

## Aufbruch mit Hindernissen

**Die Privatmedien in Myanmar stellen sich auf eine Zeit ohne Zensur ein, aber auch auf höhere Anforderungen**

**Die kommerziellen Medien in Myanmar verstehen sich als treibende Kraft der Demokratisierung. Mit viel Kreativität und Engagement testen sie schon jetzt die Grenzen der Pressefreiheit aus. Die bereits spürbaren und noch bevorstehenden Veränderungen stellen sie aber auch vor neue Herausforderungen. Als „Achillesferse“ im Entwicklungsprozeß gilt dabei die mangelhafte Qualifikation der Journalisten. In den Jahren der Militärdiktatur waren Aus- und Weiterbildungsangebote für Journalisten kein Thema. Jetzt drängt die Zeit, um die größeren Freiheiten auch für mehr journalistische Qualität nutzen zu können.**

Mit wegweisenden Veränderungen gehen manchmal aber sehr profane Fragen einher. Während sich die Freude vieler ausländischer Beobachter darauf richtet, dass die Medien in Myanmar ab Ende Juni nicht mehr von der Regierung zensiert werden, fragt sich Wai Phy, Chefredakteur der „Eleven Media Group“ in Rangun, wie er ohne staatlichen Kontrollen seine Redaktionsabläufe organisieren muss.

Kein Journalist mag Zensur. Aber es gibt sie nunmal in Myanmar, noch jedenfalls. Zeitungen und gedruckte Magazine, in denen es um die weniger sensible Themen wie Sport, Internationales, Gesundheit, Kunst und Literatur geht, müssen ihre Artikel nach der Veröffentlichung in Kopie der „Press Scrutiny and Registration Division“ (PSRD) des Informationsministeriums vorlegen. Die Regelung betrifft knapp 180 Printtitel. Noch etwas größer ist die Gruppe der Zeitungen

und Magazine, die sich mit Nachrichten aus und über Myanmar, mit religiösen Themen und mit der Kriminalität im Lande beschäftigen. Sie müssen sich alle Artikel und Photos bereits vor der Veröffentlichung von der PSRD genehmigen lassen. Der Aufwand ist beträchtlich und kostet wertvolle Zeit.

Bei aktuellen Nachrichten zu sensiblen Themen ist keineswegs gewährleistet, dass der entsprechende Artikel bis zum späten abendlichen Druck der nächsten Ausgabe rechtzeitig genehmigt wird. Schon aus dem Grund gibt es in Myanmar nur vier Zeitungen, die täglich erscheinen: „Kyemon“, „Myanma Alin“ und (in der Provinzmetropole Mandalay) „The Yadanabon“, daneben in englischer Sprache „The New Light of Myanmar“. Die vier Tageszeitungen gehören dem Staat. Er bezahlt die Gehälter der Redakteure und Reporter. Sie müssen keine Angst davor haben, wegen irgendwelcher Genehmigungen den täglichen Drucktermin zu verpassen.

Die anderen Zeitungen erscheinen nur wöchentlich. Das entschärft das Zeitproblem bei der Auseinandersetzung mit der Zensurbehörde. Im kommerziellen Wettbewerb mit den staatlichen Konkurrenten wissen sich die streng kontrollierten privaten Periodika aber zu helfen. So erscheinen mit dem Logo der „Eleven Media Group“ gleich vier Wochenzeitungen: Den Anfang machte im Jahr 2000 nach der Gründung des Unternehmens das „First Eleven Sports Journal“ (erscheint an jedem Dienstag). 2003 kam das „Premier Eleven Sports Journal“ (Freitag) dazu, zwei Jahre später dann das „Weekly Eleven News Journal“ (Montag). Daneben gibt das Medienhaus seit 2008 noch ein „Bi-weekly

„Eleven News Journal“ heraus, das jeden Donnerstag in Umlauf kommt. Weil die vier Blätter an unterschiedlichen Wochentagen erscheinen, wird „Eleven“ von den Lesern in der Summe nahezu als Tageszeitung wahrgenommen. Dazu passt, dass der erst 31jährige Wai Phyto der gemeinsame Chefredakteur ist und auch seine Redakteure für alle vier Periodika gleichzeitig schreiben.

