

Die ukrainische Medienlandschaft: divers, aber politisiert

Von Natalya Ryabinska, Collegium Civitas, Warschau

Zusammenfassung

Laut ukrainischen Journalisten und Medienaktivisten hat sich die Lage der Medien in der Ukraine seit dem Euromaidan 2013/2014 in einigen Aspekten verbessert. Die Medien können freier berichten, die Regierung aktiver kontrollieren und sie fühlen sich vom Staat weniger unter Druck gesetzt. Gleichzeitig bestehen nennenswerte Einschränkungen, z. B. hinsichtlich der Unabhängigkeit und Pluralität der Medien. Einige Probleme sind heute gar akuter als vor fünf Jahren.

Einführung: Die ukrainischen Medien im Wahljahr

In internationalen Rankings zur Pressefreiheit nimmt die Ukraine unter den nicht-baltischen ehemaligen Sowjetrepubliken einen der vorderen Plätze ein. »Freedom House« stuft die Medien in der Ukraine als »teilweise frei« ein. Auch im Bereich Medienpluralität wird die Ukraine relativ weit vorne eingestuft; im »Media Sustainability Index« von 2018 erhielt die Ukraine im Bereich Medienpluralität einen der besten Werte in der Region. Die wichtigsten Medien befinden sich in Privatbesitz, und da die Eigentümer unterschiedliche politische Interessen verfolgen, ergibt sich zwangsläufig eine gewisse Pluralität, die die Ukraine der Mehrheit ihrer östlichen Nachbarn voraushat, insbesondere jenen, die sich in eine autoritäre Richtung bewegen.

Dennoch gibt es bedeutende Hindernisse, die die Freiheit und Unabhängigkeit der Medien und damit der öffentlichen Diskussion behindern:

- Im Bereich der traditionellen Medien (Fernsehen, Radio, Zeitungen) beschränkt sich der Medienpluralismus weitgehend auf die Interessen der Medienbesitzer – das sind vor allem einflussreiche ukrainische Geschäftsleute und Politiker (oder ihre Mitarbeiter) –, die ihre Medien für politische Zwecke einsetzen. Das reduziert die Chancen unabhängiger Politiker, sich in den führenden Medien zu präsentieren;
- Der Aufbau einer unabhängigen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt auf Basis des ehemaligen staatlichen Fernsehens und Radios, den der Euromaidan 2014 in Gang gesetzt hatte, wird durch den Widerstand einflussreicher Eliten gebremst. Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ist drastisch unterfinanziert. Zuletzt wurde Zurab Alasania, der als Reformer geltende Leiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, völlig unerwartet zwei Jahre vor dem Ende seiner Vertragslaufzeit entlassen;
- Gewalt gegen Journalisten bleibt ein ernsthaftes Problem. Obwohl sich die Aufklärungsrate von Verbrechen gegen Journalisten verbessert hat, bleiben noch immer viele Angriffe und sogar Morde ungeklärt.

Ein weiteres Problem, das die Funktion der Medien elementar beeinträchtigt – und besonders im Wahlkampf zum Tragen kommt – ist die Anfälligkeit der ukrainischen Medien für russische Desinformation und Propaganda – sowohl über die ukrainische Innenpolitik als auch über internationale Angelegenheiten. Die Botschaften der Kreml-Propaganda werden einerseits über klassische Medien gesendet, die sich im Besitz von pro-russischen Politikern befinden bzw. von diesen kontrolliert werden (einige von ihnen flohen 2014 zusammen mit dem damaligen Präsidenten Wiktor Janukowitsch aus der Ukraine). Zum anderen werden diese Botschaften insbesondere über Social-Media-Kanäle online verbreitet. Das ist beunruhigend, zumal die Fähigkeit der Ukrainer, glaubwürdige Informationen von Desinformationen und Fälschungen zu unterscheiden, eher bescheiden ist. Ein Drittel der Ukrainer geben zu, dass sie in der Regel nicht erkennen können, ob Medieninformationen vertrauenswürdig sind oder nicht.

