

АДЬМО НЕБЕСНУ СОТНЮ

СЛАВА
НЕБЕСНА СОТНЯ

ERNÜCHTERUNG NACH DEM EUROMAIDAN

DIE LAGE VON JOURNALISTEN
UND MEDIEN IN DER UKRAINE

JUNI 2016

**REPORTER
OHNE GRENZEN**
FÜR INFORMATIONSFREIHEIT

EIN BERICHT VON REPORTER OHNE GRENZEN / GEMMA PÖRZGEN, VORSTANDSMITGLIED

INHALT

Vorwort	4
1. Ein Überblick	6
2. Medienoligarchie im Fernsehen	12
3. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	16
4. Printmedien in der Sackgasse	22
5. Online-Medien und soziale Medien auf Erfolgskurs	26
6. Identitätskrise bei <i>Hromadske TV</i>	30
7. «Jeansa» – Überleben dank bezahlter Inhalte	34
8. Der Krieg und die Medien	38
9. Journalistenausbildung als Teil des Problems	45
Empfehlungen	48
Liste der zitierten Gesprächspartner	50

VORWORT

Wer dieser Tage durch die Ukraine reist, erlebt ein Land in der Krise. Das spiegelt sich auch in den Medien wider. Wichtige Gesetzesinitiativen, wie das im Oktober 2015 verabschiedete Gesetz zur Transparenz der Eigentumsverhältnisse in den Medienunternehmen oder das Gesetz zur Umwandlung des Staatssenders in einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, existieren bislang nur auf dem Papier und harren der Umsetzung.

Titelbild und ↓
Im Februar 2016
gedenken Ukrainer
im Zentrum Kiews der
Euromaidan-Proteste
zwei Jahre zuvor.

Das Vertrauen der Bürger und Bürgerinnen in die Medien ist im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas gewachsen. Umfragen des Instituts für Soziologie der Ukrainischen Akademie der Wissenschaften zeigen, dass im Jahr 2015 nur 32,3 Prozent der Bürger den ukrainischen Medien vertrauten und 38,9 Prozent ihnen misstrauten. Im Jahr zuvor hatte die Befragung noch ergeben, dass nur noch 25,2 Prozent den ukrainischen Medien vertrauten und 45,4 Prozent nicht.



Bei der Recherche zu diesem Bericht zeigten sich die meisten Gesprächspartner besorgt darüber, dass es der Ukraine angesichts der dreifachen Herausforderung durch den Krieg im Osten des Landes, die Wirtschaftskrise und die Digitalisierung der Massenmedien nicht gelingen könnte, eine Medienlandschaft zu entwickeln, die eine demokratische Gesellschaft für ihre politische Meinungsbildung und öffentliche Debattenkultur sowie zur seriösen Information ihrer Bürger braucht. Bisher stehen dem viele Hindernisse entgegen, allen voran das Fehlen eines funktionierenden Medienmarktes.

In der Ukraine ist das Fernsehen das wichtigste Informationsmedium. Die privaten Sender befinden sich in den Händen einiger Oligarchen, die sie vor allem für politische Zwecke und eigene Geschäftsinteressen benutzen. Eine öffentlich-rechtliche Medienanstalt als wichtiges Gegengewicht fehlt bislang und die Umwandlung des staatlichen Senders in einen öffentlich-rechtlichen steckt erst in der ersten Phase seiner Entwicklung.

Dieser Bericht stützt sich auf rund 30 Interviews mit Journalisten, Medienexperten und Beobachtern, die ROG-Vorstandsmitglied Gemma Pörzgen im Januar/Februar 2016 in Kiew, Lemberg und Odessa geführt hat. Er befasst sich mit der Lage von Journalisten und Medien in den Teilen der Ukraine, über welche die ukrainische Regierung die Souveränität ausübt. Die Lage auf der von Russland seit März 2014 annektierten Krim sowie in den von prorussischen Separatisten kontrollierten Gebieten in der Ostukraine wird hier ausgespart. Diese verdiente eine eigenständige Betrachtung, zumal der Zugang zu diesen Gebieten für ausländische Beobachter derzeit sehr schwierig ist.

Wir danken allen Gesprächspartnern für ihre Offenheit und große Bereitschaft, ROG über ihren beruflichen Alltag, die Chancen und Hindernisse Auskunft zu geben und Informationen zu teilen. Ein besonderer Dank gilt unserer Korrespondentin in Kiew, Oksana Romanjuk, und ihren Mitarbeitern im Institut für Massenmedien (IMI), den Kollegen Marina und Otar Dowschenko sowie der Kollegin Julia Suschenko in Odessa, die die Recherchen für diesen Bericht mit sachkundigem Rat unterstützt haben. Für die sorgfältige Redaktion und kritische Anmerkungen gilt unser Dank dem Lemberger Journalisten und Übersetzer, Juri Durkoț, dem Chefredakteur der Zeitschrift *Osteuropa*, Manfred Sapper, sowie in der ROG-Pressestelle insbesondere Philina Schmidt.

Recherchen und Bericht wurden dank der großzügigen Förderung der Robert Bosch Stiftung möglich. Wir danken dem engagierten Team dort sehr für die Unterstützung dieses Projekts.



1 EIN ÜBERBLICK

Auch 25 Jahre nach der Auflösung der Sowjetunion ist die Medienlandschaft der unabhängigen Ukraine eng mit dem russischen Medienmarkt verflochten. Der starke Einfluss dominierender Medien des großen Nachbarn, dessen Medien nahezu alle Ukrainer verstehen können, führte seit Beginn der nationalen Unabhängigkeit zu einer strukturell asymmetrischen Wettbewerbssituation und hat die Entstehung unabhängiger Medien in der Ukraine lange erschwert. Heute informieren sich nach Angaben des Kiewer Internationalen Instituts für Soziologie (KMIS) 72 Prozent der Ukrainer überwiegend aus dem ukrainischen Fernsehen und aus Internet-Medien. Nur ein Fünftel der Bürger greift regelmäßig auf ukrainische und russische Informationsquellen zurück, wobei das Misstrauen gegenüber russischen Medien sehr groß ist. **Ihnen vertrauen laut KMIS nur vier Prozent der Nutzer.**

Für den ausländischen Beobachter ist die selbstverständliche Zweisprachigkeit der Mediennutzer eine Besonderheit des Landes. So ist in den Nachrichten der meisten



Sender das Ukrainische zwar die Hauptsprache, was aber dennoch bedeuten kann, dass Interviewpartner in der gleichen Sendung auch Russisch sprechen können. *Ukraina* und *Inter* senden auf Russisch, während einige andere Sender einmal am Tag Nachrichten auf Russisch senden, sonst aber auf Ukrainisch. Da Spielfilme im ukrainischen Fernsehen häufig russische Importware sind, sind sie oft russischsprachig. In den Zeitungen und Online-Medien wirken sich regionale Unterschiede auch dahingehend aus, dass Medien beispielsweise in Lemberg auf Ukrainisch publizieren oder in Odessa eher russischsprachige Medien verbreitet sind. Viele Zeitungen und Online-Medien bieten ihre Angebote in beiden Sprachen an.

Im Vergleich zur heutigen Lage in der Russischen Föderation ist die Arbeit von Journalisten in der Ukraine von ganz anderen journalistischen Freiheiten geprägt. Eine staatliche Zensur findet nicht statt und es gibt eine pluralistische Medienlandschaft. Auf der aktuellen Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen verbesserte sich die Ukraine um 22 Plätze und nimmt heute Platz 107 unter den 180 Ländern ein.

✓
Journalisten bei einer
Großdemonstration auf dem
Unabhängigkeitsplatz in
Kiew am 9. Februar 2014.



Die Zahl der Vergehen gegen Journalisten ist 2015 in der Ukraine gegenüber den hohen Zahlen des Vorjahres erfreulicherweise sehr stark gesunken. Das Institut für Massenmedien (IMI), die ukrainische Partnerorganisation von ROG, zählte im vergangenen Jahr 310 Vorfälle und damit nur noch ein Drittel der Vorfälle des Vorjahres 2014 (995).

Die meisten Vorkommnisse, bei denen überwiegend Rechte von Journalisten verletzt wurden, ereigneten sich vor den Kommunalwahlen im Herbst 2015. In 58 Fällen kam es zu tätlichen Übergriffen auf Kollegen, das ist nur noch ein Fünftel der Attacken des Vorjahres 2014 (286). Verantwortlich dafür waren überwiegend Privatpersonen, mitunter blieben die Täter anonym. Staatliche Repression gegen Medienvertreter gehört nicht zum Alltag von Journalisten in der Ukraine. Zum Zeitpunkt der Recherchen für diesen Bericht befand sich kein einziger Journalist wegen seiner beruflichen Tätigkeit in ukrainischer Haft.

Ungeklärt ist bis heute der Mord an dem Publizisten Oles Buzyna, der am 16. April 2015 im Zentrum von Kiew von unbekanntem Tätern getötet wurde. Nach Polizeiangaben hatten zwei maskierte Männer aus einem Auto auf ihn geschossen. Buzyna war für seine prorussische Sicht bekannt und galt als erbitterter Gegner der neuen ukrainischen Regierung. Seine Ermordung fiel in den Zeitraum, als mehrere Anhänger der alten Machthaber im Frühjahr 2015 gewaltsam ums Leben kamen.

Aber diese Vorfälle sind für die Lage von Journalisten und Medien nicht das prägende Element. Gerade im Vergleich zu den Verhältnissen in Russland, wo es unabhängigen Journalismus nur noch in sehr wenigen Nischen der Freiheit gibt, sind die Arbeitsbedingungen von Journalisten in der Ukraine völlig anders. Die Kollegen können frei berichten, investigativ arbeiten und Medienprojekte frei von staatlicher Einmischung entwickeln.

«Wir hatten früher Schwierigkeiten unter Kutschma und Janukowytsch», schildert der Herausgeber Stefan Kurpil, der in Lemberg die Regionalzeitung *Wysokyj Zamok* herausgibt, diese Möglichkeiten anschaulich. «Sie haben unter Kutschma unsere Druckerei überfallen und unter Janukowytsch haben sie uns ein Jahr lang die Steuerpolizei auf den Hals geschickt.» Das alles sei heute vorbei. «Jetzt übt der Staat keinen Druck mehr auf uns aus und wir fühlen uns in unserer journalistischen Arbeit frei.» Der Lemberger Bürgermeister rufe heute nur an, wenn er eine Frage habe und auch der Umgangston mit Behördenvertretern habe sich völlig verändert.

Dennoch räumen einige Gesprächspartner ein, dass es gewisse Politiker gibt, die immer noch glauben, auf traditionelle Weise mit Medienvertretern verfahren zu können. «Ich habe nicht das Gefühl, dass ukrainische Politiker ihr Verhältnis zu den Medien verändert haben», sagt der ukrainische Journalist Denis Trubezkoj. Der 22-Jährige glaubt, dass dafür erst ein Generationswechsel nötig sei, denn selbst ein als reformorientiert geltender Politiker wie der amtierende Präsident Petro Poroschenko sei immer noch zu stark sowjetischem Denken verhaftet. Auch in den Medien prägten immer noch Journalisten die Richtung, die in der Sowjetunion sozialisiert und ausgebildet wurden. Trubezkoj setzt darauf, dass erst die Angehörigen seiner Generation einen echten Wandel verwirklichen werden. Bislang beobachtet er in Medien und Politik noch einen «Kampf zwischen altem und neuem Denken».

Dafür spricht auch, was der Nachrichtenchef des TV-Senders *1+1*, Serhij Popow über die Schwierigkeiten seines Senders erzählt, bei Poroschenko ein Interview zu bekommen. Mehr als ein halbes Jahr lang sei das nicht mehr möglich gewesen, weil die Präsidialverwaltung die Bedingungen immer noch so diktieren wolle, wie es zur Janukowytsch-Zeit üblich gewesen sei. Es sei üblich, alle Fragen vorher zuzusenden



und abzustimmen. Dann komme nicht etwa die Kamera der Redaktion zum Einsatz, sondern ein Kamerateam des Präsidialapparates, der dann auch den Schnitt erledige und das fertige Interview zur Ausstrahlung zusende. Seit 1+1 dazu nicht mehr bereit sei, sondern Dreh und Schnitt selbst in die Hand nehmen wolle, bekomme der Sender kein Interview mehr. «Das ist für uns eine prinzipielle Frage», sagt Popow.

↑
Gedenkfeier in Kiew im
Februar 2016 für die
Getöteten der Euromaidan-
Proteste Anfang 2014.

Nach den Maidan-Protesten 2013/14, die eine hohe Politisierung der Gesellschaft mit sich brachten und das Interesse der Bürger an Information vorübergehend enorm steigerten, beobachten Medienexperten nun, dass das Interesse an Politik und damit auch an journalistischen Inhalten wieder spürbar gesunken ist. «Die Leute sind von den Nachrichten ermüdet und haben Angst vor Nachrichten», urteilt Popow. Die Enttäuschung über die unzureichende Reformpolitik der Regierung und die Ermüdung der Menschen angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen, zeigt sich nach Einschätzung zahlreicher Gesprächspartner auch im mangelnden Vertrauen in die Medien.

Der ukrainische Journalismus befindet deshalb in einer schwierigen postrevolutionären Phase, in der die eigene Rolle in der Gesellschaft neu definiert werden muss. Nachdem die Aufbruchsstimmung während des Maidans zunächst viele neue Medienprojekte beförderte, hat sich in der Medienszene nun Ernüchterung breit gemacht. Einige gute Journalisten wechselten in die Politik, um an der Zukunft ihres Landes in anderer Weise mitzuwirken.



Der Krieg im Osten des Landes, die dramatische Wirtschaftslage und eine von vielen als Stagnation erlebte politische Entwicklung machen es auch für Journalisten und Medien schwer, sich neu zu positionieren und dabei auch noch die zusätzlichen Herausforderungen durch die Digitalisierung zu bewältigen.

Dass das Misstrauen gegenüber den Medien groß ist, liegt vor allem daran, dass die wichtigsten Medienunternehmen, vor allem die einflussreichen privaten Fernsehsender, alle unverändert von Oligarchen kontrolliert werden. Medienexperten sprechen von einer «Medienoligarchie» in der Ukraine, bei der Medienmacht, politischer Einfluss und Kapital zu stark miteinander verflochten sind. **Die Abhängigkeit von der Finanzierung durch Oligarchen ist auch dadurch gewachsen, dass sich der ukrainische Anzeigenmarkt 2014 halbiert hat und 2015 nach Prognosen der ZenithOptimedia Agentur schon wieder um über 40 Prozent schrumpfen sollte.** Die Milliardäre müssen an ihren Medien nicht verdienen, sondern betreiben sie als eine Art PR-Abteilung zum Schutz ihrer sonstigen Geschäfte nebenbei.

Bedenklich ist auch die verbreitete Praxis der Redaktionen, nicht gekennzeichnete bezahlte Inhalte zu verwenden, die umgangssprachlich «Jeansa» (ausgehend vom Wort Jeans) genannt werden. Dadurch dass die Eigentümer von Medienunternehmen auch in anderen Wirtschaftszweigen aktiv sind, ist in den Redaktionen offenbar die Bereitschaft groß, PR und journalistische Inhalte ohne Kennzeichnung freihändig zu vermischen. Gleichzeitig fehlt vielen Redaktionen das notwendige Geld, um in moderne Technik und attraktive Online-Auftritte zu investieren oder Journalisten anständig zu bezahlen. Aber auch die Kunden sind angesichts der Wirtschaftskrise und bröckelnder Einkommen kaum noch in der Lage, für Informationsangebote Geld auszugeben.

Dennoch gibt es in der Ukraine vielversprechende Medienprojekte, die allerdings überwiegend nur dank ausländischer Hilfe überleben können. Herauszuheben sind Online-Portale wie *Hromadske TV* und *Hromadske Radio*, die während des Maidan dank ihrer Live-Berichterstattung zur Stimme der Bewegung und einer neuen Generation von Journalisten wurden und international große Beachtung fanden. Auch gibt es, anders als in vielen anderen postsowjetischen Staaten, mit Webseiten wie *Telekritika* einen lebendigen Medienjournalismus, der eine konstruktive Debattenkultur innerhalb der Branche über Standards und professionelle Fragen ermöglicht. Engagierte Kollegen haben auch in der Auseinandersetzung mit russischer Propaganda eindrucksvolle Medienprojekte wie *Stop Fake* entwickelt, die weit über die Ukraine hinaus Bedeutung errungen haben.

Ein großes Defizit liegt in der Journalistenausbildung, die wie zu sowjetischer Zeit an den Universitäten stattfindet und zu stark akademisch ausgerichtet ist. Sie wird dem klassischen journalistischen Handwerk ebenso wenig gerecht wie den neuen technologischen Herausforderungen des zunehmend multimedialen Berufs. Allerdings setzen die Katholische Universität in Lemberg und die Mohyla-Journalistenschule in Kiew mit ihrer Journalistenausbildung neue Maßstäbe.