Mit der findigen Konzeption hat sich „Eleven Media“ inzwischen zum größten privaten Zeitungsverlag in Myanmar gemausert. Nur zwölf Jahre nach seiner Gründung beschäftigt das Unternehmen knapp 130 Mitarbeiter, davon 50 Redakteure und Reporter. Die kombinierte wöchentliche Auflage aller Publikationen liegt nach Auskunft des Geschäftsführers Thein Myint derzeit bei etwa 350.000 Exemplaren. Für ein Entwicklungsland, in dem sich private Anbieter seit Jahren gegen staatliche Zensur behaupten müssen, ist das eine beachtliche Erfolgsgeschichte.

Ein Problem ist mit der gestaffelten Erscheinungsweise der hauseigenen Periodika jedoch nicht gelöst: der Mittwoch. An diesem Wochentag liegt keine Ausgabe von „Eleven Media“ am Kiosk. Auch dafür hat das Unternehmen inzwischen aber eine Lösung gefunden. Denn nun verbreitet es seine aktuellen Nachrichten mit beträchtlichem Einsatz auch auf der eigenen Webseite und auf Facebook. Online sind alle Informationen von „Eleven Media“ rund um die Uhr und an allen Wochentagen abrufbar.

Zwar verfügt nur ein Bruchteil der Bevölkerung von Myanmar derzeit über einen eigenen Internetanschluss und sind die Verbindungen noch immer quälend langsam; gerade im Onlinebereich sieht Than Htut Aung, der Vorsitzende und CEO von „Eleven Media“, aber ein zweites Standbein. Erst im Mai hat er eine Absichtserklärung mit der thailändischen „Nation Multimedia Group“ unterzeichnet. Sie soll dem Partner in Rangun dabei helfen, sein englischsprachiges Onlineangebot auszubauen, um für die Inhalte aus und über Myanmar verstärkt auch ausländische Leser zu gewinnen. Die „Nation Multimedia Group“ gibt unter anderem die Tageszeitung „The Nation“ heraus. Sie

ist ein langjähriges Mitglied des KAS-Partners „Asia News Network“ (ANN).

Darüber hinaus gelten für Artikel und Photos im Internet nicht die gleichen Auflagen wie für gedruckte Inhalte. Zwar soll die bestehende Zensur durch die „Press Scrutiny and Registration Division“ des Informationsministeriums Mitte des Jahres abgeschafft werden und das Mediengeschehen ab diesem Zeitpunkt nur noch durch einen Presserat „beobachtet“ werden. Zahlreiche Möglichkeiten zur Beeinflussung und Gängelung der privaten Presse bleiben aber natürlich bestehen. Selbst in Ländern mit gesetzlich verbrieftter Pressefreiheit wird der Hebel dazu im Regelfall bei den Werbe- und Anzeigenkunden der kommerziellen Medienhäuser angesetzt. Wo der Staat, so wie in Myanmar und vielen anderen Ländern Asiens, immer noch erheblichen Einfluss auf die Wirtschaft hat, genügt oft nur ein Telefonanruf aus einer nachgeordneten Regierungsbehörde, damit kritische Medien lukrative Anzeigenaufträge der werbetreibenden Industrie plötzlich verlieren und davon stattdessen linientreue Mitbewerber profitieren.

„Eleven Media“ ist in den vergangenen Jahren wiederholt ins Visier der Kontrolleure geraten. 2011 ist der Verlag von „Reporter ohne Grenzen“ deshalb mit dem internationalen Preis für „die beste Medienorganisation“ ausgezeichnet worden. Alles spricht deshalb dafür, nicht nur auf die Pressefreiheit in Myanmar zu hoffen, sondern das Geschäft mit den gedruckten Periodika jetzt rasch um neue Onlineangebote zu ergänzen. Ähnlich wie in Malaysia, wird das Internet auch in Myanmar absehbar weniger Möglichkeiten zur Beeinflussung und Gängelung bieten.

Ein eindrucksvolles Beispiel für die neuen Freiheiten „im Netz“ lieferte am heutigen Mittwoch (30. Mai) der Besuch der birmanischen Oppositionsführerin Aung San Suu Kyi in Bangkok. Bei ihrem ersten Auslandsaufenthalt seit 24 Jahren wurde die Friedensnobelpreisträgerin stürmisch begrüßt. Während das Ereignis von den staatlichen Medien in Myanmar praktisch ausgeblendet wurde, verbreitete „Eleven Media“ zahlreiche Photos von dem Besuch über seine Fa-

cebook-Seite. Die eindrucksvollen Bilder wurden von den Mitgliedern des sozialen Netzwerks kräftig weitergeleitet und kommentiert und bereits bis Mittwochabend hatten mehrere hundert neue Facebook-Nutzer auf den „Gefällt mir“-Button der Seite geklickt. Trotz der langsamen Internetverbindungen und der noch immer kleinen Onlinegemeinschaft in Myanmar versammelt „Eleven Media“ auf seiner Facebook-Seite damit jetzt beeindruckende 65.000 Nutzer (Stand: Ende Mai).