Das Fernsehen

Die überregionalen Fernsehsender, für etwa 85 Prozent der Ukrainer die wichtigste Nachrichtenquelle, gehören verschiedenen großen Mediengruppen an. Die vier größten Mediengruppen erreichen zusammen mehr als 75 Prozent des Fernsehpublikums im Land. Ihre Besitzer sind ukrainische Oligarchen: Ihor Kolomojskyj und Ihor Surkis (1+1 Media), Dmytro Firtasch und Walerij Choroschkowskyj (Inter Media Group), Rinat Achmetow (Media Group Ukraine) sowie Wiktor und Olena Pintschuk (StarLightMedia). Sie behielten ihre Medien auch nach dem Maidan 2013/2014 – inklusive Präsident Petro Poroschenko, der entgegen seines Versprechens, seinen »5. Kanal« nach Amtsantritt zu verkaufen, weiterhin dessen Eigentümer ist.

Ein paar Änderungen in der Fernsehlandschaft gab es allerdings. So wurden nach dem Maidan einige kleinere Sender reformiert (meist infolge eines Eigentümerwechsels) und verstärkt als Nachrichtenkanäle aufgezogen, sodass sie heute mit den großen Sendern im Bereich Nachrichten- und Informationsfernsehen konkurri-

ren. Die erfolgreichsten von ihnen, 112 Ukraine, Prjamjyj (früher Tonis) und NewsOne, schaffen es hin und wieder in das Top-10-Rating der reichweitenstärksten Nachrichtenprogramme. Sie werden von ukrainischen Politikern oder politiknahen Geschäftsleute kontrolliert: 112 Ukraine soll unter dem Einfluss des kremlfreundlichen Oligarchen Wiktor Medwedtschuk stehen, NewsOne gehört Taras Kosak – einem engen Mitarbeiter Medwedtschucks – und Prjamyj ist im Besitz von Wolodymyr Makeijenko, einem ehemaligen Abgeordneten der Partei der Regionen.

Schwierige Zeiten für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Eine weitere zentrale Neuerung war die Umwandlung des staatlichen Fernsehens in einen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender. Die lang erwartete Reform wurde 2017 umgesetzt und das staatliche Fernsehen und Radio in die Nationale Öffentliche Rundfunkanstalt der Ukraine überführt. Sie zählt heute zwei landesweite Fernsehsender, drei landesweite Radioprogramme und 23 regionale Fernseh- und Radioprogramme. Obwohl die Etablierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks noch im Gange ist, produziert die neue Rundfunkanstalt bereits unabhängige Nachrichten und Informationen.

Das Problem ist jedoch, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen (wie auch das öffentlich-rechtliche Radio) sehr niedrige Einschaltquoten hat und seine Reichweite weit hinter jener der großen oligarchischen Sender und selbst hinter jener der kleineren Nachrichtensender liegt. Eine der Ursachen dafür ist die drastische Unterfinanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt, die rund 45 Prozent weniger Mittel erhält, als im ukrainischen Rundfunkrecht vorgesehen. Dass sie den einst staatlichen Sender nicht mehr für ihre Zwecke nutzen können, hat bei vielen ukrainischen Politikern Unmut hervorgerufen. Vermutlich ist auch das der Grund, warum der Leiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Zurab Alasania, am 31. Januar 2019, zwei Monate vor den Präsidentschaftswahlen, plötzlich entlassen wurde. Alasania soll zuvor alle Verbindungen zwischen dem Sender und der Politik gekappt haben.

Rolle der Fernsehsender im Präsidentschaftswahlkampf
Die Pluralität der Nachrichtenquellen in der Ukraine ist, obwohl weitaus höher als in den meisten ihrer östlichen Nachbarländer, immer noch durch die politischen Interessen der großen Medienmogule eingeschränkt. Wie schon bei den vorangegangenen Wahlen unterstützen auch im aktuellen Präsidentschaftswahlkampf die Eigentümer wichtiger Medien bestimmte politische Kandidaten – auf Kosten der anderen Bewerber.

So unterstützt beispielsweise Achmetows Kanal »Ukraine« den Chef der Radikalen Partei, Oleh Ljaschko, Janukowytschs ehemaligen stellvertretenden Ministerpräsidenten Oleksandr Wilkul sowie Julija Tymoschenko. Kolomojskijs »1+1« leistet eine umfassende mediale Unterstützung für den Politneuling und Komiker Wolodymyr Selenskyj. Dmytro Firtaschs Kanal »Inter« macht Werbung für den Anführer der pro-russischen oppositionellen Plattform »Sa Schyttja«, Wolodymyr Boiko. Und Wiktor Pintschuks Fernsehsender machen gute PR für Julija Tymoschenko und Oleksandr Wilkul, manchmal auch für Anatolij Hryzenko und Andrij Sadowyj. Gleichzeitig lassen alle großen Fernsehsender mit Ausnahme von Kolomojskijs »1+1« die Aussagen und Aktionen von Präsident Petro Poroschenko in einem positiven Licht erscheinen. In Bezug auf Selenskyj, den aktuell führenden Kandidaten in den Meinungsumfragen, äußern sich die Sender – mit Ausnahme von Kolomojskijs »1+1« – eher zurückhaltend. Unabhängige Kandidaten erhalten kaum die Möglichkeit, in den wichtigsten Fernsehsendern aufzutreten.