2

MEDIENOLIGARCHIE

IM FERNSEHEN

Die bedeutendste Rolle bei der Informationsvermittlung spielt in der Ukraine das Fernsehen. Nach einer Umfrage des Gorschenin-Instituts, eines ukrainischen Think Tanks in Kiew, vom März 2016 informieren sich 88 Prozent der Ukrainer vor allem im Fernsehen über aktuelle gesellschaftspolitische Entwicklungen.

Die Fernsehlandschaft prägen private Fernsehkanäle. Sie gehören zu vier führenden Mediengruppen (*DF Group*, *1+1 Media*, *StarLightMedia* und *SCM*), die im Besitz wichtiger Oligarchen sind: Der Kanal Inter gehört Dmytro Firtasch und Serhij Ljowotschkin, der Sender *1+1* Ihor Kolomojskyj, *STB*, *ICTV* und *Nowyj Kanal* sind im Besitz von Wiktor Pintschuk und *Ukraina* gehört Rinat Achmetow. Die Besitzverhältnisse sind allerdings intransparent und nicht etwa beim Blick auf die Webseiten nachvollziehbar.

Zu jeder Holding gehören noch weitere Spartensender, die aber nicht so eine Rolle spielen. Die wichtigsten Kanäle sind *Inter*, *Ukraina*, *1+1*, *STB*, *ICTV* und *Nowyj Kanal*, die bei den Einschaltquoten vorne liegen. Darüber hinaus gibt es in der Ukraine rund 30 überregionale Sender mit einer sehr unterschiedlichen Abdeckung, darunter auch mehrere Spartensender (Musik, Filme usw). **Seit 2014 ist die Ukrainian Nielsen International Company damit beauftragt, die Einschaltquoten zu messen.**

Auch Präsident Petro Poroschenko besitzt einen eigenen Fernsehsender, *Kanal Fünf*. Allerdings sind dessen Einschaltquoten sehr viel geringer als die der Sender der anderen Oligarchen. Anders als vor seiner Präsidentschaft versprochen, hat sich Poroschenko weder von seinen Unternehmen getrennt, noch die Absicht realisiert, seinen Sender aufzugeben. «Poroschenko hat Angst, negativ dargestellt zu werden», sagt dazu der Medienexperte Waleri Iwanow, Präsident der Akademie der Ukrainischen Presse in Kiew. Der Staatschef wolle deshalb seine eigene mediale Einflussmöglichkeit nicht aufgeben.

«Nach beiden Revolutionen hat man nur den status quo in den Medien wieder hergestellt», sagt der Lemberger Journalist und Medienkenner, Juri Durkot. «Das System der Oligarchen hat sich als lebendig erwiesen und sorgt zwar für einen gewissen Pluralismus, aber auch für einen verzerrten Wettbewerb.» Die Fernsehsender seien ursprünglich einmal als PR-Abteilungen von Unternehmen entstanden, um die eigenen Geschäfte besser begleiten zu können.

Das Publikum weiß, wem welcher Sender gehört, obwohl dies zugleich intransparent bleibt. Deshalb gehört zu den wichtigsten Reformvorhaben der Mediengesetzgebung ein lang diskutiertes Gesetz, das für mehr Transparenz der Eigentumsverhältnisse sorgen soll. Poroschenko unterzeichnete es im Herbst 2015 und erntete international große Zustimmung für diesen wichtigen Schritt. «Einer Konzentration

von Medieneigentum vorzubeugen und volle Transparenz der Medienregulierung sind wichtige Voraussetzungen für Medienpluralismus und Meinungsfreiheit in einem demokratischen Staat», lobte die OSZE-Medienbeauftragte für die Freiheit der Medien, Dunja Mijatovic, das neue Gesetz. Auch in der Ukraine weckte das neue Regelwerk einige Hoffnungen, stieß aber auch auf Skepsis mit Blick auf seine Umsetzung. «Bis 1. April 2016 sollten jetzt alle TV-Sender auf ihrer Webseite angeben, wem sie gehören», sagt Oksana Romanjuk vom Institut für Massenmedien in Kiew. **Bisher haben Medienunternehmen diese Regelung aber nur vereinzelt umgesetzt, wie beispielsweise der Sender 1+1 auf seiner Webseite.**

Leider sieht das Gesetz keine strengen Sanktionen vor, wenn die Offenlegung der Eigentumsverhältnisse ausbleibt. «Es müsste eigentlich ein Lizenzentzug drohen, andernfalls werden wir keine Transparenz erreichen», sagt Romanjuk, die wie zahlreiche andere Medienexperten diese Maßnahme für unzureichend hält. Es sei zwar eine Regulierungskommission berufen worden, aber sie reagiere nicht ausreichend auf die Verstöße. Deshalb verfehle das Gesetz bislang seine Wirkung.

Derweil erleben die TV-Zuschauer immer wieder regelrechte «Informationskriege», bei denen konkurrierende Oligarchen ihre Privatfehden über ihre Sender austragen. Die Redaktionen folgen dabei meist den Vorgaben ihres jeweiligen Besitzers. Da standen sich mal Kolomojskyj gegen Firtasch, dann Pintschuk gegen Kolomojskyj oder 1+1 und der Präsident sowie *Inter* und *TRK Ukraine* gegen einzelne Minister gegenüber. «Die Fernsehsender sind auf ein breites Publikum

↓
Präsident Petro Poroschenko besitzt mit *Kanal Fünf* einen eigenen Fernsehsender.





angelegt», sagt Iwanow. «Die Sender sind immer wieder im Krieg gegeneinander, weil sich ihre Eigentümer gegenseitig bekämpfen.» Als Beispiel nennt Iwanow die skandalträchtige Auseinandersetzung zwischen Kolomojtschuk und Pintschuk, die nach schweren Betrugs- und sogar Mordvorwürfen gegen Kolomojtschuk im Januar 2016 vor einem Londoner Gericht gütlich beigelegt wurde. Danach habe sich auch die Redaktionslinie der Sender sichtbar auf den Friedensschluss eingestellt. «Das ist ein gigantisches Problem und das neue Gesetz ändert daran leider nichts», sagt Iwanow über diese Form der Einflussnahme.

↑
Der Multimilliardär und Oligarch Ihor Kolomojtschuk ist Eigentümer des Fernsehsenders 1+1.

Während der Wahlkämpfe unterstützten bestimmte Medien offen oder verdeckt, auch mit Hilfe bezahlter Inhalte, regelrechte Desinformationskampagnen gegen andere Parteien und untergraben die journalistische Glaubwürdigkeit ihrer Sender. Die Redakteure werden dann förmlich zu Marionetten im Kampf der Eigentümer ihres Senders. Da komme die Anweisung des Eigentümers in einer Sendung teilweise über den Kopfhörer direkt ins Ohr, erzählen Kollegen: «Weicher fragen!», heiße es dann, je nachdem wer der Studiogast sei. Getreu der Devise, wer die Musik bezahle, gebe auch den Ton an, wirke sich das auch auf die Einladungspolitik bestimmter Talkshows aus, erzählen Kollegen.

Dass Medienunternehmen vor allem im Besitz von Oligarchen sind, wirkt sich in mehrfacher Hinsicht negativ aus. Diese Besitzer haben wenig Interesse an der tatsächlichen Entwicklung des Medienmarktes und an funktionierenden Geschäftsmodellen. Sie betreiben ihre Medienhäuser vor allem als Zuschussgeschäfte. «Die Probleme im Journalismus sind gleich geblieben», sagt der Chefredakteur von *Hromadske Radio*, Kyrjlo Lukerenko deshalb. «Reiche Leute setzen ihre Interessen dank ihrer Medien durch.»

Auch die Geschäftsführerin von *Hromadske TV*, Katja Gortschinskaja, sieht in den «Oligarchen-Medien» einen verheerenden Kreislauf. Einerseits benötigen die Oligarchen ihre Medien als Teil ihres Machtsystems. Andererseits könnten die Medien ohne die Oligarchen nicht existieren. Lobbyinteressen und Werbeeinnahmen seien in einer ungesunden Weise verquickt. «Die einzelnen TV-Sender sehen hochprofessionell aus, um hohe Einschaltquoten zu erzielen», sagt Gortschinskaja über die moderne Ausstattung vieler Sender. «Sie sehen so aus, wie ein moderner Sender aussehen muss, sie sind aber im Kern verdorben.»

Kolomojtschuks Sender *1+1* ist einer der erfolgreichsten überregionalen Sender des Landes. Er dient den Interessen eines umstrittenen Multimilliardärs, der in der jüdischen Gemeinde von Dnipropetrowsk eine wichtige Rolle spielt, fragwürdige Kampfverbände finanzierte und etliche politische Intrigen spann. Präsident Poroschenko setzte ihn nach dem Euromaidan vorübergehend als Gouverneur in Dnipropetrowsk ein, verfolgt aber nach Einschätzung der Gesprächspartner längst konkurrierende Interessen. Deshalb setzte er ihn im März 2015 ab.

Die Ausstattung der Redaktion und die Technik von Kolomojtschuks Sender bewegen sich auf dem Niveau anderer europäischer Fernsehsender. «Das ist ein propagandistischer Kanal», kritisieren aber viele Kollegen in Kiew die inhaltliche Ausrichtung des Senders, der als reichste TV-Sender in der Ukraine gilt. Auf dem Fernsehmarkt sieht die Redaktion vor allem in *Inter* ihren wichtigsten Konkurrenten um die Zuschauergunst.

«Die Situation ist wie sie ist», entgegnet der Nachrichtenchef des Senders, Serhij Popow, auf die Frage nach dem Eigentümer und zeichnet aus der Innensicht der Redaktion ein anderes Bild. «Entscheidend sind nicht die Oligarchen, sondern, ob sie sich zivilisiert aufführen», sagt er und spricht von einer «Dämonisierung» Kolomojkyjs. «Unser Eigentümer unterstützt uns.» Popow räumt ein, dass es immer wieder mal zu Konflikten zwischen Redaktion und Eigentümer komme, aber darüber sei man im Dialog, könne sich mit Kolomojkyj persönlich treffen und streiten. Der Vorteil sei, dass Generaldirektor Alexander Tkatschenko ebenfalls Journalist sei und redaktionelle Anliegen vor dem Eigentümer gut zu vertreten wisse. «Mir gefällt, dass unser Eigentümer sich unsere Argumente anhört», sagt Popow. Er verfolgt seit zwei Jahren die Strategie Fernsehnachrichten und Website multimedial zusammenzuführen. Nach seinen Angaben hat der Internetauftritt von **1+1** jeden Tag 500.000 Besucher. Zielgruppe sei ein Publikum im Alter von 18 bis 54 Jahren, das eher prowestlich eingestellt sei, sagt der Nachrichtenchef.

Dank der guten finanziellen Ausstattung des Medienhauses gehört **1+1** zu den attraktiven Arbeitgebern für Journalisten, die gut bezahlen und ein modernes Programm produzieren. Anders als andere Medienhäuser in der Ukraine kann sich **1+1** auch eigene TV-Korrespondenten in Warschau, Berlin und Washington leisten. Der Posten in Moskau musste Anfang 2013 gestrichen werden, weil es für den Kollegen zu gefährlich geworden sei, sagt Popow. Zudem sei es sehr teuer, Auslandskorrespondenten zu haben.

Auch auf der regionalen Ebene ist das enge Zusammenspiel von Politik und Medienbesitz sichtbar. So gilt der 2015 wiedergewählte Lemberger Oberbürgermeister Andrij Sadowyj landesweit als erfolgreicher Bürgermeister der neuen Generation und als PR-Talent. Weniger registriert wird außerhalb der Stadt, dass der örtliche TV-Sender **24** und das Webportal **zaxid.net** auf seine Frau registriert sind und Sadowyj damit eines von zwei Unternehmen kontrolliert, die den regionalen Medienmarkt beherrschen. Hauptkonkurrent um die örtliche Medienmacht ist der Oligarch Petro Dymynskij mit seinem Sender Zik und dem dazugehörigen Internetportal.

«In Lemberg dominieren zwar diese beiden Fernsehsender den lokalen Markt», sagt Roman Rak, freier Journalist und örtlicher Vertreter der Journalistengewerkschaft, sieht darin aber im Vergleich zu anderen Städten kein so großes Problem. «Die Konkurrenz der beiden Medienhäuser sorgt immerhin für eine gewisse Balance und Pluralität.» Auch der Lemberger Journalist Juri Durkot hält die Lage in seiner Stadt für unproblematisch: «Lemberg war immer eine Oase, was die Medienfreiheit angeht», sagt er. Aber natürlich finde sich bei **24** oder auf **zaxid.net** keine Kritik am Regierungsstil des Oberbürgermeisters. «Lemberg hat sich in den letzten Jahren gut entwickelt und nach Darstellung des Bürgermeisters ist das vor allem sein Verdienst», sagt Durkot.



→
Wiktor Pintschuk
ist Besitzer der
Fernsehsender **ICTV**, **STB**
und **Nowyj Kanal**. Sein
Vermögen hat er unter
anderem im Stahlgeschäft
gemacht.



3

ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDFUNK

Nach jahrzehntelanger Diskussion wurden in der Ukraine 2015 die Voraussetzungen für die Bildung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach westeuropäischem Vorbild geschaffen. Am 10. April 2015 trat das Änderungsgesetz zur Gründung der *Natsionalna Suspilna Teleradiokompanija Ukraini (NSTU)* in Kraft, das Staatspräsident Petro Poroschenko drei Tage zuvor unterschrieben hatte. Das neue Gesetz zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk sei ein Gesetz, auf das die Ukraine 23 Jahre gewartet habe, sagte Poroschenko. Das ukrainische Parlament in Kiew hatte das Gesetz am 19. März 2015 mit großer Mehrheit gebilligt.

Der neue Sender soll in Form einer öffentlichen Aktiengesellschaft seine Arbeit aufnehmen, wobei hundert Prozent des Aktienkapitals dem Staat gehören sollen. Dafür müssen die bisherigen staatlichen Fernseh- und Rundfunksender zunächst fusionieren. Eine Auflösung des bisherigen Staatssenders war von den neuen Machthabern in Kiew nicht gewünscht. Ein Argument war, dass die mehr als 8000 Beschäftigten alle Staatsbedienstete und damit unkündbar seien.

Da aber bereits die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft angesichts ungeklärter Eigentumsverhältnisse und anderer Strukturprobleme ein schwieriger juristischer Prozess ist, steckt diese wichtige Reform im Frühjahr 2016 noch in dieser Phase fest. «Das ist ein riesiger bürokratischer Akt, zumal sich gleichzeitig immer wieder der gesetzliche Rahmen verändert», sagt Zurab Alasania, der als Generaldirektor die undankbare Aufgabe übernommen hat, diese schwierige Reform umzusetzen. Eine der vielen ungeklärten Streitfragen ist, ob die neue Gesellschaft selbst Eigentümer des umfangreichen Immobilienbesitzes werden kann, was nach Einschätzung ausländischer Berater eine der wichtigsten Garantien für die Unabhängigkeit des Senders wäre.

Solange muss Alasania die riesige Rundfunkanstalt in einer schwierigen Übergangszeit managen, deren erster nationaler Fernsehkanal (*Perschyi Nazionalnyi*) zwar mehr als 90 Prozent des ukrainischen Territoriums abdeckt, aber nur verschwindend geringe Einschaltquoten aufweist. Der erste Kanal gilt als «Oma-Sender». «Den schauen nur noch alte Leute in den Dörfern», meint Oksana Romanjuk vom Institut für Massenmedien. «Die Oma im Dorf wundert sich jetzt über die leichte Veränderung im Programm». Romanjuk beobachtet auch, dass sich die Programminhalte bereits verbessert hätten, aber der Sender wirke unverändert wie ein verstaubter Staatssender in der Übergangsphase in eine unklare Zukunft. Andere Kritiker finden härtere Worte und sagen, die ganze Ästhetik erinnere unverändert an die 1970er Jahre, nicht aber an modernes Fernsehen. «Während es beim Privatfernsehen glitzert, staubt es bei Perschyi», urteilt ein ausländischer Berater über das Programm und dessen Entwicklungsmöglichkeiten. Mit einer Imagekampagne und einer ersten Programmreform versucht der Sender seither die Zuschauer von Veränderungen zu überzeugen.

Mit Generaldirektor Alasania hat die Reform nicht nur ein erfolgreicher Medienmanager in der Hand, sondern auch eine der angesehensten und charismatischsten Persönlichkeiten der ukrainischen Medienszene. Der prominente Journalist stammt aus Abchasien, lebt aber seit 1982 in der Ukraine. Der weltläufige Alasania hat sich inzwischen in zahlreichen Ländern angesehen, wie öffentlich-rechtliche Rundfunksysteme anderswo funktionieren.

