spitzenkandidat des Blockes Lytwyn) und Raissa Bohatyrjowa (7 Prozent, Partei der Regionen). Selbst auf dem erwähnten Achmetow-Sender „TRK Ukraina“ war Turtschynow der Politiker mit dem größten O-Ton-Anteil.

Auch in der Gesamtschau präsentiert sich die ukrainische Medienlandschaft ausgesprochen vielfältig. Es senden derzeit 15 landesweite Fernseh- und ebenso viele Radiokanäle, etwa 8.000 Zeitungen und Zeitschriften erscheinen regelmäßig. Die meistgelesene Tageszeitung ist „Fakty“ mit einer Auflage von 2,65 Millionen Exemplaren, gefolgt von „Segodnja“ mit 1,33 Millionen und „Komsomolskaya Pravda v Ukraine“ mit 1,08 Millionen. Auf der nationalen Ebene ist der Mediensektor mittlerweile fast vollständig in privater Hand. Bis auf das Staatsfernsehen UT-1 befinden sich die wichtigsten TV-Stationen im Besitz unterschiedlicher bzw. sogar gegnerischer politisch-ökonomischer Gruppen, was

offensichtlich die Grundlage für die pluralistische Berichterstattung darstellt.

#### **MANGELNDE QUALITÄT UND BEITRÄGE FÜR BARES**

Im Gegensatz zur positiven Bewertung des grundsätzlichen Medienzugangs fällt das Urteil hinsichtlich Qualität und Unabhängigkeit der einzelnen journalistischen Veröffentlichungen deutlich negativer aus. Im September 2007 präsentierten 83 Prozent aller untersuchten Beiträge in ukrainischen Fernsehnachrichten nur einen einzigen Standpunkt, lediglich 17 Prozent berücksichtigten auch Meinungen anderer Akteure oder Parteien. Am schlechtesten schnitt hier der Sender „1+1“ ab – dort waren 91% der Beiträge einseitig.

Diese Schiefelage mag teilweise auf oberflächliche Recherche und mangelnden Professionalismus zurückzuführen sein, vor allem ist jedoch bewusste Manipulation durch Journalisten und Redaktionen erkennbar, die den äußerst lukrativen Markt der „Jeansa“ für sich entdeckt haben. Der Begriff bezeichnet die prall mit Geld gefüllten Taschen der eigenen Jeans-Hosen und steht für ein sehr einfaches und rapide um sich greifendes Prinzip: Redaktionelle Beiträge, Nachrichten über Politiker, Interviews und Reportagen werden nur gegen finanzielle Gegenleistungen ins Programm genommen. Teile von Nachrichtensendungen, Magazinen und politischen Talkshows

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

## AUSLANDSBÜRO

### UKRAINE

ANDRÉ DREWELOWSKY

NICO LANGE

14. Januar 2008

[www.kas.de/ukraine](http://www.kas.de/ukraine)

werden für politische Parteien oder Blöcke gegen Bezahlung auf Bestellung angefertigt. So war es zum Beispiel möglich, dass der Sender „1+1“ lange Meldungen über den Wahlkampf von Ex-Parlamentspräsident Lytwyn ausstrahlte, ohne dass hierfür ein relevanter Neuigkeitswert bestanden hätte. Der Radiosender „Era“ beendete in der heißen Phase des Wahlkampfes seine stündlichen Nachrichten mit einem Bericht über Präsident Juschtschenko, der mit den Worten schloss: „Der Präsident sagte: Das Gesetz ist für alle gleich.“ Diese Formulierung entsprach exakt der zentralen Wahllosung des Blocks Nascha Ukraina – Selbstverteidigung des Volkes<sup>3</sup>.

### GEKAUFTE UND ECHE NACHRICHTEN SIND KAUM ZU UNTERSCHIEDEN

Das Ergebnis ist frappierend: Die meisten „Jeansa“-Beiträge sind für die Zuschauer kaum von echten Nachrichten zu unterscheiden. Typische Erkennungsmerkmale sind eine auffällig positive Berichterstattung über Personen oder Ereignisse und das Fehlen von Gegenmeinungen und Quellenangaben. Zeigen sich die Journalisten unwillig, für Geld zu berichten, so wendet sich die zahlende Klientel an Redakteure oder Manager, um das gewünschte Publikationsergebnis zu erreichen. In den letzten Monaten meldeten sich vor diesem Hintergrund immer wieder ukrainische Journalisten zu Wort, die das System der „Jeansa“ scharf kritisierten, da es die Errungenschaften der Orangen Revolution konterkarierte (siehe Foto).

Begünstigt wird die Entwicklung durch überzogene Profiterwartungen der Eigentümer, die traditionell niedrige soziale Stellung der Journalisten, schlechte Bezahlung und in den meisten Fällen auf beiden Seiten absolut fehlendes Unrechtsbewusstsein. Natalia Ligatschowa, Chefredakteurin der Zeitschrift „Telekritika“, schätzt, dass im Parlamentswahlkampf 2007 einige Eigentümer von TV-

Stationen rund 30 bis 40 Millionen US-Dollar durch gekaufte Nachrichten verdienten<sup>4</sup>.