Online-Medien

Im Vergleich zu den populären Fernsehkanälen findet sich in ukrainischen Online-Medien eine deutlich pluralistischere Berichterstattung über die bevorstehenden Präsidentschaftswahlen. Dies ist insofern bedeutsam, als dass die ukrainischen Nachrichten-Websites und die sozialen Netzwerke die zweit- bzw. dritt wichtigsten Informationsquelle in der Ukraine sind. Sie zählen für 27,1 Prozent bzw. 23,5 Prozent der Bevölkerung als wichtige Nachrichtenquelle.

Obwohl auch einige wichtige ukrainische Nachrichten-Websites im Besitz der oben genannten großen Medieninhaber sind, können diese – im Unterschied zum Fernsehen – das Internet kaum kontrollieren. Die vier wichtigsten Eigentümer ukrainischer Online-Medien (darunter Achmetow sowie Kolomojskyj und Surkis) kommen zusammen auf einen Marktanteil von nicht einmal 20 Prozent. Viele populäre Informationsquellen im Internet gehören Eigentümern außerhalb des Dunstkreises der ukrainischen Oligarchen. Von den 50 wichtigsten ukrainischen Nachrichten-Websites gehören mindestens 14 ukrainischen Journalisten oder Unternehmern, für die Medien eher ein Geschäftsmodell sind als ein Instrument für politischen Einfluss. Darunter sind so renommierte Online-Medien wie die Ukrainska Prawda, Serkalo Nedeli, Hromadske.ua und liga.net.

Es gibt jedoch auch eine Schattenseite der Medienpluralität im ukrainischen Internet. Viele beliebte Nachrichten-Websites veröffentlichen keine Informationen über ihre Eigentümer oder Endbegünstigten. Darun-

ter leider viele Medien, die nicht besonders daran interessiert sind, verlässliche Informationen bereitzustellen. Laut einer Untersuchung der ukrainischen NGO *The Institute of Mass Information* von November 2018 gehören mehrere populäre ukrainische Onlinemedien (darunter korrespondent.net, kp.ua, vgorode.ua und weitere) Serhij Kurtschenko, einem flüchtigen ukrainischen Oligarchen aus dem Umfeld von Wiktor Janukowitsch. Es gibt auch mehrere Websites, die im Besitz ehemaliger ukrainischer Politiker sind, die das Land nach dem Sturz des Janukowitsch-Regimes im Jahr 2014 verlassen haben (z. B. ves-ukr.com, newsone.ua) sowie einige Medien, die regelmäßig die Botschaften der russischen Propaganda wiederholen und Desinformationen über die ukrainische Innen- und Außenpolitik verbreiten (darunter znaj.ua, 112.ua, strana.ua, politeka.net).

Zeitungswesen

Die Situation der Zeitungen, laut Umfragen das fünftwichtigste Nachrichtenmedium in der Ukraine, unterscheidet sich nur unwesentlich von der Lage des Fernsehens. Die auflagenstärksten ukrainischen Zeitungen befinden sich im Besitz von ukrainischen Oligarchen, allen voran Wiktor Pintschuk, Rinat Achmetow und Serhij Kurtschenko. Einige Medien sind in der Hand von Politikern, die sich im Zuge des Maidans nach Russland abgesetzt haben, und spielen, ähnlich wie bei den Onlinemedien, eine wichtige Rolle im russischen Informationskrieg gegen die Ukraine. So soll Westi, eine der drei führenden Tageszeitungen in der Ukraine, unter der Kontrolle von Oleksandr Klymenko stehen, der unter Wiktor Janukowitsch Finanzminister war und sich nach dem Maidan ins Moskauer Exil abgesetzt hat.