Bislang ist nicht klar, wie viel Macht Alasania tatsächlich besitzt, um die Verhältnisse zu verändern. «Alles ist sehr, sehr langsam», sagt der Medienmacher und rechnet damit, dass die Reform noch mehrere Jahre beanspruchen wird. Im Moment gehe es zunächst vor allem um juristische und bürokratische Fragen. «Der Journalismus kommt erst später – das immer gleiche Programm und die niedrigen Einschaltquoten sind immer noch das Problem», sagt Alasania. «Die Regierung und der Präsident sind nicht interessiert an einem öffentlich-rechtlichen Sender», kritisiert der Generaldirektor die mangelnde Unterstützung der Machtelite. Alle Regierungen hätten den Staatssender früher gerne für ihre Zwecke benutzt. Nun misstrauere gerade Poroschenko einem öffentlich-rechtlichen Sender. Schließlich betreibe er nach wie vor seinen Sender *Kanal 5* weiter. «Regierung und Präsident unterstützen und helfen nicht», bedauert Alasania.

Nach dem Gesetz stünden dem Sender 1,1 Milliarden Hrywna (rund 34 Millionen Euro) im Jahr zu, aber 2015 sei davon nur rund die Hälfte (654 Millionen Hrywna) ausgezahlt worden, sagt Alasania. Die Finanzministerin habe darauf verwiesen, dass der Sender bisher noch nicht öffentlich-rechtlich sei.

Das Problem ist, dass der Sender lediglich Geld aus dem Staatshaushalt erhält, aber keine weiteren Einnahmen hat. Nach dem Gesetz besteht zwar die Möglichkeit, ein Abbonnentensystem zu schaffen, aber das ist Zukunftsmusik. „Ich möchte erst mal ein paar Jahre lang zeigen, wofür die Leute da Geld ausgeben sollen“, sagt Alasania.

Unterstützung kommt bisher vor allem aus dem Ausland. Die Europäische Rundfunkunion (EBU) schickt Berater, die US-Regierung und viele europäische Unterstützer sind involviert. Auch aus Deutschland kommt Unterstützung. «Die *Deutsche Welle Akademie* hilft sehr», sagt Alasania. «Sie bietet Trainings und gute Beratung.» Aber es bleibe schwer, in dem bestehenden System gute Ideen umzusetzen.

Der Sender hofft im Jahr 2016 auf fünf Millionen Euro Unterstützung von der EU, mit denen die bisher regional angesiedelten Nachrichtenredaktionen reformiert werden und landesweit vernetzt werden könnten. Auch aus Japan erhofft sich Alasania Hilfe, um die veralteten Studios modernisieren zu können. «Das ist ein langsamer und schmerzhafter Prozess», sagt Kyrylo Lukerenko von *Hromadske Radio* über die Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. «Sie sind im Stress beim ukrainischen Radio und erwarten bald Massenentlassungen.» Er beobachtet eine schwierige Reform und viel Misstrauen unter den Akteuren.

Das renommierte Medienprojekt *Hromadske Radio* hat sich schon vor Jahren selbst auf die Fahnen geschrieben, der eigentliche «öffentliche Rundfunk» für die Bürger zu sein. Kritiker der Reform des Staatssenders aus dem In- und Ausland glauben, es wäre der bessere Weg gewesen, den Koloss Staatsrundfunk aufzulösen und mit den Aktivisten von *Hromadske TV* und *Hromadske Radio* einen Neuanfang mit schlanken Strukturen zu wagen.

Alasania ist für eine Zusammenarbeit mit den beiden prominenten Medienprojekten offen. Teile des Programms von *Hromadske Radio* wurden bereits in das

Radioprogramm seines Senders integriert. Gegen eine niedrige Miete ist *Hromadske Radio* vor einiger Zeit ins Erdgeschoss des großen Rundfunkgebäudes in Kiews Stadtmitte eingezogen. Auch Katja Gortschinskaja, Geschäftsführerin von *Hromadske TV*, kann sich eine stärkere Zusammenarbeit mit dem entstehenden öffentlich-rechtlichen Sender vorstellen.

Obwohl Alasania mit den *Hromadske*-Leuten in enger Verbindung steht und für die Übernahme von gelungenen Programminhalten offen ist, sieht er auch Grenzen der Zusammenarbeit mit den Internet-Aktivisten. «Das ist schwer zu verbinden», sagt er. «Der erste Kanal ist ein riesiges Format und bei *Hromadske* mögen sie das klassische Fernsehen nicht.» Video-Formate im Internet seien eben doch etwas anderes als das Fernsehgeschäft. Deshalb ist der Generaldirektor auch offen für die Zusammenarbeit mit den professionellen Fernsehmachern der privaten TV-Sender.

«Die Oligarchen-Sender sehen uns nicht als Konkurrenz», sagt Alasania. Deshalb versuche er mit allen Fernsehverantwortlichen im Gespräch zu sein und sie um Hilfe zu bitten. «Sie sind untereinander in Konkurrenz, aber nicht mit uns», sagt er über die Oligarchen-Sender. Als Beispiel nennt er Unterhaltungssendungen wie nationale Gesangswettbewerbe, für die der *Erste Kanal* das Geld geben könnte und der kommerzielle Sender die Technik, ähnlich wie es in Schweden üblich sei. «Ich



versuche zu vermitteln, dass es eine Ehre ist, uns zu unterstützen.» Außerdem gebe es bisher in der Ukraine keinen Theaterkanal, Konzertkanal oder Kinderkanal. Da seien gemeinsame Projekte sehr gut vorstellbar.

Der Generaldirektor hofft, dass schon um die kommenden Wahlen herum mehr Zuschauer den *Ersten Kanal* einschalten werden, weil sie den Stil der Oligarchen-Sender satt hätten. Alasania glaubt, dass auch Journalisten künftig einen Wechsel zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk attraktiv finden könnten, um die Einmischung der Milliardäre in den Privatsendern endlich hinter sich zu lassen. Er arbeitet engagiert daran, dass der *Erste Kanal* zu einem unabhängigen Sender für die Bürger wird.

Wie weit dieser Weg noch ist, versteht man erst, wenn man einen der unzähligen Regionalsender des staatlichen Systems besucht. In jeder größeren Stadt in der Ukraine befindet sich eine solche Filiale. Im Rundfunkgebäude Odessas etwa ist der Glanz der sowjetischen Fernseh-Ära kaum noch zu erahnen. Damals wurden hier in den Fernsehstudios noch Spielfilme und größere Sendungen produziert. 1956 begann in dem imposanten Gebäude der Sendebetrieb, heute steht der überwiegende Teil des Geländes leer und wirkt völlig heruntergekommen. Wer durch die Korridore geht, hat das Gefühl, die Zeit sei seit Jahrzehnten stehengeblieben. Es erinnert eher an ein Fernsehmuseum als an einen modernen Sendebetrieb.

Immer noch gibt es hier das größte Fernsehstudio der Stadt, aber mit veralteter Technik. «Wir sind hier finanziell und technisch in der Sackgasse», sagt die engagierte Leiterin der Nachrichtenredaktion, Nelja Schewtschenko. «Wir hoffen darauf, dass sich etwas ändert.» Schewtschenko setzt darauf, dass mit der Umwandlung des Staatssenders in einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch die Freiräume wachsen und die zu Zeiten des Staatssenders üblichen Anrufe von Politikern und Beamten endlich der Vergangenheit angehören. Einen Newsroom gibt es nicht. Schewtschenko führt durch dunkle Korridore in abgelegene Büros mit veralteter Technik. Junge Leute sitzen im Mantel am Schreibtisch, weil trotz winterlicher Temperaturen die Heizung nicht richtig funktioniert. Von den Wänden blättert die Farbe, von der Decke hängen Glühbirnen und spenden spärliches Licht. Im Sender in Odessa arbeiten noch 250 Leute, fünfzig sind schon gegangen.

Wie viele Zuschauer ihr Regionalprogramm noch hat, weiß niemand, sagt Schewtschenko. «Es gibt seit 15 Jahren schon keine Messung der Einschaltquoten mehr, weil dafür das Geld fehlte.» Auch sei das Sendesignal so schwach, dass etwa ein Drittel der Region Odessa das Programm nicht empfangen könne. An der Grenze zu Moldawien sei die Signalstärke von jenseits der Grenze stärker als die des ukrainischen Senders. Ins Kabel werde der Sender nur in der Stadt Odessa eingespeist.

In ihrer Nachrichtenredaktion beschäftigt Schewtschenko fünf junge Journalisten und Journalistinnen, die ebenfalls auf die Reform des Senders hoffen. Vor wenigen Wochen sei Generaldirektor Alasania nach Odessa gekommen und habe alle mit seiner Nachricht enttäuscht, dass die Reform sich leider weiter verzögere. „Die treffen in Kiew auf viele Probleme und deshalb verzögert sich alles im ganzen Sender“, sagt Schewtschenko. Nach dem Besuch aus Kiew sei allen klar gewesen, dass sie sich nun weiter «durchwurschteln» müssten.

Zum Jahresende 2015 waren Berater der *Deutschen Welle Akademie* vor Ort, um der Redaktion zur Seite zu stehen. «Wir können aber nicht alles verwirklichen, was man uns vorschlägt», sagt Schewtschenko. «Das weckt bei uns viele Wünsche, aber der Arbeitsalltag lässt vieles nicht zu.» So seien die DW-Berater davon ausgegangen,

dass sich vieles besser planen lasse. Doch die Nachrichtenchefin muss vor allem improvisieren. Es sind oft ganz praktische Fragen, die den Alltag erschweren. Die Redaktion hat beispielsweise nur ein einziges Auto zur Verfügung, muss aber verschiedene Fernsehteams über den Tag verteilt zu verschiedenen Drehorten oder Gesprächspartnern schicken. Im Regionalsender läuft dreimal am Tag die Nachrichtensendung, die mit Beiträgen beliefert werden muss. Live-Übertragungen kann die Redaktion bisher nicht leisten und oft können nur Fotos mit gesprochenem Text gesendet werden, weil es keinen aktuellen Filmbeitrag gibt.

Dabei sei die Fernsehkonkurrenz mit 30 registrierten privaten TV-Sendern in Odessa groß. Während andere Sender schon morgens zeigen, dass vor dem Büro des Bürgermeisters demonstriert wird, kommen diese Bilder im *Pershyi* erst am Abend, weil das gleiche Team noch die folgende Stadtratssitzung vor Ort begleiten muss, bevor es in den Sender zurückkehren kann. An Mobiltelefonen oder Laptops, mit denen sich der Film leicht digital überspielen ließe, fehlt es der Nachrichtenredaktion bislang.

Die Durchschnittsgehälter liegen noch niedriger als auf dem freien Markt, etwa bei 58 Euro im Monat und damit weit unter dem ukrainischen Durchschnittslohn von rund 150 Euro im Frühjahr 2016. Deshalb sei es für andere Medien in Odessa leicht, gute Kollegen abzuwerben. «Investigativen Journalismus gibt es bei uns nicht», sagt Schewtschenko. «Für 58 Euro geht kein Journalist irgendwelche Risiken ein.» Sie könne deshalb von ihren Leuten nur sehr begrenzt Leistung und Ehrgeiz erwarten.

Die Nachrichtensendung aus Odessa gibt sich unverändert staatstragend: Die Auswahl der Themen orientiert sich stark an den Wünschen der örtlichen Stadtregierung, das räumt auch die Nachrichtenchefin ein. Als Aufmacher läuft beispielsweise ein Beitrag über das Zusammentreffen neuer Polizeibeamter mit Bürgern aus Odessa und zeigt die neuen Sicherheitskräfte von Gouverneur Micheil Saakaschwili von ihrer besten Seite. Es ist eher ein PR-Film als ein journalistisch anmutender Beitrag. Auch die Ästhetik der Nachrichtensendung wirkt in Farbwahl und Stil altmodisch und aus der Zeit gefallen.





Политологи готовят
прогнозы о Путине

ПРАВДА

ПЕТР ПЕРВЫЙ



4

PRINTMEDIEN

IN DER SACKGASSE

Aus dem Stadtbild von Kiew sind Zeitungen bereits weitgehend verschwunden, auch Zeitungskioske gibt es im Zentrum der Hauptstadt kaum noch. Nach den genannten Umfragen des Gorschenin-Instituts vom März 2016 informieren sich nur noch 12,5 Prozent der ukrainischen Bürger über gesellschaftspolitische Fragen in Zeitungen. «Die Presse ist im freien Fall», sagt Oksana Romanjuk vom Institut für Massenmedien (IMI). Es gebe in der Ukraine keinen funktionierenden Anzeigenmarkt. Auch den Zeitungskunden fehlt durch die andauernde Wirtschaftskrise das Geld. Profitiert haben von der Zeitungskrise vor allem die Online-Medien. Bei manchen Regionalausgaben erweisen sich die Internetauftritte inzwischen als erfolgreicher als ihre Printausgaben.

«*Westi* ist die einzige erfolgreiche Zeitung», sagt Zurab Alasania, Generaldirektor des *Ersten Kanals*. «Die Leute nehmen alles, was kostenlos ist.» Das Boulevardblatt tauchte während des Maidan in Kiew auf und wird seither vor allem in der U-Bahn kostenlos verteilt. Die Finanzierung von *Westi* blieb lange unklar, auffallend war aber ihre oppositionelle Haltung gegenüber der Nach-Maidan-Regierung. Das Boulevardblatt ist zwar professionell gemacht, zeichnet sich aber nach Einschätzung einheimischer Journalisten vor allem dadurch aus, dass es gerne anonyme Quellen verwendet und auffallend populistisch Halbwahrheiten in die Welt pustet.

Während eine der größten Boulevardzeitungen wie *Fakty i komentarii* früher noch eine Millionenaufgabe hatte, soll sie nach Angaben von Medienexperten inzwischen auf 150.000 Stück zusammengeschrumpft sein. Aber verlässliche Zahlen über die Auflagen- und Anzeigenentwicklung existieren nicht. Alle Angaben der Blätter gelten als überhöht und werden von den Verlagshäusern selbst übermittelt. Es gibt keinerlei Regulation oder Selbstkontrolle der Auflagenzahlen, was dazu beiträgt, dass sich ein richtiger Anzeigenmarkt nicht entwickeln kann. In den Medienhäusern gibt es wenig Interesse an echten Auflagenzahlen oder deren Selbstkontrolle.

Zeitungen und Zeitschriften wie die Wirtschaftszeitungen *Kommersant* und *Kapital* sind seit 2014 ganz vom Markt verschwunden oder verzichten auf eine Druckausgabe und erscheinen wie die *Ukrainska Prawda* nur noch online. Hinzu kommt, dass viele Blätter durch den Wegfall der Krim und der Gebiete der selbst deklarierten Volksrepubliken Donezk und Luhansk auch Teile ihrer Leserschaft verloren haben. Bei der russischsprachigen Boulevardzeitung *Segodnja*, die zu den beliebtesten Zeitungen des Landes zählte, soll die geschätzte Auflage von mehreren Hunderttausend auf unter 100.000 Exemplare gesunken sein, sagt der Lemberger Journalist und Medienexperte Juri Durkot.

Aus Sicht des Direktors der Akademie der Ukrainischen Presse, Waleri Iwanow, gibt es in der Ukraine trotz allem zu viele Zeitungen. Er spricht von 6000 bis 8000 Titeln landesweit, von denen einige gerade mal mit einer Auflage von 600 Exemplaren erscheinen.

Auffallend ist, dass es in der Ukraine mit immerhin 45 Millionen Menschen keine seriöse überregionale Tageszeitung mehr gibt, die den öffentlichen Diskurs prägt und politisch meinungsbildend wirkt. Mit der Wochenzeitung *Zerkalo Nedeli* gibt es nach Iwanows Darstellung nur noch eine einzige unabhängige Qualitätszeitung im Land, die vielen Ukrainern noch als «Lichtblick» gilt. Auch Juri Durkot lobt das Blatt als kritisch und gut informiert. Alle anderen Zeitungen hingen am Tropf ihrer Eigentümer und deren Interessen, kritisiert Iwanow.

Für den intellektuellen Diskurs im Land sind auch Zeitungen wie *Den* oder Zeitschriften wie *Fokus* oder *Nowoje Wremja* wichtig, die aber mit niedrigen Auflagen nur eine geringe Breitenwirkung entfalten. Zuspruch finden heute in der Ukraine eher die Online-Medien.

Die Prognosen für den Zeitungsmarkt sind wenig optimistisch. Die Medienhäuser reagieren auf die Krise damit, dass sie den Umfang des jeweiligen Blattes verringern, Investitionen zurückhalten und an der Qualität sparen. «Unsere Lage ist im gleichen Trend wie überall auf der Welt», sagt der Herausgeber Stefan Kurpil über seine Lemberger Regionalzeitung *Wysokyj Zamok*. Sein Blatt mit einer Auflage von rund 100.000 Stück versteht sich als überregionale, seriöse Tageszeitung in der Westukraine und hat ihr Erscheinen in den letzten Jahren von fünf Mal pro Woche auf nur noch drei Mal reduzieren müssen. Auch der Umfang der Zeitung schrumpfte von 32 auf 24 Seiten. «Umfragen zeigen, dass 30 Prozent aller Leser von Zeitungen und Zeitschriften gerne weiter lesen wollten, aber kein Geld mehr dafür haben.», sagt Kurpil über die schwierige Lage.