### FOKUS AUF PERSÖNLICHKEITEN DER ELITEN

Die weiterführenden Konsequenzen für die Berichterstattung sind bedenklich. In den meisten Fällen bleiben die Darstellungen sporadisch und fragmentiert. Eine Nachverfolgung aufgenommener Themen oder eine Spirale des Aufkommens und der Weiterentwicklung von Themen bis hin zum Aufbau öffentlichen Drucks auf die Politik, wie sie in westlichen Mediensystemen Standard ist, lässt sich in der Ukraine kaum beobachten. Die „Jeansa“-Beiträge beschäftigen sich vor allem mit dem engen Kreis der Persönlichkeiten des ukrainischen Politikbetriebes und den dortigen Ränkespielen. Illustrativ war diesbezüglich die Berichterstattung über den verunglückten Phosphorzug im Juli 2007. So mancher Ukrainer hätte sich wohl eine Fernsehberichterstattung vom Ort des Geschehens im Gebiet Lwiw mit Expertenwissen über Umfang, Konsequenzen und Hintergründe der Katastrophe gewünscht. Stattdessen wurden lediglich ununterbrochen Interviews und Wortbeiträge des Präsidenten, des Ministerpräsidenten und anderer Politiker von den Kiewer Fluren gesendet, die sich gegenseitig die Kompetenz zum Krisenmanagement absprachen bzw. Rücktritte von Ministern forderten. Ganz ähnlich verhielt es sich nach der Explosion eines Wohnhauses in Dnipropetrowsk und während der Serie der Schachtungslücke im Donezker Gebiet im vergangenen Jahr.

### GERINGE MEDIENDARSTELLUNG GRAVIERENDER GESELLSCHAFTLICHEN PROBLEME

Es wiegt in diesem Zusammenhang schwer, dass die aktuelle Form der Medienberichterstattung zwar ausgewogen und pluralistisch sein mag, kleinere und weniger finanzkräftige politische Akteure und viele hochrelevante gesellschaftliche Themen aber kaum Repräsentanz erfahren. Während

<sup>3</sup> Ukrainisch: „Sakon odyn dlja vsjich.“

<sup>4</sup> Wortbeitrag im Rahmen einer KAS-Veranstaltung am 31. Oktober 2007 in Kiew

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**AUSLANDSBÜRO**

**UKRAINE**

ANDRÉ DREWELOWSKY

NICO LANGE

14. Januar 2008

[www.kas.de/ukraine](http://www.kas.de/ukraine)

also ununterbrochen Meldungen im Stile von „Juschtschenko sagte ...“, „Tymoschenko gab bekannt ...“, „Janukowytsch kündigt an ....“ usw. produziert werden und die vorwiegend selbstreferenzielle, eigentümliche Mischung aus Politik und „Celebrity“ in den ukrainischen Medien allgegenwärtig ist, werden Themen wie die beunruhigenden HIV/AIDS-Infektionsraten und deren Ursachen, die Ausbreitung von Tuberkulose, die demographische Situation oder das marode Gesundheitssystem nur randständig medial vermittelt. Das gilt im Übrigen auch für die Außenpolitik, deren sehr geringe Anteile an der Medienberichterstattung sich vielleicht auch dadurch erklären lassen, dass internationale Meldungen im System der „Jeansa“ kaum in klingende Münze umgewandelt werden können.

**BESSERE FINANZIERUNGS- UND MANAGEMENTMODELLE SIND NÖTIG**

Zu einem großen Teil ist die politische Ausgewogenheit in der Gesamtbetrachtung der ukrainischen Medieninhalte sicher darauf zurückzuführen, dass die relevanten politischen Kräfte, d.h. vor allem die Partei der Regionen, der Block Tymoschenko und Natscha Ukraina, über das nötige Kapital verfügen, um sich Sendezeiten oder Texte zu kaufen – offen oder versteckt.

Zur Verbesserung der Lage sind Ausbildungsprogramme und fachliche Weiterbildungen für Journalisten sicher notwendig. Sehr häufig hört man jedoch von Journalisten, die sich schon am ersten Arbeitstag in der neuen Redaktion mit dem Satz „Vergessen Sie was Sie gelernt haben, bei uns läuft es eben so.“ konfrontiert sahen.

Ein wichtiger Schlüssel für die weitere Entwicklung liegt in den Finanzierungsmodellen unabhängiger Medien und den Managementfähigkeiten der Redakteure. Nur wenn Journalisten, Redakteure und Herausgeber gewillt und fachlich dazu in der Lage sind, tragfähige Finanzierungsmodelle ohne gekaufte Beiträge aufzustellen, wird eine höhere Unabhängigkeit der Medien erreichbar sein. Der dafür erforderliche Anzeigenmarkt der Ukraine entwickelt sich derzeit dynamisch und auch ausländische Direktinvestitionen fließen aktuell in größerem Umfang ins Land. Auf der lokalen Ebene, wo sich noch immer viele tausend Klein- und Kleinstzeitungen in kommunaler Hand befinden, die Privatisierung jedoch absehbar ist, werden Managementkenntnisse sehr bald überlebensnotwendig sein.

Vieles spricht nach wie vor dafür, insbesondere das Massenmedium Fernsehen in der Ukraine stärker unter zivilgesellschaftliche Kontrolle zu stellen. Möglicherweise könnte auch ein öffentlich-rechtliches Medienmodell einen Beitrag zu positiven Entwicklungen in dieser Richtung leisten. Das Thema war eine der zentralen Forderungen der Orangen Revolution, wird bisher jedoch von gravierenden Verständnisproblemen und den Schwierigkeiten der Hauptakteure, an echte Unabhängigkeit zu glauben bzw. einander zu vertrauen, begleitet. Die heute einflussreichen politischen Akteure wollen offensichtlich lieber für ihre Medienpräsenz zahlen, anstatt unabhängige Rundfunkgremien zu schaffen, denen sie anschließend wahrscheinlich ohnehin nicht über den Weg trauen würden. Es bleibt abzuwarten, ob das nunmehr in der Verantwortung stehende „orange“ Team aus Präsident Juschtschenko und Ministerpräsidentin Tymoschenko das Thema erneut auf die politische Agenda der Ukraine setzen wird.