

Medien und Demokratie in Armenien

VON VICKEN CHETERIAN¹

Massenmedien dienen in unterschiedlichen Gesellschaften jeweils unterschiedlichen Zwecken. In Armenien ist die Rolle der Medien noch nicht definiert. Das ist im Grunde eine recht gute Nachricht für eine postsowjetische Gesellschaft, denn es bedeutet, dass noch Chancen für Reformen und Fortschritte offen sind. Im vergangenen Jahrzehnt haben sich die Grenzen der Medienfreiheit in bemerkenswerter Weise erweitert, und die neuen Technologien haben neues Potenzial und neue Möglichkeiten geschaffen. Doch der Mangel an Professionalität und an professionellen Standards, das Absinken des allgemeinen Bildungsniveaus und die schwache Marktorientierung der Medien stellen Hindernisse auf dem Weg der Medienentwicklung in Armenien dar.

Ein Jahrzehnt der Freiheiten

Im Laufe eines knappen Jahrzehnts hat der Mediensektor im postsowjetischen Armenien geradezu revolutionäre Veränderungen erlebt. Die Abschaffung der Zensur, die Rückkehr der Presseorgane der Diaspora-Parteien nach Armenien, die wie Pilze aus dem Boden schießenden nicht staatseigenen Zeitungen (davon derzeit etwa acht Tageszeitungen) und eine Vielzahl privater Fernsehsender haben eine Medienvielfalt geschaffen, wie sie in der Vergangenheit unbekannt war. Hinzu kommen die starke Zunahme der Anwendung digitaler Technologien und der Verbreitung von Nachrichten über Websites und E-Mail-Listen.

Doch nicht alle innerhalb der Gesellschaft Handelnden haben eine klare Vorstellung davon, was Medienfreiheit bedeutet und wozu wir sie brauchen. Dabei gehen die Vorstellungen über die Rolle der Medien nicht nur zwischen den Kreisen der Journalisten, der politischen Elite, den Wirtschaftszirkeln und den („normalen“) Bürgern der Republik auseinander, sondern auch innerhalb jeder dieser Gruppen gibt es jeweils voneinander abweichende Vorstellungen. Die Medien sind nicht in der Lage, über die brennendsten Probleme in einer Art und Weise zu berichten und sie zu diskutieren, die die Interessenlagen und Meinungen verschiedener gesellschaftlicher Kräfte wiedergeben würde, und so eine „öffentliche Meinung“ zu formen, die entweder die Regierung unter Druck setzen könnte oder aber durch Wahlen Veränderungen zustande bringen könnte.

Die repressive Rolle, die der Staat gegenüber der Medienfreiheit einnimmt, stellt keine größere Bedrohung dar, auch wenn die regierenden Eliten weiterhin versuchen, die Medien zu „zähmen“. Beispielsweise war die Unterdrückung der Daschnakzutjun-orientierten Medien unter dem früheren Präsidenten Ter-Petrosian, beginnend vom Dezember 1994, nur dreieinhalb Jahre aktuell, bis 1998. Und sogar in dieser Zeit gelang es der Daschnakzutjun, alternative Nachrichtendienste zu schaffen, wie z.B. den *Yerevan News Service*, die Tageszeitung *Hajots Aschchar* u.a.² Der Feind der Presse aber ist heute die Unterentwicklung des Mediensektors selbst.

¹ Vortrag vom 16.6.2001 in Frankfurt am Main anlässlich der DAG-Tagung „Armeniens demokratische Entwicklung - eine Bestandsaufnahme“.

² Ähnliche Entwicklungen gibt es im gesamten Südkaukasus. Beispielsweise wurde in Aserbaidschan 1993 unter der Präsidentschaft Abulfaz Eltschibejs die Zensur wieder eingeführt. Jedoch musste sie Hejdar Alijew 1998 unter internationalem Druck und dem anhaltenden Widerstand der aserbaidshianischen Journalisten wieder abschaffen.

Die gegenwärtigen Probleme der Presse

Die Schwäche der Printmedien ist ein wesentlicher Faktor, der ursächlich ist für die nur begrenzte Fähigkeit der Medien, eine allgemeine Diskussion, eine Generaldebatte, innerhalb der Gesellschaft zustande zu bringen. Auch wenn die elektronischen Medien ein wesentlich größeres Publikum ansprechen, ist doch die gedruckte Presse das Medium, in dem grundsätzliche Debatten stattfinden und das ein Nachschlagen, eine Referenz ermöglicht³. Sogar der Chefredakteur von *Azg*, Hakob Awedikian⁴, vertritt die Ansicht, dass die Massenmedien nicht mehr dazu beitragen, die öffentliche Meinung zu formen.