© PICTURE ALLIANCE/NURPHOTO

↑ Protestzug in Kiew gegen die Zeitung *Westi*. Kritiker werfen ihr eine undurchsichtige Finanzierung und die Verbreitung prorussischer Propaganda vor.

Ein zusätzliches Problem ist der staatliche Vertrieb über die Post, der zu langsam ist und sich mit dem Aktualitätsdruck nicht verträgt. «Wenn die Zeitung in Kiew am Samstag erscheint, bekommt der Lemberger Leser sie erst am Dienstag», schildert Durkot die praktischen Probleme der Auslieferung der Kiewer Wochenzeitung *Zerkalo Nedeli* in andere Landesteile. Auch aufgrund solcher Probleme gewinnen Online-Medien hinzu. Auch Kurpil schimpft über die zu langsame Zustellung, worunter auch die Regionalzeitungen leiden. Dabei hat sein Verlag noch den Vorteil eines funktionierenden Kiosk-Systems mit stadtweit 60 eigenen Kiosken.

Dramatisch erschwert wird die Lage der Zeitungsverleger vor allem durch den Verfall der ukrainischen Währung und den proportional starken Anstieg des Dollarkurses. Da es in der Ukraine nicht eine einzige Papierfabrik gibt, die hochwertiges Zeitungspapier herstellt, müssen alle Verlage Papier und Druckfarbe aus Russland und aus Polen teuer importieren. Die Papierimporte waren auf Bitte der Medienunternehmer auf der Sanktionsliste der Regierung ausgespart, um den Zeitungsmarkt nicht zu vernichten.

«Wir sind auf den Import angewiesen, aber die Preise sind explodiert», klagt Kurpil. Die Preissteigerung lasse sich nicht an den Käufer weitergeben. «Als der Dollar stieg, bekamen wir erst mal Panik und mussten 40 Leute entlassen.» Was seinem Medienhaus bisher hilft zu überleben, ist die eigene Druckerei, die auch andere Zeitungen, sogar aus Kiew, druckt. Außerdem gibt es Zusatzgeschäfte mit Frauen- und Gesundheitszeitschriften. Aber die schwierige ökonomische Lage macht es unmöglich, notwendige Investitionen in die Weiterentwicklung des Online-Auftritts der Zeitung zu stecken, der bisher nur von drei Mitarbeitern gestemmt werde. Damit lässt sich auch aus Sicht des Verlegers bislang kein Geld verdienen. «Es gibt in der Ukraine keinen bezahlten Online-Content, es ist alles kostenlos.»

Selbst in einer vergleichsweise prosperierenden Stadt wie Lemberg gibt es im Vergleich zum nahe gelegenen Polen praktisch keinen Anzeigenmarkt, der Auswege aus der Krise böte, sagt Kurpil. Dabei gibt es für die 750.000 Einwohner auf dem dortigen Zeitungsmarkt mit der Boulevardzeitung *Express* nur einen einzigen ernsthaften Konkurrenten sowie zwei Online-Portale. «Der Anzeigenmarkt ist ohnehin sehr schwach und wird in der Wirtschaftskrise nur noch schwächer», sagt der Herausgeber. Hinzu komme, dass viele mittelständische Unternehmen zurückhaltend seien, Anzeigen in Medien zu schalten, um nicht das Interesse der Steuerbehörde zu wecken. «Also geht es einem Unternehmen zu gut, wenn es Geld für Anzeigen übrig hat, denken die in der Behörde und fangen an zu prüfen», ist Kurpils Erfahrung. Das wollten Firmen natürlich möglichst vermeiden.

Aber es gibt auch in der Ukraine immer noch erfolgreiche Verleger, die ihre Nischen auf dem Printmarkt finden. Gennadi Tschabanow ist Gründer und Eigentümer der Holding *Center Media* in Odessa, die unter anderem die beiden Zeitungen *Pensionär* und *Odesskaja Schizn* herausgibt sowie zwei Internetportale betreibt. Er gehört zu einer kleinen Gruppe von unabhängigen Verlegern in der Ukraine. Vor etwa zehn Jahren hatte er die Idee, eine Zeitung für Rentner zu starten. «Ich dachte mir, Zeitungsleser sind ja heute 40 plus.» Außerdem fiel ihm damals auf, dass die Entlassungswelle damals viele Frührentner betraf, die bei den komplizierten Regelungen des ukrainischen Rentensystems nicht durchblickten.

Zu Beginn war es ein Einmann-Betrieb, in dem Tschabanow sowohl die Artikel schrieb als auch die Zeitung im Gebiet Odessa persönlich ausfuhr. Heute hat die Zeitung eine Auflage von 50.000 und ist populär. «Es ist ein erfolgreiches Nischenprodukt», sagt Tschabanow. Er hat selbst alle Rentenexperten im Land persönlich besucht, um sie zur Mitarbeit zu bewegen und seinen Lesern die Feinheiten des Rentensystems zu erklären. «Wir brauchen ihre Informationen und sie waren glücklich, ihre Ratschläge loszuwerden», erzählt er. Zum Erfolgsrezept gehört auch, dass Journalisten die komplizierte Expertensprache verständlich übersetzen und juristische Sachverhalte einfach erklären. «Es gibt wenig Fachjournalisten für solche Themen in der Ukraine.» Inzwischen hat das Blatt 17.000 Abonnenten, andere Ausgaben werden an Kiosken und über die Post verkauft. Es finanziert sich zu 50 Prozent über Werbung und 50 Prozent über Verkauf, erwirtschaftet jährlich nach Angaben des Verlegers sogar einen Gewinn. Auch die örtliche Lokalzeitung *Odesskaja Schizn* behauptet sich am Markt.

Sehr kritisch sehen Tschabanow und andere private Herausgeber, dass der Zeitungsmarkt bislang zusätzlich durch Lokalzeitungen verzerrt wird, die von den Kommunalverwaltungen subventioniert werden. Sie dienen dazu, amtliche Bekanntmachungen und örtliche PR abzudrucken, sind aber für die anderen Lokalzeitungen eine ungeliebte Konkurrenz. «Es gibt auch deshalb keinen funktionierenden Zeitungsmarkt in der Ukraine», sagt der Verleger Tschabanow. «Sie bekommen Geld und wir müssen unser Geld verdienen.» So erhalte die Kommunalzeitung *Odesskij Westnik* Geld direkt aus dem Budget der Stadtverwaltung, während seine Lokalzeitung ihre Erlöse eigenständig erwirtschaften müsse.

Das soll sich nun ändern. Präsident Poroschenko unterzeichnete am 1. Januar 2016 ein Gesetz, wonach in den kommenden zwei Jahren alle kommunalen Zeitungen in Privatbesitz überführt und reformiert werden sollen.

5

ONLINE-MEDIEN UND SOZIALE MEDIEN AUF ERFOLGSKURS

«Ich gehe auf den Maidan. Wer kommt mit?», schrieb der ukrainische Journalist Mustafa Najem im November 2013 auf *Facebook*. So soll es damals losgegangen sein mit dem lokalen Protest in Kiew, der sich gegen die Entscheidung von Präsident Wiktor Janukowytsch richtete, das Assoziierungsabkommen mit der EU nicht zu unterzeichnen. Daraus wurde eine riesige Protestbewegung, die sich über die sozialen Medien organisierte und in der Ukraine Online-Medien und soziale Medien als wichtige Informationsquelle noch stärker etablierte als in anderen Ländern.

Mehr als 20 Millionen Ukrainer nutzten 2015 nach Angaben der internationalen Medienagentur *Gemius* das Internet, um mit Freunden zu kommunizieren, sich zu informieren oder Unterhaltungsangebote abzurufen. Nach Angaben von Medienexperten haben Online-Medien längst Radio- und Printmedien bei der Informationsvermittlung überholt. Das Gorschenin-Institut informierte im März 2016 darüber, dass sich 29,9 Prozent der Bürger vor allem über ukrainische Online-Nachrichtenseiten informieren. Im Vergleich zu anderen Ländern ist ein Internetzugang in der Ukraine preiswert und die Online-Angebote der Massenmedien sind kostenlos.

Seit dem Sturz des Janukowytsch-Regimes und dem Antritt der neuen Regierung gibt es praktisch keine Einschränkungen der Internetfreiheit mehr. Alle Bürger haben freien Zugriff auf Online-Medien. Dabei spielen einzelne Meinungsmacher eine besondere Rolle, die sich die sozialen Medien geschickt zunutze machen und eine Popularität erreichen, die anderswo nur Rockstars oder Schauspieler aufweisen. Das gilt für politische Aktivisten, Journalisten und Politiker, wobei die Übergänge zwischen diesen Berufsgruppen in der Ukraine fließend sind. Ihre Veröffentlichungen, sei es als Blog oder auf *Facebook*, sind oft einflussreicher und erzielen mehr Reichweite als jede ukrainische Zeitung.

So ist beispielsweise der politische Aktivist und frühere Enthüllungsjournalist Mustafa Najem in die Politik gewechselt und sitzt heute als Abgeordneter im Parlament, aber sein Blog in der *Ukrainska Prawda* wird weiter sehr viel gelesen und noch mehr sein *Facebook*-Account. Ebenso zählt sein Mitstreiter Serhij Leschtschenko auch nach dem Wechsel in die Politik unverändert zu den populären *Facebook*-Stars. Aber auch der Innenminister Arsen Awakow wird scherzhaft «*Facebook*-Minister» genannt und setzt seine Posts politisch zielgerichtet ein. Rund 360.000 *Facebook*-Freunde folgen seinen Einträgen.

Seit Awakow 2014 ins Amt kam, lässt sich auf *Facebook* nachlesen, wie er die politische Entwicklung im Land gerade beurteilt. Auch seine Ankündigung, die Berkut-Bereitschaftspolizei aufzulösen, lancierte er einst über *Facebook*. Jedermann konnte mitverfolgen, wie schwierig es der Minister nach seinem Amtsantritt zunächst

fand, die Polizeikräfte zu reformieren. Für Awakow schien das soziale Medium zu Beginn seiner Amtszeit die einfachste Möglichkeit zu bieten, das Fehlen eines professionellen Pressestabes geschickt auszugleichen. Er macht davon unverändert Gebrauch und nutzte den direkten Draht zum Bürger auch, um politische Skandale zu initiieren. Im Dezember 2015 veröffentlichte Awakow ein spektakuläres Video, das ihn bei einer minutenlangen Schreierei mit dem Gouverneur von Odessa, Micheil Saakaschwili, während einer Ratssitzung zur Korruptionsbekämpfung zeigt und von vielen Medien anschließend aufgegriffen wurde. Die Auseinandersetzung endete damit, dass Awakow schließlich ein Glas Wasser nach Saakaschwili warf. Präsident Poroschenko hatte die Sitzung schließlich abgebrochen. Die Aufnahmen von diesem Vorfall waren dann später auf Awakows *Facebook*-Seite für jeden Bürger mitzuverfolgen. Aber auch der frühere georgische Präsident Saakaschwili gehört zu den *Facebook*-Stars der ukrainischen Medienszene.

Der Einfluss von einzelnen Bloggern ist sehr groß. «Manche von ihnen geben sehr unjournalistisch einen ideologischen Ton vor», beobachtet der Journalist Andrej Dikhtarenko, der für *Radio Liberty* in Kiew arbeitet.





Ex-Enthüllungsjournalist und Blogger Mustafa Najem (rechts) ist in der Ukraine ein Facebook-Star, ebenso sein Kollege Serhij Leschtschenko. Seit Ende 2014 sitzen sie als Abgeordnete im ukrainischen Parlament.

Die Bedeutung der Online-Medien ist in den letzten Jahren massiv gewachsen. Ihr großer Vorteil für die Nutzer ist, dass sie jederzeit verfügbar sind, auf Aktualität setzen und kostenlose Informationsangebote bieten. Auch viele Online-Seiten der Zeitungen sind längst erfolgreicher als das Ursprungsprodukt. Einzelne Online-Medien wie die *Ukrainska Prawda* erreichen täglich hunderttausende Klicks. **Die Analyse Ukrainische Medienlandschaft 2015 der Konrad Adenauer Stiftung in Kiew zeigt, dass sieben ausgewählte neue Nachrichtenseiten mehr als 20 Millionen Besucher im Monat auf sich vereinen.** Dazu zählen *Espresso TV* (6,5 Millionen), *Nowoje Wremja* (5 Millionen), *Inforesist.org* (3,5 Millionen), *Hromadske TV* (3 Millionen), *Apostroph* (2 Millionen), *4 Wlada* (0,8 Millionen) und *Insider* (0,5 Millionen).

Trotz dieser Entwicklung gilt bislang nach dem ukrainischen Gesetz jemand, der für Online-Medien arbeitet, immer noch nicht als Journalist, sagt Oksana Romanjuk vom Institut für Massenmedien (IMI). Sie mahnt in diesem Punkt eine Veränderung an.

Seit 2015 ist der Trend zur mobilen Internetnutzung weiter gewachsen. Nach Angaben der Medienagentur *Gemius* gehen in der Ukraine mehr als fünf Millionen Nutzer über Mobiltelefone und Smartphones ins Internet. «Solche Informationen erweitern die Möglichkeiten für Werber, um ihre Online-Kampagnen noch effizienter zu planen und für Betreiber, um ihren Platz noch besser zu verkaufen», sagt Lesja Prus, Leiterin von *Gemius* in Kiew.

Interessanterweise haben die US-Konzerne Facebook und Google in der Ukraine mehr Nutzer als die russische Suchmaschine Yandex oder die sozialen Medien Vkontakte und Odnoklassniki. Medienexperten verweisen aber auf regionale Unterschiede. So werde in Kiew und in der Westukraine mehr *Facebook* genutzt während im Osten und Süden der Ukraine *Vkontakte* immer noch beliebter sei als *Facebook*.

Twitter nutzen dagegen vor allem Journalisten und Politiker, sagt die Medienexpertin Natalia Steblyna aus Odessa. «Jeder hat eine Meinung und will sie äußern», glaubt Steblyna eine Erklärung dafür zu kennen, warum die Ukrainer den Nachrichtendienst weniger nutzen. «*Twitter* ist sehr kurz und nachrichtlich. Da ist zu wenig Platz, seine Meinung richtig auszubreiten.»

Die Bedeutung von *Facebook* in der Ukraine wurde auch darin deutlich, dass Poroschenko im Sommer 2015 den Gründer Mark Zuckerberg dazu aufforderte, in Kiew eine eigene Niederlassung zu eröffnen. Zuvor hatte es im Netz eine Debatte darüber gegeben, ob *Facebook* einen prorussischen Kurs verfolge und antirussische Posts auf ukrainischen Seiten lösche.

6

IDENTITÄTSKRISE BEI

HROMADSKÉ TV

Einer der Shooting-Stars der ukrainischen Medienszene war *Hromadske TV*. Das «Öffentliche Fernsehen» wurde von Journalisten kurz vor dem Euromaidan gegründet, weil sie in den Privatmedien der Vorgaben der Oligarchen überdrüssig waren und endlich unabhängig arbeiten wollten. Während der Maidan-Proteste erlebte das Internet-Portal seine Sternstunde, weil die Journalisten ihre mit dem Smartphone aufgenommenen Live-Berichte ungeschnitten ins Netz stellten. Der Sender verstand sich damals als Sprachrohr der Revolution, aber auch als pluralistische, unabhängige Medienplattform der neuen Ukraine.

Diese besondere Leistung fand weltweit Aufmerksamkeit und sicherte *Hromadske TV* die Unterstützung vieler ausländischer Geldgeber, die das aufstrebende Portal mit dem einzigartigen Ansatz zu unterstützen begannen.

Heute herrscht bei *Hromadske TV* eher Ernüchterung, denn die großen Erfolge des Internetportals sind eher Vergangenheit. *Hromadske TV* gilt zwar unverändert als wichtiges Medienprojekt, aber der Sender hat deutlich an Nutzern verloren und im Kollegenkreis hört man heute in Kiew zahlreiche kritische Stimmen. Langsam dämmert auch einigen Mitstreitern, dass *Hromadske TV* auch in der Ukraine vielleicht wenig mehr ist als ein Nischenprogramm. Rund 130 Mitarbeiter sind für das Webportal in Kiew tätig. Über ein Franchise-System gibt es auch in den Regionen eigene *Hromadske*-Ableger, die aber oft eine eigenständige Identität pflegen. Wie viel Ausstrahlungskraft das Medienprojekt außerhalb von Kiew hat, ist durchaus umstritten: «Das ist eher ein Kiewer Phänomen» sagt der Lemberger Journalist Juri Durkot. «Bei uns spielen sie heute praktisch keine Rolle.»