Die Hoffnungen auf ein baldiges Ende der bisherigen Zensur und die hohen Erwartungen an das Internet machen aber nur einen Teil der Aufbruchstimmung aus, die unter den Mitarbeitern von „Eleven Media“ fast mit Händen zu greifen ist. Denn ab Juli verhandelt das Parlament in Rangun über ein neues Mediengesetz.

Der Entwurf ist im Detail nicht bekannt. Sicher scheint aber zu sein, dass sich das neue Regelwerk auch mit der Vergabe von Lizenzen an private Medienunternehmen beschäftigen wird. Eine der wichtigsten Fragen lautet, ob und unter welchen Bedingungen die kommerziellen Verlage nach dem Wegfall der bisherigen Zensurbestimmungen künftig auch täglich ihre Zeitungen veröffentlichen dürfen. Niemand geht davon aus, dass der Gesetzentwurf ohne Änderungen alle Instanzen durchläuft. Alle rechnen aber damit, dass das neue Mediengesetz bis Ende 2012 verabschiedet sein wird.

Die stürmischen Entwicklungen der letzten Monate und die Aussicht auf die neuen Bestimmungen zur Medienarbeit in Myanmar erklären, warum sich Chefredakteur Wai Phyto vor allem darüber Gedanken macht, wie er in Zukunft seine Redaktionsabläufe organisieren muss. Technisch ist „Eleven Media“ bereits seit einem Jahr darauf vorbereitet, eine Tageszeitung herauszugeben. Auch der Onlinebereich wird schon jetzt personell aufgestockt. Die Produktionsweise in der Redaktion und der „Mindset“ der Mitarbeiter, die Arbeitseinstellung der Redakteure und Reporter also, stecken aber noch tief in den bisherigen Mechanismen und Verfahrensweisen.

Das ist in Myanmar keine Altersfrage. Gerade in den kommerziellen Medien ist der

überwiegende Teil der Journalisten nicht einmal dreißig Jahre alt. Auch muss sich erst noch zeigen, ob die Themenauswahl der Journalisten nach Jahren der Zensur weiterhin von der „Schere im Kopf“ bestimmt wird, oder ob gerade aufgrund des kommerziellen Wettbewerbs nicht schon bald die etwas mutigeren Medien und kritischen Redakteure den Ton angeben werden.

Die Frage, wie schnell sich Myanmars Medien auf die bevorstehenden Veränderungen einstellen können, hängt stattdessen viel mehr von der Qualifikation der Redakteure und Reporter ab. Zwar hat die Regierung nach vielen Jahren ohne jegliches Ausbildungsangebot vor vier Jahren am „National Management College“ der Universität von Rangun einen Studiengang (B.A.) für angehende Journalisten eingerichtet und soll dieser nach Auskunft von Erziehungsminister Mya Aye noch in diesem Jahr um ein Masterstudium ergänzt werden. Für den Studiengang haben sich bis jetzt aber vor allem Interessenten eingeschrieben, die später für die staatlichen Medien arbeiten wollen. Unter den jungen Journalisten der kommerziellen Konkurrenz gilt das Studium hingegen als zu „politisch“ und praxisfremd. Von den redaktionellen Mitarbeitern der Privatmedien hat der überwiegende Teil deshalb keinerlei journalistische Ausbildung. Viele Nachwuchsreporter und –redakteure sind Quereinsteiger, die oft auch nur durch Zufall ins Mediengeschäft geraten sind.

Zwar müsste man angesichts der bevorstehenden Veränderungen davon ausgehen, dass sich Journalisten in Myanmar derzeit allen voran mit Fragen zur Pressefreiheit und Medienethik beschäftigen wollen. In der Praxis liegen die Herausforderungen aber woanders. So mancher kommerzielle Verlag muss sich beispielsweise die Frage stellen, wie er mit dem vorhandenen Personal nach einer möglichen Umstellung der Erscheinungsweise eigentlich täglich seine Seiten füllen kann. Der „Workflow“, die Entscheidungsprozesse und die redaktionsinterne Kommunikation haben sich über viele Jahre auf die Herausgabe von Wochenzeitungen eingerichtet. Auch bei „Eleven Media“ steht das Thema „Newsroom-Management“ einer Tageszeitung deshalb ganz oben auf der Bedarfsliste für Weiterbildungsangebote.