Tageszeitungen haben in Armenien in der Regel acht Seiten und eine Auflage von 3000 bis 5000 Stück⁵. Mit anderen Worten: Zeitungen werden lediglich von einer kleinen politisch interessierten Elite im Stadtzentrum Jerewans genutzt. Ein Grund für dieses schwache Abschneiden könnte in der Besitzstruktur der Printmedien liegen. Die meisten armenischen Zeitungen haben als Eigentümer entweder einen offen auftretenden Sponsor (eine politische Partei) oder einen versteckten Sponsor (eine politische Partei oder einen Geschäftsmann mit politischen Ambitionen). Demzufolge sind die Geschäftsleitung und die Direktion der jeweiligen Zeitung nicht bestrebt, die Leserschaft zufrieden zu stellen, um so die Auflage und damit auch den Geschäftserlös zu vergrößern, sondern lediglich eine Person oder einen kleinen Kreis gleich Gesinnter zufrieden zu stellen.

Das Syndrom der „Sponsor-Abhängigkeit“ ist in den Printmedien sehr präsent, etwas weniger im Bereich des Fernsehens und der Nachrichtenagenturen. Was die Printmedien angeht, so entstehen als Ergebnis dieser Abhängigkeit Publikationen, die vom graphischen Aspekt und was das Layout angeht, wenig attraktiv sind, und die einen starken Schwerpunkt auf den politischen Teil legen, während Meldungen aus dem sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Bereich zu kurz kommen. Darüber hinaus ist die Werbung nur wenig entwickelt, zum einen, weil die Printmedien darauf angewiesen sind, dass der „Sponsor“ das Budget ausgleicht, und zum anderen, weil es wenig Sinn macht, in einer Zeitung mit einer Auflage von nur 3000 bis 5000 Exemplaren Werbung zu platzieren.

Die Verbreitung der Printmedien in Armenien ist auch im Vergleich zur übrigen Region sehr niedrig zu bewerten. So hat z.B. die georgische Tageszeitung *Resonanzi*, die farbig gestaltet ist, eine Auflage, die zwischen 15 000 und 24 000 pro Tag variiert. *Yeni Musawat* in Aserbaidschan hat eine Auflage von 20 000 und erscheint außerdem siebenmal in der Woche.

Ein weiteres Problem ist der Mangel an professionellen Standards. Wie die meisten postsowjetischen Medien, so wird auch in der armenischen Presse kaum unterschieden zwischen Fakten und Meinungen, zwischen journalistischen Formen wie Feature oder Kommentar, und es werden nur wenig Anstrengungen unternommen, um beim Leser Überzeugungsarbeit zu leisten. Die subjektive Persönlichkeit des jeweiligen Journalisten beansprucht zu viel Platz für sich, wobei die Prognosen des „Autors“ von zentraler Bedeutung bleiben. Nachrichtenberichterstattung erfolgt oft in aggressiver, polarisierender Art und Weise, und es wird kaum Wert darauf gelegt, die Öffentlichkeit mit ausgewogenen und gut belegten Argumenten zu überzeugen. Persönliche Loyalität, die oft auch als politische missverstanden wird, diktiert so die Sichtweise des jeweiligen Journalisten.

³ Eine 30-minütige abendliche Nachrichtensendung würde gedruckt etwa eine Seite einer Zeitung von durchschnittlicher Größe ergeben.

⁴ *Hayots Aschchar*, Jerewan, 4. Mai 2001.

⁵ Den Zahlen aus diesem Jahr zufolge ist die größte Tageszeitung in Jerewan *Arawot* mit einer Auflage von 5000, während *Azg*, die als seriöseste Tageszeitung angesehen wird, eine Auflage von 3000 hat.

Das Bildungssystem und sein Einfluss auf die Medien

Die Erosion des Bildungsniveaus und das abnehmende generelle Interesse an Büchern und am Lesen hinterlassen ihre Spuren auch hinsichtlich des Niveaus der Medien. In drei Studien, die von CIMERA durchgeführt wurden, hat sich gezeigt, dass die Chefredakteure und Geschäftsführer von Medieninstitutionen in Armenien wie auch in Aserbaidschan und Georgien unzufrieden sind mit den Absolventen der Fakultäten für Journalistenausbildung⁶. Es fehle letzteren nicht nur an praktischen Fähigkeiten (z.B. wie man ein Interview führt, wie man Fakten überprüft, usw.), sondern auch an Allgemeinwissen, und sogar die Fähigkeit, sich in ihrer Muttersprache schriftlich auszudrücken, sei unbefriedigend.

In der Sowjetzeit war Journalismus etwas völlig anderes und bestand darin, den Menschen das höhere Wissen der Partei zu erklären, und nicht darin, die realen Fakten herauszufinden. Die Universitätsstrukturen, denen es an Mitteln mangelt, haben es nicht geschafft, ihre hergebrachten Verfahren zu reformieren. So wird den Journalistikstudenten jetzt eine Mischung aus vergangener Ideologie und irgendwelchen neuen Kursen, die man zustande bringen kann, angeboten. Mit den jeweiligen Lehrbüchern und Nachschlagewerken verhält es sich ebenso.