Während der Revolution war der Sender sehr erfolgreich. Aber kritische Stimmen sagen, die Redaktion habe seither versäumt, sich weiterzuentwickeln und neue Formate anzubieten. Statt der schnellen Nachrichtenübermittlung im «Streaming TV» und in Studiogesprächen seien in der jetzigen Zeit mehr Hintergrund und fundierte Analyse gefragt, heißt es in Kiew.

«Alle Medien müssen sich an die neue Lage anpassen», sagt auch Jekaterina Sergatskowa, die als Redakteurin für *Hromadske TV* arbeitet. «Während des Maidans gab es kein Medium, das so wie wir die Stimmung wiedergab. Jetzt stehen wir vor der Frage, was werden wir jetzt?» Die Lage der Medien spiegele auch die Lage in der Gesellschaft wieder. «Wir wollen jetzt eine neue Seite der Geschichte aufblättern», sagt Sergatskowa.

Hinzu kam zum Jahreswechsel ein Skandal, der Anfang 2016 so weite Kreise zog, dass er nicht nur das Image von *Hromadske TV*, sondern auch das Instrument des Crowdfunding zu beschädigen drohte, welches für unabhängigen Journalismus immer wichtiger wird.



hromadske-zp.tv

ЗАПОРІЖЖЯ

Einer der Mitbegründer, Roman Skrypin, wird beschuldigt, eine große Summe veruntreut zu haben. Die Rede ist von etwa 150.000 bis 200.000 Euro, die von Spendern stammten und auf seinem privaten Konto in Tschechien liegen sollen. Skrypin bestreitet diese Vorwürfe. Über *Facebook* verteidigte er sich damit, dass sein PayPal-Konto bereits im Jahr 2010 noch unter Janukowytsch in Tschechien eingerichtet wurde, als dieses Online-Bezahlsystem in der Ukraine legal noch nicht möglich war und eine Lösung im Ausland nötig wurde. Eigentlich war der Journalist schon länger aus der Führung von *Hromadske TV* ausgeschieden, hatte aber angeblich versäumt, mit seiner Nachfolgerin, der Chefredakteurin Natalja Gumenjuk, eine ordentliche Übergabe zu organisieren, woran sich der interne Konflikt entzündet haben soll.

31

Im Januar 2016 machte der prominent besetzte Kontrollrat des Internetportals den Skandal um die Spendengelder in Kiew öffentlich. Die Redaktion habe von dem Geld in Tschechien bisher keine Kenntnis gehabt, weil Skrypin das PayPal-Bezahlsystem organisiert habe. Seither fordert *Hromadske TV* eine Rückgabe des Spendengeldes, aber auch der Rechte für den Namen der Domain (*Hromadske.tv*). „Ein Jahr lang wurde nichts zurückgegeben, darin offenbart sich auch eine Führungsschwäche“, heißt es unter Mitarbeitern. Chefredakteurin Gumenjuk zeigt sich im Gespräch überzeugt, dass es noch zum Prozess mit Skrypin kommen werde. Einen rechtlichen Zugriff hat *Hromadske TV* auf das Geld in Tschechien nicht, erläutern Kollegen. Frühere Mitstreiter von Skrypin vermuten, er habe das Geld für ein neues eigenes Projekt unter dem Label *Hromadske Kiev* verwenden wollen. Aber auch das sorgt für Ärger, denn es ist völlig ungeklärt, ob der Journalist diese Marke für eigene Zwecke in dieser Weise nutzen darf. Bei *Hromadske TV* versuchte man, sich möglichst transparent zu zeigen und über die Vorgänge Öffentlichkeit und internationale Geber zu informieren.

Viele waren über den Skandal schockiert, als er herauskam, und befürchteten einen Glaubwürdigkeitsverlust für die angesehene Medienmarke. Die Medienszene in der ukrainischen Hauptstadt ist klein und alle kennen sich gut. Während das Führungspersonal bei *Hromadske TV* die Ausmaße des Skandals eher herunterspielt, hagelt es zum Teil heftige Kritik von Kollegen. «Skrypin war wie der Zar», heißt es da. Man hätte im Sender viel früher einen Rahmen schaffen müssen, der eine bessere Selbstkontrolle garantiert hätte. Die Vorkommnisse sorgten auch deshalb für Aufregung, weil *Hromadske TV* bislang als glaubwürdiger Leuchtturm eines seriöseren Journalismus galt. «Skrypin ist so etwas wie ein Rockstar im ukrainischen Journalismus», sagt Zurab Alasania, Generaldirektor des *Ersten Kanals*. Er habe einen autoritären Führungsstil und deshalb an Rückhalt in der Redaktion eingebüßt. «Zum Glück geht es nicht um Geld von den ausländischen Geldgebern.»

In Sorge ist auch der Chefredakteur von *Hromadske Radio*: «Ich mache mir Sorgen, dass der Skandal auch auf uns abfärbt», sagt Kyrylo Lukerenko, obwohl die Projekte völlig unabhängig voneinander existierten. «Wir arbeiten ganz anders und machen unser eigenes Crowdfunding, aber das ist eine unangenehme Situation.»

Von außen sei schwer zu beurteilen, wer hier im Recht sei, finden andere. «Das sind gute Leute», sagt Serhij Popow, Nachrichtenchef von *1+1*. «Das ist ein sehr gefährlicher Konflikt.»

Der Direktor der Akademie der Ukrainischen Presse, Waleri Iwanow, verteidigt Skrypin gegen die Vorwürfe. Er habe sicher kein Geld veruntreut, sondern mit der Summe das neue Projekt *Hromadske Kiev* aufbauen wollen, sagt er über seinen früheren Studenten. «Man sollte den Skandal nicht übertreiben, jeder hat hier seine Wahrheit», sagt Iwanow.

Das Portal bekam zeitweise sehr viel ausländische Hilfe, was zu einem laxen Umgang mit Finanzen beigetragen haben könnte. Der Geschäftsführer des Netzwerkes für Osteuropaberichterstattung (*n-ost*), Hanno Gundert, erinnert sich an seine Irritation, als er im Mai 2014 bei *Hromadske TV* auf seine Nachfrage nach dem Eingang einer Spende aus Deutschland auf erstaunlich gleichgültige Reaktionen stieß. *n-ost* hatte während des Maidan in Deutschland einige tausend Euro an Spendengeldern für das Webportal eingesammelt.

Langfristig muss der Sender von seinen internationalen Gebern unabhängig werden, denn viele engagierte Medienprojekte in der Ukraine leben bislang vor allem von der Unterstützung aus dem Ausland. Oft ist die Hilfe sogar nur projektbezogen, was es für die NGOs und ihre Mitarbeiter sehr schwierig macht.

«Das ist die große Frage, ob Medien in der Ukraine ohne Geber überleben können?», zeigt sich Sergatskowa von *Hromadske TV* bislang skeptisch. «Wir verstehen uns als Experiment und wollen Erfahrungen sammeln, andere können davon profitieren.» Man müsse die Leute animieren, Medien zu nutzen und dafür zu zahlen – davon sei die Ukraine aber bislang weit entfernt - trotz einiger Erfolge beim Crowdfunding.

Hoffnung setzen viele Journalisten in Kiew in Katja Gortschinskaja, die seit 1. Februar 2016 als Geschäftsführerin die Verantwortung übernommen hat und als Journalistin und Medienmanagerin einen hervorragenden Ruf genießt. Sie spricht von einer «Identitätskrise» bei *Hromadske TV* und räumt ein, dass sich das Revolutionsportal wandeln müsse. Das Portal arbeitete bislang als Kollektiv mit flachen Führungsstrukturen. Das wird sich vermutlich jetzt ändern.

Nicht alles, was *Hromadske* heißt, gehört zusammen. *Hromadske Radio* legt sehr viel Wert darauf, die Eigenständigkeit des Radioprojektes zu betonen, das bereits im Jahr 2003 entstand. Da das Medienprojekt nach dem tragischen Autounfall seines Gründers zunächst keine Finanzierung bekam, war es einige Jahre geschlossen, bevor es wieder zu neuem Leben erwachte. Das neue Team konnte Teile der alten Technik übernehmen und arbeitet heute im Zentrum der Stadt in zwei Räumen des alten Staatsenders, die der Radiosender dort für wenig Geld angemietet hat.

«Wir wollen, dass ukrainische Radiohörer gute Informationen erhalten», sagt Kyrylo Lukerenko, Chefredakteur von *Hromadske Radio*. Dank Crowdfunding hat der Radiosender im Sommer 2013 eine eigene Website entwickelt. Seit dem Maidan unterstützen auch ausländische Geldgeber das engagierte Radioprojekt. Seit Februar 2014 sendet *Hromadske* jeden Abend um 21 Uhr im sich reformierenden Staatssender sein Programm. Diese Zusammenarbeit wurde im vergangenen Jahr

weiter ausgebaut. Der Sender bekam eigene Frequenzen und sendet außerdem seit November 2015 wie ein richtiger Radiosender 24 Stunden am Tag – allerdings im FM-Bereich vor allem in Kiew (70,4 MHz). Davon sind eine Stunde Nachrichten, sechs Stunden live und das wiederholt sich nach 7 Stunden wieder. «Wir hoffen darauf, uns als Radiosender weiter zu entwickeln», sagt Lukerenko. «Die ältere Generation hört mehr Radio, jüngere lesen uns mehr im Internet», so der Journalist. «Exil-Ukrainer hören und lesen uns im Ausland.» **In der ukrainischen Radiolandschaft sticht das Hromadske Radio durch seine hohe Qualität und ausgewogene Berichterstattung heraus, ist aber vor allem ein Stream im Internet.**

Auch in den Regionen identifizieren sich nicht etwa alle örtlichen NGOs mit *Hromadske TV* in Kiew, sondern pflegen im Franchise-System ihre lokalen Eigenheiten. In Odessa sind auch die Sympathien für Skrypin unverändert groß. «Wir halten uns aus dem eigentlichen Streit lieber heraus», sagt die Chefredakteurin Jelena Gladkova in Odessa und will keine Partei beziehen. «Skrypin war unser Chef und hatte immer ein gutes Verhältnis zu uns in den Regionen.» Sie sieht auch mit einiger Sorge, dass nun in Kiew über Veränderungen der ganzen Struktur nachgedacht werde. «Es fehlt uns, dass man unsere Meinung dazu hört», sagt sie. Ihre sechsköpfige Redaktion sei nicht dazu bereit, zum Korrespondentenbüro von *Hromadske TV* in Kiew zu werden. «Wir sind eine eigenständige Organisation», sagt Gladkova. Man habe zwar von der Marke *Hromadske* profitiert, aber verstehe sich als eigenständiges Projekt, das um seine Autonomie fürchte. «Als wir Probleme hatten, waren wir damit auch alleine.»

Es waren improvisierte Anfänge in Odessa mit durchwachten Nächten in den heimischen Küchen. Die Journalisten hatten nach den dramatischen Ereignissen vom 2. Mai 2014, als in Odessa bei Ausschreitungen rund um das das Gewerkschaftshaus mehr als 40 Menschen unter ungeklärten Umständen starben, begonnen, Fernsehberichte live zu streamen und auf *Youtube* zu stellen. Über einen Kontakt zu Skrypin, der damals Chefredakteur von *Hromadske TV* war, schloss die Gruppe einen Partnervertrag, um die Marke auch in Odessa verwenden zu können, aber auch um Erfahrungen und Material auszutauschen. Bei dieser losen Form der Partnerschaft soll es aus Sicht von Gladkova bleiben. Eine Zentralisierung von *Hromadske* werde nicht nur in Odessa, sondern auch in anderen Städten abgelehnt, sagt sie. «Es ist wichtig, dass wir unsere Autonomie in den Regionen behalten.»

Sorge bereitet auch ihr der Imageschaden in Folge des Spendenskandals. Früher hätten die Kollegen in Kiew gefürchtet, dass ein regionaler Ableger von *Hromadske TV* den Ruf beschädigen könnte, nun sei es eher umgekehrt.

«Jeder kann *Hromadske* werden», war lange das Motto des experimentellen Medienprojektes und das rächt sich jetzt, wenn es darum geht, eine einheitliche Struktur zu schaffen. «In der Stadt Cherson gibt es *Hromadske*, die wir in Kiew gar nicht kennen», sagt Sergatskova. Während der Revolution habe man über Strukturen noch nicht nachgedacht, sondern erst einmal Programm gemacht. „Jetzt muss eine langfristige Strategie entwickelt werden.“

7

«JEANSA» – ÜBERLEBEN

DANK BEZAHLTER INHALTE

Weit verbreitet ist bei allen Medien das Problem der sogenannten «Jeansa». Das sind bezahlte Medienbeiträge, die nicht als PR-Aufträge gekennzeichnet werden. Erstaunlich offen geben Journalisten und Redakteure darüber Auskunft, dass es sich nur dank dieser bezahlten Inhalte überleben lässt.

Bezahlte Berichterstattung tritt dabei in verschiedenen Formen auf. Da werden in Zeitungen Pressemitteilungen einfach abgedruckt oder Artikel im Auftrag geschrieben, Radio- und Fernsehsender strahlen bezahlte O-Töne oder ganze Beiträge aus. Die wichtigste Zeit für diese Einkünfte ist die Zeit vor den Wahlen, denn es handelt sich bei diesem Phänomen nicht nur um werbliche Inhalte, sondern oft um politische Artikel, die eben im Auftrag von Interessengruppen erscheinen. Sie dienen dazu, politische Gegner durch regelrechte Desinformationskampagnen gezielt zu diskreditieren. «Die meisten Medien leben von einer Wahl zur nächsten Wahl», sagt die Medienexpertin Natalia Steblyna aus Odessa. Vor allem im Wahlkampf gebe es viel zu verdienen und danach zehrten dann alle von den Erlösen, die man dank bezahlter Inhalte eingenommen habe. Untersuchungen in Regionalmedien zeigen, dass Medien nach den Wahlen sehr viel weniger bezahlte Beiträge publizieren.

Der Ausdruck «Jeansa» stammt noch aus sowjetischer Zeit. Journalisten in Kiew erzählen sich, dass er aufgekommen sei, weil eine westliche Jeansfirma damals keine Werbung platzieren durfte und sich deshalb Artikel erkaufte, die angeblich sogar mit Jeans bezahlt worden seien. Diese «weiße Korruption» ist bis heute wichtiger Bestandteil der ukrainischen Medienrealität. Bisher ist zu wenig geschehen, um diese fragwürdige Praxis im Rahmen der Korruptionsbekämpfung zu beenden.

Die ukrainische Website *Telekritika*, ein Diskussionsforum über Medienthemen, hat schon vor längerer Zeit Kriterien entwickelt, um bezahlte Beiträge zu identifizieren. Die dortigen Experten halten den Verdacht vor allem dann für angebracht, wenn vermeintliche Erfolge politischer Parteien oder deren Kandidaten im Vordergrund stehen und in mehreren Medien in ähnlicher Form auftauchen.

Zu den wenigen Initiativen, um das Problem wenigstens sichtbarer zu machen, gehören Monitorings des Instituts für Massenmedien (IMI). Dessen Mitarbeiter werten im Auftrag ausländischer Geldgeber immer wieder Zeitungen, Zeitschriften und Online-Medien auf der Suche nach versteckter PR aus, zuletzt als Projektauftrag vor der Kommunalwahl im Herbst 2015. Nach ihren lokalen Erhebungen stieg die Verwendung bezahlter Beiträge regional unterschiedlich an. In Online-Medien waren zwischen fünf und 15 Prozent «Jeansa», der höchste Wert von 21 Prozent wurde in Dnipropetrowsk ermittelt, wo in den lokalen Medien ein regelrechter Kampf der konkurrierenden Kandidaten stattfand.

Die Lemberger Journalistin Marina Dowschenko hat wiederholt den Umgang mit «Jeansa» untersucht. «Jeansa ist ein großes Problem in Lemberg», sagt sie. Der Stadt fehle ein funktionierender Anzeigenmarkt. Vieles laufe frei nach dem Prinzip »Wie Du mir, so ich Dir«. Eine große Rolle spielen persönliche Bekanntschaften, sei es mit Leuten von der örtlichen Bank, einer Klinik oder in einem örtlichen Unternehmen. Da erscheine in der Zeitung eine Gesundheitsrubrik, die erstaunliche Heilungserfolge einer Klinik anpreise, oder wiederholte Artikel über eine Bank, die ihren Kunden besonders günstige Kredite anbiete. «Jeansa ist oft sehr leicht zu erkennen», sagt Dowschenko. Manchmal würden solche Texte sogar mit einem Rahmen oder einer abweichenden Schrift versehen, um eine Kennzeichnung als Werbeinhalt zu simulieren.