Soziale Medien

Bei der Analyse der Rolle der ukrainischen Medien im Wahljahr 2019 muss berücksichtigt werden, dass das Vertrauen der Menschen in die traditionellen Massenmedien eher gering ist. Laut einer im Dezember 2018 vom Kiewer Internationalen Institut für Soziologie durchgeführten Meinungsumfrage vertrauen den ukrainischen Medien nur 31 Prozent der Bevölkerung – das größte Vertrauen genießen Menschen aus dem eigenen Umfeld (68 Prozent), freiwillige Unterstützer der Armee (63 Prozent), Freiwillige, die Binnenflüchtlinge unterstützen (61 Prozent), die ukrainischen Streitkräfte und die Kirche (jeweils 51 Prozent). Mit der steigenden Verbreitung des Internets in der Ukraine stellen soziale Medien eine immer bedeutendere Alternative zu den traditionellen Medien dar. Soziale Medien expandierten vor allem im Zuge des Maidan und wurden zu einer Plattform für den Informationsaustausch, gesellschaftliche Selbstorganisation und öffentliche Diskus-

sionen. Post-Maidan-Politiker sind sich der Bedeutung der sozialen Medien bewusst, weshalb sie auch bei der Präsidentschaftskampagne 2019 eine wichtige Rolle spielen. Die Präsidentschaftskandidaten haben Hunderte populäre Blogger engagiert und ganze »Armeen« freiwilliger Unterstützer für das Social Web angeheuert.

Die professionellste Social-Media-Kampagne hat der politische Newcomer Wolodymyr Selenskyj. Das ist wenig überraschend, bedenkt man, dass Selenskyj einer der beliebtesten ukrainischen Entertainer und Mitinhaber einer sehr erfolgreichen Produktionsfirma ist und dadurch über umfangreiche Erfahrung in der Vermarktung über soziale Medien verfügt. Nachdem er seine Präsidentschaftskandidatur am 31. Dezember 2018 angekündigt hatte, tauchten auf Facebook Gruppen, Seiten und Profile auf, die seine Kampagne unterstützen, und in nicht einmal zwei Wochen hatte er mehr als 1,2 Millionen Online-Unterstützer. Selenskyj wurde auch intensiv über Youtube, Instagram und die Messenger-App Telegram beworben. Ein YouTube-Interview, das er dem bekannten Journalisten Dmitri Gordon gab und das im Dezember online ging, wurde innerhalb von sechs Wochen mehr als 4,8 Millionen mal aufgerufen.

Ungeachtet der Chancen, die die sozialen Medien besonders im Wahlkampf bieten, bergen sie auch erhebliche Risiken. Erstens werden Diskussionen über Politik und Wahlen in der Ukraine durch bezahlte Online-Kommentatoren stark verzerrt. Laut einer Studie der Universität Oxford aus dem Jahr 2017 gehören Werbung für politische Parteien oder Kandidaten, die Verbreitung politischer Botschaften, die Neutralisierung negativer Berichterstattung oder Attacken auf politische Opponenten zu den üblichen Online-Dienstleistungen, mit denen politische Akteure Onlineprofis beauftragen. Zweitens nutzt Russland, das keinen Hehl aus der Abneigung gegen den politischen Umbruch in der Ukraine seit 2014 macht, sein großes Netzwerk von Online-Akteuren, um Desinformationen zu streuen, die ukrainische Gesellschaft zu spalten und generell die ukrainische öffentliche Meinung im Sinne Russlands zu beeinflussen. Ein Beispiel dafür ist das organisierte Bot-Netzwerk auf Facebook, das von Russland aus betrieben und im Oktober 2016 von Journalisten des ukrainischen Online-Portals Texty.org.ua aufgedeckt wurde. Mitglieder dieses Netzwerks gaben sich als ukrainische Patrioten aus und riefen zu einem dritten Maidan auf, um die ukrainische Regierung zu stürzen.

Fazit

Es lässt sich festhalten, dass die Ukraine nach wie vor ein Land mit einer relativ freien und pluralistischen Medienlandschaft ist. Das Medienumfeld hat sich seit dem Maidan deutlich verbessert. Zu den wichtigsten Ent-

wicklungen zählen die Änderungen in der Mediengesetzgebung (unter anderem im Bereich des Zugangs zu Informationen, der Privatisierung staatlicher und kommunaler Zeitungen und der Transparenz von Medien-eigentümern) und die ersten Schritte, die unternommen wurden, um die staatliche Rundfunkanstalt in eine öffentlich-rechtliche umzuwandeln. Diese Bedingungen ermöglichen die Verbreitung von Informationen, die für eine gesellschaftliche Diskussion über die Kandidaten und ihre Programme und für informierte Wahlentscheidungen unerlässlich sind.