Was besonders schwer ins Gewicht fällt, ist, dass es keinen zusammenhängenden, geschlossenen Bestand an Nachschlagewerken und Archivmaterial gibt, der für die lokalen Journalisten zugänglich wäre und mit den wichtigsten Schlüsselereignissen beginnen würde. Daher ist es sehr schwierig, solide und sachliche Artikel zu schreiben, da eine solche Recherche zu viel Zeit in Anspruch nehmen würde und es entsprechende Quellen oft nur in Russisch oder Englisch gibt.

Die Diaspora

Anfang der 90er Jahre brachte die Diaspora große Veränderungen in die Medienlandschaft Armeniens. Mit *Azg*, die der Ramkavar-Partei gehört, wurde eine neue Sprache in den Journalismus eingeführt und ein neues Konzept, wie eine Zeitung präsentiert werden kann. Die Tageszeitung *Jerkir* und die Wochenzeitung *Azatomart* der Daschnakzutjun gewannen großen Einfluss, wobei *Jerkir* mit einer Auflage von 54 000 im Jahr 1993 in jener Zeit zur beliebtesten Zeitung in Armenien wurde.

Aber bisher ist es der Diaspora nicht gelungen, einen Markt zu schaffen, der etwas wirklich Neues für den armenischen Mediensektor gebracht hätte, weder was den Kauf neuer Produkte noch den Einfluss auf die Werbewirtschaft anbelangt. Der Diaspora gelang es auch nicht, ein Netzwerk von Journalisten und Korrespondenten zu schaffen - was eigentlich ein Leichtes sein sollte - und auf diese Art und Weise die armenischen Medien aus dem Provinzialismus herauszuführen. Die Ursache hierfür liegt im Mangel an Professionalität, der auch in den Strukturen der Diaspora-Medien zu finden ist. Die meisten von ihnen sind politische Organe und arbeiten nicht auf gewinnorientierter Basis. Hingegen könnte eine positive Entwicklung der armenischen Medien ihrerseits Einfluss auf die Medien der Diaspora haben.

Seltsamerweise hat die Diaspora bisher nur wenig Interesse daran gezeigt, direkt in den armenischen Mediensektor zu investieren in dem Sinne, dass ein solches Engagement nicht als politische Aufgabe, sondern als wirtschaftliche Investition gesehen würde. Die künftige Entwicklung der Medien in Armenien wird aber in nicht geringem Maße eben davon abhängen, ob Wirtschaftskreise bereit sein werden, ihr Geld in diesen Bereich zu investieren und dafür zu sorgen, dass sie in der Lage sein werden, profitabel zu arbeiten.

Tageszeitungen erscheinen an jeweils fünf Tagen in der Woche mit Ausnahme von Sonntag und Montag.

⁶ Die Studien werden in Kürze auf der Website <http://www.cimera.org> nachzulesen sein.

Schlussbemerkung: Medien und Demokratie

Wenn wir Demokratie als „Herrschaft durch das Volk“ definieren, dann muss Armenien erst noch Instrumente entwickeln, die geeignet sind, diesem Zweck zu dienen. Und die Medien sind eines dieser Instrumente. Die armenischen Massenmedien sind derzeit nicht in der Lage, die Bürger des Landes darüber zu informieren, was sich um sie herum ereignet und mit welchen grundlegenden Entscheidungen sie konfrontiert sind. Ebenso wenig sind sie in der Lage, diese Informationen und Debatten der Mehrheit der Bevölkerung zugänglich zu machen und dies in wirtschaftlich ausgerichteter Art und Weise.

Die künftige Entwicklung der Medien wird von mehreren Faktoren abhängen: Einer davon wird das Niveau der Professionalität der Journalisten, Redakteure, Chefredakteure und Medienmanager selbst sein. Ein weiterer entscheidender Faktor wird sein, ob sie fähig sein werden, ihren Leser-, Zuhörer- bzw. Zuschauerkreis in interessanter und angenehmer Weise zu informieren und neue Publikumsschichten anzusprechen, um somit auch wirkliche Werbung (nicht versteckte oder Schleichwerbung wie zurzeit) verkaufen zu können.

Aber die Entwicklung der Medien wird auch von vielen anderen Faktoren abhängen. Die Wirtschaftsentwicklung ist nur einer davon, auch wenn dessen Bedeutung meiner Meinung nach zu sehr betont wird. Die Wiederaufwertung der Bildung ist ein weiterer Faktor. Lesen sollte nicht als eine rückschrittliche Aktivität angesehen werden, sondern als eine wertvolle Anstrengung. Nur wenn die Medien einen die Massen ansprechenden Charakter annehmen, können sie ihrem Ziel (als Massenmedien) nahe kommen. Nur wenn sie einen bedeutenden Anteil der Bevölkerung erreichen, können sie eine öffentliche Meinung bilden, die dann ihrerseits wieder die Politiker beeinflussen kann. Dies ist eine Anstrengung, in die es sich zu investieren lohnt.