Der Herausgeber der örtlichen Zeitung *Wysokyj Zamok*, Stefan Kurpil, bestreitet, dass seine Zeitung auf «Jeansa»-Inhalte setzt. «Das wollen vor allem politische Parteien, aber wir machen das nicht, sondern kennzeichnen PR oder Werbung», sagt er. Hin und wieder gebe es allerdings Anfragen, etwa von Banken, die keine direkte Werbung wünschten, sondern lieber ein Interview mit einem Bankberater sähen. «Darauf gehen wir dann ein», sagt Kurpil. «Die bezahlen dafür und wir veröffentlichen das Interview dann in einem Kasten.» Der Herausgeber kritisiert, dass inzwischen jeder positive Bericht unter Generalverdacht gerate, versteckte PR zu sein. Dabei könne eine Zeitung doch nicht nur über negative Entwicklungen berichten.

Auch in den Online-Medien blüht dieses Geschäft. «Vor den Wahlen kostet da eine Nachricht rund 300 Euro», sagt Oksana Romanjuk, was angesichts der niedrigen Löhne für Journalisten weit mehr als ein Monatseinkommen sein kann. «Das ist ein Riesengeschäft.» Das Geld geht an den Direktor, den Chefredakteur oder direkt an den Journalisten. Angesichts der niedrigen Monatseinkommen für Journalisten, die in den Regionen bei umgerechnet 80 bis 100 Euro liegen, müssen sich viele Kollegen ein Zubrot verdienen. In Kiew liegt es mit 250 bis 300 Euro etwas höher, aber die ukrainische Hauptstadt ist eben auch teuer. Spitzengehälter von 10.000 Euro sind bei Journalisten die Ausnahme, können aber bei prominenten Kollegen im Fernsehgeschäft vereinzelt vorkommen, sagt Romanjuk.

Für viele ist «Jeansa» ein attraktives Zusatzgeschäft: Ein Chefredakteur erzählt, dass er für «Jeansa» auf seinem Webportal das Siebenfache von dem bekomme, was ihm normale Online-Werbung einbringe. «Statt 1000 Hrywna gibt es 7000», sagt er. Dadurch lohnten sich diese «dunklen Einkommensquellen», wie sie gerne genannt würden. «Bei den Werbekunden gilt versteckte Werbung auch als viel erfolgreicher, vor allem wenn es um Politik geht», ist seine Erfahrung. «Das ist die ukrainische Realität», sagt er. «Leider hat die Korruption systemischen Charakter und das prägt auch die Medien.»

Deshalb fehlt fast überall eine Redaktionslinie, die «Jeansa» verbietet. Da es in der Wirtschaftskrise an gewöhnlichen Werbeanzeigen mangelt, finden es viele Medienmanager und Redakteure im Gegenteil völlig unproblematisch, mit der Veröffentlichung bezahlter Artikel zusätzlich Geld einzunehmen. «Wovon sollen wir denn sonst überleben?», ist ein gängiges Argument. Hinzu kommt, dass auch in westlichen Medienunternehmen, «native advertisement» – als journalistischer Beitrag getarnte Werbung im Internet – als wichtiges Marketinginstrument der Zukunft gilt und auch dort die Grenzen zur versteckten PR ohne ausreichende Kennzeichnung für den Leser immer stärker verschwimmen.

Vielen ukrainischen Medienmachern fehlt es an kritischem Bewusstsein, dass solche Praktiken mit journalistischer Ethik und Professionalität schwer zu vereinen sind und der Glaubwürdigkeit von Medien schaden. Dabei verstößt die Veröffentlichung

bezahlter Beiträge auch in der Ukraine gegen das Berufsethos. Artikel 7 des Ethik-Kodex ukrainischer Journalisten der Kommission für journalistische Ethik besagt, dass «Nachrichten und analytische Beiträge mithilfe von Überschriften klar von Werbung getrennt werden sollen.» Laut Artikel 17 des Kodex dürfen Journalisten «keine materiellen Entschädigungen oder Leistungen für fertiges oder unvollendetes journalistisches Material» annehmen. Der Ethik-Kodex der ukrainischen Journalisten-Gewerkschaft enthält ähnliche Regeln, aber daran halten wollen sich nur wenige.





8

DER KRIEG

UND DIE MEDIEN

Russlands «hybrider Krieg» im Osten des Landes und die damit einhergehende massive Propaganda gegen die Ukraine riefen in Kiewer Regierungskreisen den Wunsch nach Gegenmaßnahmen hervor, die bis heute die Medienpolitik des Landes mit beeinflussen. Das Vorgehen machte aber auch deutlich, wie vorausseilend Teile der politischen Elite in Kiew dazu bereit sind, die in der Ukraine errungene Medienfreiheit leichtfertig einzuschränken.

Am 2. April 2015 unterzeichnete Präsident Poroschenko ein Gesetz, das die Ausstrahlung zahlreicher russischer Fernsehserien und Filme unterband. Im August 2014 hatte die ukrainische Regierung bereits den Empfang von 15 TV-Sendern aus Russland verboten. Innenminister Arsen Awakow unterzeichnete ein entsprechendes Dekret, das die Einspeisung der Sender in die Kabelprogramme stoppte. Zur Begründung hieß es, die russischen Sender würden Kriegspropaganda und Gewalt ausstrahlen.

Diese Beschlüsse waren im Land durchaus umstritten. Der Medienexperte Waleri Iwanow, Direktor der Akademie für die Ukrainische Presse, kritisiert die Blockade der russischen Sender scharf: «Wieso glaubt die Regierung für ihre Bürger entscheiden zu können, was sie sehen dürfen und was nicht», sagt er und hält das für eine «undemokratische Entscheidung». Es seien sogar russische Filme verboten worden, die schon vor Jahrzehnten gedreht worden seien. Iwanow erkennt in diesem Vorgehen eher sowjetische Reflexe denn eine kluge Strategie. Seit Beginn des Ukraine-Konfliktes hat die staatliche Filmagentur mehr als 400 russische Filme auf eine Verbotsliste gesetzt.

Anfang August 2015 veröffentlichte der ukrainische Geheimdienst SBU eine Liste von 38 Büchern, die nicht mehr in die Ukraine eingeführt werden dürfen. Erstellt wurde diese Auflistung von einer Expertenkommission im Kulturministerium. Die Einfuhr werde verboten, um die Bürger der Ukraine vor «Methoden des Informationskrieges und der Desinformation, vor der Verbreitung menschenverachtender, faschistischer, rassistischer und separatistischer Ideologien zu schützen und Angriffe auf die territoriale Integrität und die staatliche Verfassung der Ukraine abzuwehren», hieß es zur Begründung. Auffallend war bei diesen Maßnahmen, dass dabei unterschiedliche Behörden aktiv wurden, die sich wenig miteinander abzustimmen schienen.

Im Herbst 2015 verhängte die Ukraine zahlreiche Einreiseverbote für ausländische Journalisten und Blogger. Ein am 16. September 2015 auf der Internetseite der Präsidentenadministration veröffentlichtes Dekret nannte rund vierzig Medienvertreter, denen ein Jahr lang verboten werden sollte, in die Ukraine einzureisen. Erst nach massiven internationalen Protesten wurde diese Regelung für mehrere Journalisten wieder aufgehoben.

Solche aus falsch verstandenem Patriotismus und Hysterie geborenen Maßnahmen trafen im April 2016 auch den beliebten Talkmaster Sawik Schuster, der vor mehr als zehn Jahren vor dem zunehmenden Druck gegen Journalisten aus Moskau nach Kiew geflüchtet war. Seither moderiert er mit *Schusters Live* die einflussreichste politische Talkshow im ukrainischen Fernsehen. Ihm sollte nun wegen angeblicher Steuerhinterziehung vorübergehend die Arbeitserlaubnis entzogen werden. Schuster setzte sich gegen die politisch motivierte Schikane zur Wehr und drohte mit Hungerstreik. Zahlreiche Medienorganisationen und ukrainische Kollegen unterstützten ihn, sodass sich die zuständige Arbeitsagentur schnell gezwungen sah, das umstrittene Vorgehen zu korrigieren. Schuster warf Präsident Poroschenko vor, hinter diesem «Komplott» gegen ihn zu stehen.

Der Staatschef macht immer wieder von sich mit Maßnahmen reden, die ein zweifelhaftes Verständnis von Pressefreiheit offenbaren. Am 2. Dezember 2014 wurde ein sogenanntes Informationsministerium in Kiew gegründet, was im In- und Ausland auf heftige Reaktionen stieß. Internationale Journalistenorganisationen fürchteten, es könne auf diese Weise eine Behörde für Zensur und Propaganda entstehen und die Medienfreiheit in der Ukraine gefährden.

Als Minister wurde der Journalist und Politiker Jurij Stez berufen, ein enger Vertrauter von Staatspräsident Poroschenko. Die neue Behörde sollte die russische Propaganda im Land zurückdrängen und sowohl auf der Krim als auch in den von prorussischen Truppen kontrollierten Gebieten im Osten der Ukraine Gegenpropaganda betreiben.

«Es ist nicht Aufgabe der Regierung, Informationen zu kontrollieren», kritisierte ROG-Geschäftsführer Christian Mihr damals diese Entscheidung. «Propaganda bekämpft man nicht durch Propaganda, stattdessen sollte man unabhängige Medien und kritische Journalisten ermutigen. Es ist kein guter Start für die neu gewählte Regierung, als erstes eine Art Propagandaministerium ins Leben zu rufen.» Auch in der Ukraine erntete diese Gründung einige Kritik von Journalisten und Medienorganisationen, die befürchteten, dass mit dem neuen Minister Stez in der Regierung unter dem früheren Ministerpräsidenten Arsenij Jazenjuk ein Zensor etabliert werden könnte.

Ein Jahr später haben sich die Gemüter längst beruhigt, da die Befürchtung, das Informationsministerium könne eine schärfere Kontrolle übernehmen, sich nicht bewahrheitet hat. «Wir hatten Angst, dass es ein Propagandaministerium wird», sagt Oksana Romanjuk vom Institut für Massenmedien, die zu den schärfsten Gegnern des Ministeriums gehörte. «Inzwischen hat sich herausgestellt, dass es keinen Einfluss hat und niemand seine Mitarbeiter ernst nimmt.» Schließlich sei es nur ein kleines Ministerium mit gerade einmal 30 Beamten. Romanjuk versteht unverändert nicht, wofür die Behörde eigentlich nötig sei. «Sie arbeitete vor allem als PR-Agentur für Poroschenko», sagt sie. Die meisten Kollegen in der Branche haben sich inzwischen an die Existenz einfach gewöhnt. Für etwas Verwirrung sorgte, dass Stez als Informationsminister am 3. Dezember 2015 formell zurücktrat. Damit entsprach er seinem Versprechen, das er bei seinem Amtsantritt ein Jahr zuvor abgegeben hatte, den Posten nur für ein Jahr bekleiden zu wollen. Da der Rücktritt bisher nicht angenommen wurde, ist Stez aber weiter im Amt, auch unter dem neuen Ministerpräsidenten Wolodymyr Groisman.

Als der Minister die ROG-Vertreterin zum Gespräch empfängt, wirbt er um mehr Verständnis für seine Arbeit. «Ein Land unterscheidet sich von anderen Ländern, wenn es im Krieg ist», sagt Stez. «In Friedenszeiten wäre ich auch kritischer gegenüber einem solchen Informationsministerium.» Stez sieht die eigene Arbeit nach einem Jahr Amtszeit als vollen Erfolg und ist sichtlich stolz auf seine Bilanz, die



↑
 Internationale
 Journalisten an der
 Grenze zwischen den
 von der ukrainischen
 Armee und den
 von prorussischen
 Separatisten
 kontrollierten
 Gebieten in der
 Ostukraine.

er anhand einer Broschüre illustriert. Auf die verbreitete Kritik an seinem Amt reagiert der Minister erstaunlich empfindlich und verständnislos: «Ein Ministerium für Zensur ist es nicht», sagt Stez und er sei auch kein «Minister für Zensur». Maßnahmen der eigenen Regierung, russische Bücher und andere Medienangebote zu verbieten, sieht auch der Informationsminister im Gespräch kritisch. «Jeder hat das Recht selbst auszuwählen, was er sehen oder lesen möchte», findet er und distanziert sich damit von Maßnahmen anderer Ministerien.

Das Informationsministerium habe ganz andere Aufgaben, versichert Stez. So habe es eine Reform der strategischen Kommunikation der Regierung vorangetrieben. Früher habe man immer die ganze Presseabteilung ausgewechselt, wenn ein Minister ausschied. Stattdessen versuche man jetzt, für mehr Kontinuität zu sorgen und dafür, dass die Regierung stärker mit einer Stimme spreche.

Im Kampf gegen die russische Propaganda setze das Informationsministerium Transmitter ein, um ukrainische Informationsprogramme in die selbsternannten Volksrepubliken Donezk und Luhansk zu senden. Dafür gebe es technische Unterstützung aus Polen, Lettland und aus den USA, sagt Stez. Das Ministerium gebe auch eine Zeitung *Ukraina Jedina* (Geeinte Ukraine) heraus, die sich an die Bürger des Donbas richtet. Sie sei für die Soldaten und Zivilisten gedacht. «Sie wird ständig von der russischen Regierung kritisiert, was uns zeigt, dass wir alles richtig machen», ergänzt seine Stellvertreterin, Tetjana Popowa. Die Artikel stammten von Donezker Journalisten, deshalb seien die Separatisten über diese ukrainische Publikation durchaus besorgt. Das Ministerium unterstütze außerdem Journalisten auf der von Russland annektierten Krim. Geflohene Kollegen können ihre Programme im staatlichen Radio senden, die Website des Ministeriums erscheint auch in einer krimtatarischen Variante.

Seit März 2015 betreibt die Behörde außerdem eine Kampagne, die unter anderem in den sozialen Medien, aber auch auf Plakaten im In- und Ausland darauf abzielt, die Botschaft «Die Krim ist Ukraine» weiter zu verbreiten und dem Vergessen der gewaltsamen Annexion durch Russland entgegenzuwirken.

Seit Mai 2015 bietet das Ministerium in- und ausländischen Journalisten die Möglichkeit, «eingebettet» in ukrainische Einheiten für eine Woche in die Kampfzone zu reisen und von dort zu berichten. Mehr als 50 Journalisten hätten das Angebot bisher genutzt, sagt Vize-Ministerin Popowa, darunter auch viele ausländische Kollegen. «Zum Glück ist dabei noch keiner gestorben», sagt die Politikerin, die nach eigenen Worten von den russischen Medien als «ukrainischer Goebbels» diskreditiert wird. Das Angebot wurde in Zusammenarbeit mit dem Verteidigungsministerium entwickelt. Viele Kollegen begrüßen, dass das ukrainische Informationsministerium solche Fahrten in die Kampfzone anbietet. Einige wie der Nachrichtenchef von **1+1**, Serhij Popow, sehen es kritisch, dass man die Journalisten nicht selbständig an die Front lasse. «Wir wollen selber sehen, was da vorgeht und ob unsere Soldaten barfuß und hungrig sind.»

Seit dem 1. Oktober 2015 gibt es ein eigenes Internetportal der Regierung **Ukrinform**, das in mehreren Sprachen für das Ausland sendet. «Wir wollen die Welt darüber informieren, dass die Ukraine nicht nur aus depressiven Regionen, Korruption und Armut besteht, sondern ein europäisches Land ist, das nach Reformen strebt», heißt es in der Informationsbroschüre. Auch dieses Angebot des Informationsministeriums ist in Kiew umstritten: «Das interessiert doch niemanden im Ausland, es ist reine Geldverschwendung», sagen viele Journalisten.

Außerdem gibt es bereits mit **Ukraine Today** ein anderes Projekt, das mit Imagewerbung für die Ukraine im Ausland der russischen Propaganda entgegenwirken soll. Es wird im Haus des Privatsenders **1+1** von Kolomojskyj produziert und ging im Sommer 2014 auf Sendung. «Ich möchte das nicht als Antwort auf **RT** verstehen», sagt die verantwortliche Producerin, Tetjana Puschnowa, und betont den vermeintlichen Unterschied zum russischen Propagandasender: «Wir machen keine Propaganda.»

Die Zielgruppe sind vor allem Experten, Politiker, Journalisten in Europa, die Englisch sprechen. **Ukraine Today** soll mit den Mitteln des Fernsehens über die Ukraine berichten, erläutert die Producerin. Im Internet hoffe man, mit der Community darüber in einen Dialog zu treten, sagt Puschnowa, die betont, dass sich mit **Ukraine Today** kein Geld verdienen lasse. «Wir arbeiten aus Enthusiasmus, wenn natürlich auch bezahlt», sagt sie. Rund 45 Leute arbeiten für die Redaktion, davon sechs englischsprachige Redakteure sowie fünf Autoren. Neue Chefredakteurin ist Julia Sotska, eine Ukrainerin aus Kanada, die lange als Nachrichtenredakteurin tätig war.