Dennoch gibt es erhebliche Einschränkungen der Medienfreiheit und -pluralität, und Hindernisse für ukrainische Bürger, die sich über die Präsidentschaftskandidaten und ihre Programme objektiv informieren wollen. So sind die größten Fernsehsender, die wichtigste Informationsquelle im Land, in den Händen weniger politisch tätiger Oligarchen und Politiker konzentriert. Ein weiteres Hindernis ist die von Politikern gebremste Reform der staatlichen Fernseh- und Rundfunkanstalt. Die Anfälligkeit der ukrainischen Medien für russische Propaganda und Desinformation ist ebenfalls ein großes Problem. Seit 2014 äußert Russland offen seine Kritik an den Entwicklungen in der Ukraine, und russische Propaganda- und Desinformationskampagnen zielen darauf ab, die ukrainische Regierung und die gesamte Innen- und Außenpolitik der Ukraine in ein

schlechtes Licht zu rücken. Diese Bemühungen sind am Vorabend der ukrainischen Wahlen besonders intensiv. Dabei ist wichtig, dass die gefälschten Nachrichten und die Propaganda aus Russland nicht nur über russische Medien und das Internet verbreitet werden, sondern oft auch von ukrainischen Medien, die sich im Besitz pro-russischer Politiker und Oligarchen befinden.

Wer auch immer die Präsidentschaftswahlen 2019 in der Ukraine gewinnt – die ukrainische Gesellschaft wird weiterhin mit den oben genannten Herausforderungen konfrontiert sein. Um diese zu bewältigen, müssen folgende Schritte unternommen werden:

- 1) Die Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks muss fortgesetzt werden (bzw. dieser verteidigt werden).
- 2) Die »Zensur durch die Oligarchen« in den von Oligarchen kontrollierten Medien muss angegangen werden (u. a. durch eine Reform der Wahlgesetzgebung).
- 3) Die Cybersicherheit muss weiter gestärkt werden, die Medien- und Digitalkompetenz der Gesellschaft muss erhöht werden und neue Instrumente zur Bekämpfung von Propaganda und Desinformation müssen entwickelt werden.

Übersetzung aus dem Englischen: Dr. Eduard Klein

Über die Autorin:

Natalya Ryabinska ist außerordentliche Professorin am Collegium Civitas in Warschau. Zu ihren Forschungsschwerpunkten zählen Mediensysteme im postkommunistischen Europa und Eurasien, Medientransformation in hybriden Regimen, Medien und Demokratie, politische und internationale Kommunikation und Neue Medien. 2017 erschien in der Reihe Soviet and Post-Soviet Politics and Society ihr Buch *Ukraine's Post-Communist Mass Media: Between Capture and Commercialization*.

Bibliographie:

- Clarke, S., Dondo, A., Harrison, A., und L. Huetting (2017): Freedom of Expression in the Post-Euromaidan Ukraine. PEN International. Online verfügbar unter <https://pen-international.org/app/uploads/archive/2017/09/PEN-International-Ukraine-Report.pdf>.
- Institute of Mass Information (2018): Semi-light, Twilight: (non) transparency of online media ownership. Online verfügbar unter <https://imi.org.ua/monitorings/napiivsitol-napivtsemriava-ne-prozorist-vlasnosti-internet-zmi-doslidzhennia-imi/?fbclid=IwAR1Hy8ufd6WBdSBUYDBpLnbTDQbZlptzQ2SGxRZ784s6DmYYkdfkLp6SKCQ>.
- Institute of Mass Information, Reporters Without Borders (2017): Who owns the media in Ukraine? Media ownership monitor. Online verfügbar unter <https://ukraine.mom-rsf.org/en>.
- Romanenko, N., Mykhaylyshyn, Y., Solodko, P., & Zog, O. (2016): The troll network. Texty.org.ua. Online verfügbar unter http://texty.org.ua/d/fb-trolls/index_eng.html.
- Yermolenko, V. (ed.) (2017) Words and Wars: Ukraine Facing Kremlin Propaganda. Online verfügbar unter https://issuu.com/internews-ukraine/docs/words_and_wars.
- Zhdanova, M., D. Orlova (2017) Computational Propaganda in Ukraine: Caught between external threats and internal challenges. University of Oxford: Project on Computational Propaganda. Working Paper 2017.9. Online verfügbar unter <http://comprop.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Ukraine.pdf>.