Es sei schwer, in Kriegszeiten nicht zu emotionalisieren, sagt Puschnowa über die besondere Rolle ihres Programms. Dabei handele es sich um einen schwierigen Balanceakt. «Wir vermitteln viele Informationen über die Ukraine und zeigen das Gesicht der Ukraine, arbeiten aber bewusst nicht manipulativ, sondern wollen vor allem, dass man unser Land versteht», sagt Puschnowa. Die Expertise über die Ukraine sei zu lange zu russlandbezogen gewesen und hing von Moskauer Sicht ab, selbst unter Slawisten.

«Ich verstehe mich als Nationalistin», sagt Puschnowa über ihr eigenes Selbstverständnis, möchte dabei aber nicht missverstanden werden. Angesichts der tragischen Ereignisse der vergangenen drei Jahre sei ihr selbst klar geworden: «Wenn jemand ein Patriot ist, ist er deshalb nicht unbedingt ein schlechter Journalist.» Schließlich sei es für einen guten Journalisten gerade wichtig, eine Haltung zu haben und für seine Überzeugung einzutreten.

Mit dieser Ansicht ist Puschnowa in guter Gesellschaft, denn viele Journalisten in der Ukraine verstehen sich seit dem Kriegsausbruch im Osten des Landes in erster Linie als «ukrainische Patrioten» und nicht als neutrale Berichterstatter. Schon am Journalistenkolleg einer Universität erleben ausländische Dozenten heftigen Widerspruch bei ihren Studenten, wenn sie sagen, dass der Journalismus nicht in erster Linie «nationale Aufgaben» habe.

«Viele Journalisten missverstehen ihre Rolle und sind Propagandisten geworden», beklagt der Direktor der Akademie der Ukrainischen Presse, Waleri Iwanow, diese Entwicklung. Iwanow kritisiert die Begleiterscheinung eines «patriotischen Journalismus», der sich mit der Regierung verbunden fühlt und dazu bereit sei, unbequeme Themen zu verschweigen. Einige Journalisten sagten sogar öffentlich, dass man den Präsidenten nicht kritisieren dürfe, solange Krieg herrsche, und schrieben einfach nur die Pressemitteilungen des Verteidigungsministeriums ab, sagt er.

Die hohe Zahl von Toten an der Front werde gerne verschwiegen, wirft Iwanow einigen Journalisten vor. «Wegen des Krieges ist die Freiheit des Wortes heute weniger wert», kritisiert er diese Haltung. Es komme sogar zu Verhaftungen von Leuten, die in den sozialen Medien mit den Separatisten sympathisieren, sagt Iwanow. «Das ist normal für das autoritäre Russland und für eine autoritäre Ukraine, aber das passt nicht zu einer Ukraine, die in Richtung Europa will.» Aus Sicht des Medienwissenschaftlers trägt auch dieser patriotische Eifer dazu bei, dass ukrainische Medien nicht ausreichend das Vertrauen der Bürger besäßen.

«Leute, die auf objektiven Journalismus bestehen, werden hier leicht zur Paria», beklagt auch der Generaldirektor des *Ersten Kanals*, Zurab Alasania den Verfall der Berufskultur. Im Januar 2016 gab es an der Universität in Lemberg sogar einen in der Branche viel beachteten Skandal, weil eine Journalistin darauf bestand, von «ukrainischen Truppen» zu sprechen statt von «unseren Truppen», und sich darum eine heftige Debatte entspann.

Einen anderen Standpunkt vertritt der Chefredakteur der populären Online-Zeitung Dumskaja in Odessa, Oleg Konstantinow: «Eine emotional gefärbte Sprache finden wir angemessen», sagt er. «Wir schreiben auch ‹Terrorist› und wollen nichts beschönigen», erläutert er, wie seine Redaktion über die Separatisten im Osten des Landes schreibt. Die britische *BBC* könne sich vielleicht eine neutrale Sprache leisten. «Aber wir sind im Krieg», sagt der Journalist. Das heiße nicht, dass man Propaganda betreibe. Die Lage der Soldaten werde von ihm und seinen Kollegen ebenso kritisiert wie die Kriegsführung der Regierung.

Jekaterina Sergatskowa von *Hromadske TV*, die selbst viel im Kriegsgebiet unterwegs war und aus dem Donbas berichtete, verweist auf internationale Grundsatzdebatten in der Branche über den Umgang mit bestimmten Schlüsselbegriffen: «Wir versuchen, Standards einzuhalten und sagen Kämpfer statt Terroristen», sagt sie über ihre Redaktion.

In einem eindrucksvollen Gastbeitrag für das Berliner Online-Magazin *Ostpol* setzte sich Sergatskowa mit den Tabus der ukrainischen Kriegsberichterstattung auseinander und plädierte im Dezember 2015 für eine Rückkehr zu mehr Objektivität im ukrainischen Journalismus:

«In den letzten anderthalb Jahren sind unausgesprochene Tabus aufgestellt worden. Es ist nicht zulässig, die Worte und Taten von Personen zu verurteilen, die als Patrioten auftreten (wer Patriot ist, hat immer Recht). Es ist nicht zulässig, öffentlich

über Probleme der Armee zu sprechen (das spielt dem Feind in die Hände). Es ist nicht zulässig, Verletzungen der Menschenrechte zu thematisieren (das ist unpassend, erst muss das Hauptproblem gelöst werden, und das ist der Krieg). Die Liste ließe sich noch lange fortsetzen. All diese Verbote machen es völlig unmöglich, Probleme anzusprechen, und folglich auch, nach Lösungen für sie zu suchen. Anderthalb Jahre ist es nun her, dass mit direkter Unterstützung bestimmter Medien ein Teil des ukrainischen Territoriums annektiert wurde. Der Virus der Putinschen Propaganda ist seitdem offenkundig nirgendwohin entschwunden. Im Gegenteil hat sich die Infektion sogar weiter verbreitet und zugleich verschlimmert. Es wird immer schwieriger, auf dem eigenen freien Territorium die Objektivität zu wahren, und immer leichter handelt man sich den Vorwurf ein, mit dem Kreml zusammenzuarbeiten. Heute – anderthalb Jahre später, nach einem kräfteaubenden Krieg, der Millionen von Menschen traumatisiert hat und immer noch nicht richtig beendet ist, und nach einer Reihe von Wahlen, die transparenter und insgesamt gelungener hätten ablaufen können –, liegt eine der Hauptherausforderungen, vor denen die Ukraine steht, darin, ob es uns gelingen wird, den Journalismus erneut auf Objektivität zu verpflichten. Sie mag bisweilen schmerzhaft sein, doch sie wird uns voranbringen und nicht zurück ins Mittelalter führen, wie das Prinzip der Propaganda es täte. Starr vor Angst im eigenen Zuhause zu sitzen, das ist letzten Endes einfach kein Zustand.»

Es sind schwierige Debatten, die unter ukrainischen Journalisten und in der Öffentlichkeit trotz des andauernden Krieges durchaus geführt werden. In der Bevölkerung ist nach Einschätzung des Lemberger Journalisten Juri Durkot eine grundsätzliche Skepsis gegenüber russischen Medien stark verbreitet, ganz nach dem Motto: «Die Sowjets lügen immer», das während der Sowjetunion in Lemberg und der westukrainischen Region Galizien weit verbreitet war. Deshalb hält er den Einfluss russischer Propaganda in der Ukraine heute ohnehin für gering, vor allem in der West-, aber auch in der Zentralukraine. Die erwähnten Umfragen des Gorschenin-Instituts vom März 2016 bestätigen eine solche gelassene Sicht.

↓
 «Schießt nicht
 auf Journalisten!»
 Ukrainische und
 ausländische
 Journalisten
 protestieren im
 Januar 2014 in Kiew
 gegen Gewalt gegen
 Medienschaffende.



Ukrainische Medien können aus den selbsternannten Volksrepubliken kaum noch berichten. Dass die hohe Zahl an Entführungen und Angriffen auf Journalisten im Osten des Landes seit 2014 rückläufig ist, liegt vor allem daran, dass weniger Journalisten in die umkämpften Gebiete reisen können. Die dortigen Machthaber schotten den Zugang für inländische Berichtersteller völlig ab, ausländische Kollegen werden ebenfalls an der Weiterreise gehindert und nur sehr vereinzelt in den Donbas gelassen. Nachdem die prorussischen Kräfte in den «Volksrepubliken» den Großteil der dortigen Medien unter ihre Kontrolle gebracht haben, haben auch fast alle unabhängigen Journalisten aus dem Donbas ihre Heimat verlassen und berichten meistens von Kiew aus. «Die ukrainischen Kollegen nehmen große Risiken auf sich, um heimlich in die besetzten Gebiete zu fahren», sagt Andrij Dichtjarenko, der selbst aus Luhansk stammt und auf seiner Website *Realnaja Gaseta* nun von aus Kiew über die Lage in seiner Heimatregion berichtet. Nach einer Schätzung der ukrainischen Journalistengewerkschaft gehören zu den Binnenflüchtigen rund 600 Journalisten, die ihre Heimat verlassen mussten, davon rund 100 von der Krim. Aber nicht nur einzelne Journalisten, auch ganze Redaktionen mussten fliehen und versuchen ihre Arbeit außerhalb der «Volksrepubliken» fortzusetzen.

Dichtjarenko arbeitet sogar noch mit Kollegen in Luhansk im Schutz der Anonymität zusammen, um Berichte von vor Ort zu publizieren und den früheren Kollegen eine Stimme zu geben. Er selbst hat im Kiewer Büro von *Radio Liberty* einen neuen Arbeitsplatz gefunden und betreibt seine eigene Webseite mit Berichten aus der selbsternannten Volkrepublik Luhansk allein mit ehrenamtlichem Engagement. Ihn treibt der Wunsch an, die Isolation der «Volksrepubliken» zu überwinden. Über Monate setzte er sich für seine Kollegin Maria Warfolomejewa ein, die im März 2016 endlich aus der Geiselhaft freigelassen wurde und zur medizinischen Behandlung zunächst nach Kiew kam. Die Separatisten hatten sie am 9. Januar 2015 festgesetzt, als sie in den Straßen von Luhansk fotografierte. Die selbsternannten Volkrepubliken sind inzwischen zur journalistischen «black box» geworden. «Wir versuchen Informationen zu bekommen und arbeiten heimlich mit freien Journalisten, aber für das Fernsehen ist das natürlich besonders schwierig», sagt Serhij Popow, Nachrichtenchef des Senders *1+1*, der selbst aus Donezk stammt.

Einer beispiellosen Diffamierung waren ukrainische und ausländische Journalisten im Mai 2016 durch die Macher der ukrainischen Internetseite *Myrotworez* (Friedensschaffer) ausgesetzt. Die umstrittene Website publizierte die persönlichen Daten von 5412 Journalisten, die in den letzten zwei Jahren in den selbsternannten «Volksrepubliken» von Luhansk und Donezk als Journalisten akkreditiert waren. Ukrainische Hacker hatten eine Datenbank der «Volksrepubliken»s geknackt und die Dokumente mit Handynummern und E-Mail-Adressen der Journalisten veröffentlicht. In einem offenen Brief an das Internetportal forderten zahlreiche ukrainische Journalisten die Macher auf, die Liste unverzüglich aus dem Netz zu nehmen. Eine Akkreditierung bedeute keinesfalls eine angebliche Zusammenarbeit, sondern biete Journalisten, die in die Ostukraine reisten, einen gewissen Schutz.



9

JOURNALISTENAUSBILDUNG

ALS TEIL DES PROBLEMS

In allen ukrainischen Medienhäusern ist die gleiche Klage darüber zu hören, wie schwer es sei, gute Journalisten und geeigneten Nachwuchs zu finden. Vor allem der traditionell akademische Ausbildungsweg steht in der Kritik und ist ein Relikt aus sowjetischer Zeit, das bis heute die qualifizierte Journalistenausbildung auch in anderen postsowjetischen Staaten behindert.

45

Zurab Alasania, Generaldirektor des *Ersten Kanals*, hält es für Unsinn, dass Journalisten in der Ukraine fünf Jahre zur Universität gehen sollen, um einen Master in Journalismus zu absolvieren. «Journalismus ist ein Handwerk», sagt er. Wichtiger sei es, ein echtes Fach wie Jura, Medizin oder Geschichte zu studieren und sich dann das Handwerk in praxisorientierten Lehrgängen anzueignen. «Ein Journalist muss breit gebildet sein», sagt auch der Lemberger Verleger Stefan Kurpil. «Es fehlen die Praktiker als Lehrer in der Journalistenausbildung», klagt auch Katja Gortschinskaja, Geschäftsführerin von *Hromadske TV*. Die meisten Universitätsdozenten verfügen über keinerlei praktische Erfahrungen in einer Redaktion. Sie beschäftigen ihre Studenten oft mit abseitigen Themenfeldern. Vor allem die Geschichte des Journalismus steht in vielen Studiengängen im Vordergrund, statt die Studenten auf ihre Zukunft im Beruf vorzubereiten. Aktuelle Entwicklungen im digitalen Journalismus oder neue Berufsfelder wie Datenjournalismus bleiben meist außen vor.

«Es gibt in der Ukraine 71 Universitäten, die Journalisten ausbilden», kritisiert der Medienexperte Otar Dowschenko, der als Dozent in Lemberg an der Katholischen Universität im Ausbildungsgang Journalismus unterrichtet. Sogar polytechnische Universitäten sind an der Ausbildung von Journalisten beteiligt. «Die Ausbildung ist fast überall viel zu akademisch und nicht mehr zeitgemäß.» Dowschenko beklagt auch die weit verbreitete Korruption in den Studiengängen. Viele PR-Leute in den Ministerien bezahlen gerne für eine «Pseudo-Ausbildung», da sie für die Tätigkeit in einer Behörde unbedingt ein Diplom benötigten. Für umgerechnet 2000 Dollar sei es möglich, in einem halben Jahr eine Diplomprüfung zu absolvieren und sich anschließend «Diplom-Journalist» zu nennen. Eine echte Unterscheidung zwischen PR und Journalismus gebe es in den Studiengängen meist ohnehin nicht, schildert Dowschenko die Lage.

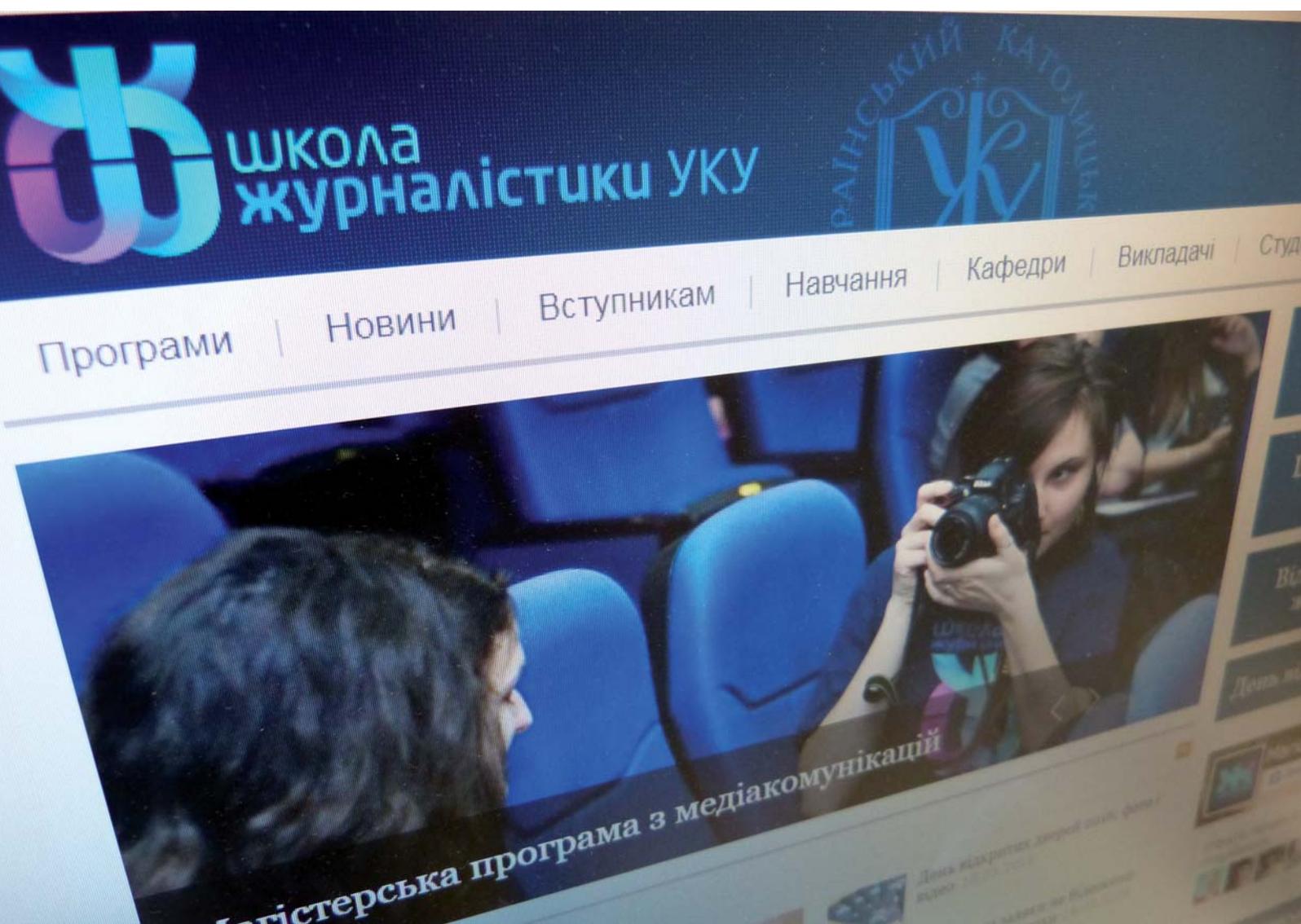
Als Leuchttürme der Journalistenausbildung in der Ukraine gelten heute die Mohyla-Journalistenschule in Kiew und die Journalistenausbildung an der Katholischen Universität in Lemberg. Auch einzelne Universitäten versuchen, ihre Studiengänge zu reformieren und die Ausbildung den Anforderungen der Branche stärker anzupassen.

«Unser Ausbildungsgang in Lemberg versucht das alles anders zu machen», sagt der Dozent Dowschenko. Obwohl es sich um eine kirchliche Einrichtung handelt, ist der Ausbildungsgang säkular angelegt. Zahlreiche westliche Förderer unterstützen diesen hochprofessionellen Ausbildungsgang, der ebenso wie die

Mohyla-Journalistenschule bei Nachfrage in Redaktionen höchstes Lob erntet. Aufgenommen werden in Lemberg seit 2011 jedes Semester 45 Studenten, die bereits ein Fachstudium absolviert haben und eine Fremdsprache können. Zwei Jahre lang gewinnen die Studenten in dem Master-Studiengang einen guten Überblick über alle Felder des Journalismus und können sich dann spezialisieren, beispielsweise als Fernsehjournalisten.

Die Dozenten sind alle Praktiker aus der Medienbranche, zahlreiche Gastdozenten aus dem In- und Ausland kommen ins Haus. Der Studiengang verfügt über moderne Technik, ein eigenes Fernseh- und Hörfunkstudio. In die sogenannten Meisterklassen kommen prominente Kollegen zu den öffentlichen Vorlesungen. Dabei stehen auch heikle Themen wie «Konfliktberichterstattung» auf dem Programm.

Jeder Student publiziert laufend während seines Studiums, sodass die Absolventen bei Abschluss des Studiums bereits zahlreiche Arbeitsproben vorweisen können. Dank eines dänischen Geldgebers gab es im Jahr 2015 für Studenten aus dem Osten des Landes und von der Krim 16 Stipendien. Der Studiengang unterstützt auch, dass die Studenten Stipendienangebote für Auslandsaufenthalte nutzen, um ihren Horizont zu erweitern. «75 Prozent der Ukrainer waren noch nie im Ausland», sagt Dowschenko. Die fünf besten Studenten dürfen sogar auf Kosten ihres Lehrgangs nach Rom, Warschau, in die Türkei oder nach Deutschland fahren. Über Kontakte in die ukrainische Diaspora gibt es auch die Möglichkeit für einzelne Studenten, ein einmonatiges Praktikum in Chicago zu absolvieren.



«Wir wollen ein alternatives Ausbildungsmodell schaffen», sagt der Leiter des Studiengangs, Ihor Balynskyj. Er hat das Lemberger Internetportal *zaxid.net* gegründet, das zu den wichtigsten Online-Medien der Region gehört. Ihm schwebt vor, dass sein Lehrstuhl in Zukunft noch stärker nicht nur Journalisten ausbildet, sondern auch Ausbildungswege für Medienmanager, Medienforscher, Datenjournalisten und politische Kommunikation anbietet. Für Balynskyj ist es besonders wichtig, seine Studenten von Anfang an auf die Herausforderungen der digitalen Medienwelt vorzubereiten. «Die Studenten sollten den Umgang mit sozialen Medien verstehen, aber auch lokales und globales Geschehen zu verbinden wissen», sagt er. Dabei spiele die Visualisierung eine wachsende Rolle, aber auch das «storytelling» in den Medien. Die Studenten müssten heute multimedial arbeiten lernen. «Ohne gute Bilder läuft heute kein Text mehr», sagt Balynskyj. Er ist froh über die kleinen Ausbildungsklassen, denen man die neuen Trends im Journalismus sehr praxisbezogen vermitteln könne. Der Studiengang ist so attraktiv, dass sich etwa fünf Bewerber auf einen Platz bewerben.

Balynskyj hat zuvor 15 Jahre als Dozent an der Lemberger Universität Journalismus unterrichtet, wo rund tausend Journalisten ein fünfjähriges Studium absolvieren müssen, ohne mit der Praxis des Berufs ausreichend in Berührung zu kommen. «Da werden jedes Jahr 300 Diplom-Journalisten entlassen – aber wohin sollen die alle?», fragt er. Er hält eine Reform für überfällig und vor allem die Abkehr von einem «postsowjetischen und postphilologischen Verständnis der Ausbildung». In der Branche haben die Absolventen aus seinem modernen Studiengang ebenso wie die der Mohyla-Journalistenschule in Kiew einen guten Ruf und sind in den Redaktionen als attraktive Nachwuchskräfte gefragt. Bislang arbeiteten in den ukrainischen Medien Journalisten, von denen rund 40 Prozent keinerlei journalistische Ausbildung vorweisen könnten, sagt Balynskyj.

Einige Medienhäuser versuchen solche Ausbildungsdefizite auszugleichen, indem sie ihre Journalisten selbst für ihre Bedürfnisse schulen. Der Fernsehsender *1+1* bietet seinen Mitarbeitern seit ein paar Jahren eine eigene Fortbildungsstätte. «Es gibt ein Praktikantenprogramm», sagt der Nachrichtenchef von *1+1*, Serhij Popow. «Wir suchen uns die besten Leute aus und stecken sie in unser eigenes Rekrutierungsprogramm.» Auch Alasania schwebt für seinen neuen Rundfunksender ein eigenes Trainingszentrum vor, um die mehr als 8000 Beschäftigten für die moderne Medienwelt fit zu machen. Er sucht dafür noch Geldgeber und Unterstützung im Ausland.



FORDERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN:

Wie der vorliegende Bericht zeigt, ist die Ukraine trotz großer Herausforderungen und tiefgreifender Probleme auf einem guten Weg, eine pluralistische Medienlandschaft zu entwickeln. Es gibt viele engagierte Journalisten und Medien, die allen Schwierigkeiten zum Trotz gute Arbeit leisten. Die Reformanstrengungen in der Ukraine verdienen deshalb aus Sicht von Reporter ohne Grenzen mehr internationale Aufmerksamkeit und die nachhaltige Unterstützung ausländischer Regierungen, Geberorganisationen und Medien. Wir erheben die folgenden Forderungen und haben folgende Empfehlungen:

An die ukrainische Führung:

Reporter ohne Grenzen fordert von der ukrainischen Regierung, dafür Sorge zu tragen, dass die Reformvorhaben in der Mediengesetzgebung, wie das Gesetz über größere Transparenz in den Eigentümerstrukturen, in die Praxis umgesetzt werden.

Reporter ohne Grenzen fordert von Präsident Petro Poroschenko, dass er die Kontrolle über seinen Privatsender *Kanal Fünf* aufgibt. Aus Sicht von Reporter ohne Grenzen vertragen sich politische Spitzenämter nicht mit gleichzeitigem Medienbesitz.

Reporter ohne Grenzen fordert von der ukrainischen Regierung eine klare Distanzierung von der umstrittenen ukrainischen Website *Myrotvorez* (Friedensstifter) und anderen Versuchen, Journalisten öffentlich anzuprangern, weil sie in der Ostukraine akkreditiert waren und von dort berichten.

Reporter ohne Grenzen fordert eine entschlossenere Unterstützung der Umwandlung des ukrainischen Staatssenders in einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Reporter ohne Grenzen fordert weitere Ermittlungen und eine Aufklärung der Todesfälle von Journalisten unter den Vorgängerregierungen. Ihr Schicksal darf nicht vergessen werden.

Reporter ohne Grenzen empfiehlt der ukrainischen Regierung, auf die Verbote russischer Bücher und Filme zu verzichten und alle Einreiseverbote für Journalisten in die Ukraine aufzuheben.

An die ukrainischen Journalisten:

Reporter ohne Grenzen empfiehlt ukrainischen Medienhäusern eine kritische Debatte über den allzu selbstverständlichen Umgang mit bezahlten Inhalten, die in der Ukraine „Jeansa“ genannt werden und für den Nutzer nicht als werbliche Inhalte erkennbar sind.

Reporter ohne Grenzen empfiehlt den ukrainischen Journalisten und Journalistinnen eine offene Debatte über das Verhältnis von Patriotismus und Journalismus. Die Ausgrenzung von Kollegen, weil sie sich vor allem an journalistische Standards halten, sollte unterbleiben.

An die OSZE:

Reporter ohne Grenzen fordert die OSZE-Präsidentschaft dazu auf, die Konfliktparteien in der Ostukraine dazu zu verpflichten, Journalisten freien Zugang zu den selbsternannten Volksrepubliken Luhansk und Donezk zu gewähren, um von dort zu berichten. Das muss vor allem auch für die geplanten Lokalwahlen gelten.

An die EU:

Die Annäherung der Ukraine an die EU sollte auch Forderungen an die ukrainische Regierung enthalten, die Entwicklung einer pluralistischen Medienlandschaft nicht zu behindern und Medienfreiheit zu garantieren.

An internationale Geberorganisationen:

Reporter ohne Grenzen empfiehlt internationalen Geberorganisationen eine nachhaltige Unterstützung ukrainischer Medienprojekte. Projektanträge sollten mindestens auf zwei Jahre bewilligt werden, um es engagierten ukrainischen Journalisten möglich zu machen, innovative Medienprojekte zu entwickeln.

Reporter ohne Grenzen empfiehlt ausländischen Gebern eine stärkere Unterstützung von innovativen Ausbildungsgängen für junge ukrainische Journalisten, die den multimedialen Anforderungen des modernen Journalismus gerecht werden. Dabei sollten auch Partnerschaften zwischen europäischen Journalistenschulen und ukrainischen Ausbildungsstätten stärker gefördert werden.

Reporter ohne Grenzen empfiehlt eine stärkere Förderung der Vernetzung ukrainischer Journalisten und Medienhäuser mit europäischen Kollegen, Netzwerken und Medienfirmen. Gerade weil es in der Ukraine bisher an Investitionen ausländischer Medienunternehmen fehlt, gibt es mit Blick auf modernes Medienmanagement und innovative Geschäftsideen einen großen Bedarf an internationalem Austausch.

Reporter ohne Grenzen empfiehlt die Förderung von Medienprojekten, die eine Begegnung russischer und ukrainischer Journalisten ermöglichen. Gerade wegen des Krieges in der Ostukraine und nach der Annexion der Krim bleibt dieser Dialog wichtig.

LISTE DER ZITIERTEN GESPRÄCHSPARTNER

Zurab Alasania, Generaldirektor
Natsionalna Suspilna Teleradiokompanija
Ukraini (NSTU)

Ihor Balynskij, Leiter der
Journalistenausbildung an der
Katholischen Universität in Lemberg und
Gründer des Internetportals *Zaxid.net*

Gennadi Tschabanow, Gründer und
Eigentümer der Holding *Center Media*
in Odessa

Andrij Dichtjarenko, Journalist aus
Luhansk, Betreiber der Website *Realnaja
Gaseta* und Redakteur bei *Radio Liberty*
in Kiew

Marina Dowschenko, Journalistin in
Lemberg und freie Mitarbeiterin des
Instituts für Massenmedien (IMI)

Otar Dowschenko, Journalist und
Dozent in der Journalistenausbildung an
der Katholischen Universität in Lemberg

Juri Durkot, Journalist und
Medienexperte in Lemberg

Jelena Gladkowa, Chefredakteurin von
Hromadske TV in Odessa

Katja Gortschinskaja,
Geschäftsführerin von *Hromadske TV*

Natalja Gumenjuk, Chefredakteurin von
Hromadske TV

Hanno Gundert, Geschäftsführer
des *Netzwerkes für Osteuropa-
Berichterstattung (n-ost)*, Berlin

Waleri Iwanow, Präsident der Akademie
der Ukrainischen Presse in Kiew

Oleg Konstantinow, Chefredakteur der
Online-Zeitung *Dumskaja* in Odessa

Stefan Kurpil, Herausgeber der
Regionalzeitung *Wysokyj Zamok* in
Lemberg

Kyrylo Lukerenko, Chefredakteur von
Hromadske Radio in Kiew

Christian Mihr, Geschäftsführer
Reporter ohne Grenzen Deutschland in
Berlin

Tetjana Popowa, stellvertretende
ukrainische Informationsministerin in
Kiew

Serhij Popow, Nachrichtenchef des TV-
Senders *1+1* in Kiew

Tetjana Puschnowa, verantwortliche
Producerin von *Ukraine Today* in Kiew

Roman Rak, Journalist und örtlicher
Vertreter der Journalistengewerkschaft
in Lemberg

Oksana Romanjuk, RSF-
Korrespondentin und Leiterin des
Instituts für Massenmedien (IMI) in Kiew

Nelja Schewtschenko, Leiterin der
Nachrichtenredaktion des *Ersten Kanals*
in Odessa

Jekaterina Sergatskowa, Redakteurin
für *Hromadske TV* in Kiew

Natalia Steblyna, Journalistin und
Medienexpertin in Odessa

Jurij Stez, ukrainischer
Informationsminister in Kiew

Julia Suschenko, Journalistin in Odessa
und freie Mitarbeiterin des Instituts für
Massenmedien (IMI)

Denis Trubezkoj, Journalist in Kiew



Während der Feiern zum zweiten Jahrestag der Maidan-Proteste in Kiew.

Reporter ohne Grenzen: Recherchieren, Anklagen, Unterstützen

Reporter ohne Grenzen dokumentiert Verstöße gegen die Presse- und Informationsfreiheit weltweit und alarmiert die Öffentlichkeit, wenn Journalisten und deren Mitarbeiter in Gefahr sind. Wir setzen uns für mehr Sicherheit und besseren Schutz von Journalisten ein. Wir kämpfen online wie offline gegen Zensur, gegen den Einsatz sowie den Export von Überwachungstechnik und gegen restriktive Mediengesetze.

Ein globales, dicht geknüpftes Netz für schnelle Information und Intervention entsteht durch unsere mehr als 150 Korrespondentinnen und Korrespondenten. Unser Nothilfereferat unterstützt verfolgte Journalisten und ihre Familien. Der Schwerpunkt unserer Arbeit liegt dabei auf der Hilfe in den Herkunftsländern der Betroffenen.

Wenn es für Journalisten oder ihre Mitarbeiter jedoch lebensgefährlich ist, in der Heimat zu bleiben, bemühen wir uns, ein sicheres Aufnahme-land zu finden.

Seit 1994 ist die deutsche Sektion von Berlin aus aktiv. Der Verein *Reporter ohne Grenzen* ist Teil der

1985 gegründeten internationalen Organisation *Reporters sans frontières* mit Hauptsitz in Paris.

Reporter ohne Grenzen finanziert sich aus Spenden und Mitgliedsbeiträgen sowie durch den Verkauf der Fotobücher »Fotos für die Pressefreiheit«.

Reporter ohne Grenzen

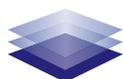
- recherchiert und dokumentiert Verstöße gegen die Pressefreiheit weltweit,
- setzt sich ein für Sicherheit und Schutz von Journalisten vor allem in Krisengebieten,
- kämpft gegen Zensur und restriktive Pressegesetze
- hilft bedrohten Journalisten und Bloggern sowie Medien finanziell und juristisch.

Beraterstatus

- beim Menschenrechtsrat der UNO,
- bei der UNESCO,
- beim Europarat.

Spendenkonto

Reporter ohne Grenzen
IBAN: DE26 1009 0000 5667 7770 80
BIC: BEVODEBBXXX
Berliner Volksbank



Initiative
Transparente
Zivilgesellschaft

Reporter ohne Grenzen e.V.

Friedrichstraße 231 | 10969 Berlin
Fon: 030 609 895 33 – 0
Fax: 030 202 15 10 – 29
E-Mail: kontakt@reporter-ohne-grenzen.de
www.reporter-ohne-grenzen.de

Besuchen Sie uns auch bei

- facebook.com/reporterohnegrenzen und
- twitter.com/reporterog
- youtube.com/reporterohnegrenzen
- google.com/+reporterohnegrenzen
- instagram.com/reporterohnegrenzen/

Wir danken für die großzügige Förderung der Robert Bosch Stiftung

Robert Bosch **Stiftung**