

II. HEUTIGES MEDIENSYSTEM

3. DIE ENTSTEHUNG DES NEUEN MEDIENSYSTEMS

3.1. Die Entwicklung des Medienmarktes (Presse, Fernsehen, Radio, Agenturen, neue Medien und Multimedia)

3.1.1. Die parallelen Medienlandschaften: auf Lettisch und auf Russisch

Am 21. August 1991 hatte der Oberste Rat Lettlands das Verfassungsgesetz zum rechtlichen Status der Republik Lettland verabschiedet¹. Damit wurde die am 4. Mai 1990 durch die Unabhängigkeitserklärung eingeleitete Übergangsperiode zur faktischen Wiederherstellung der Unabhängigkeit des Landes im Sinne des Völkerrechts und der vollen Regierungsmacht auf eigenem Territorium abgeschlossen² und der konstitutionelle Rahmen auch für das nationale Mediensystem geschaffen. 1993 fanden die ersten freien Mehrparteienwahlen des lettischen Parlaments nach der sowjetischen Herrschaft statt³, damit wurde die Verfassung der Republik Lettland im vollen Ausmaß in Kraft gesetzt⁴. Die ersten drei Jahren nach der Unabhängigkeit waren die Zeit der Schaffung der Grundlagen des lettischen Staates, erst danach konnte die kulturelle und wirtschaftliche Stabilisierung kommen. Mit dem vollen Abzug der russischen Truppen 1994 und der endgültigen Liquidierung der russischen Radaranlage (Frühwarnstation) in Skrunda 1999⁵, dem Kooperationsvertrag mit der Europäischen Union 1992, Freihandelsabkommen 1994, Europa-Abkommen 1995 und dem Beginn der erfolgreichen Beitrittsverhandlungen 2000 wurde für Lettland eine klare Perspektive eröffnet, nach der Erfüllung der sog. Kopenhagener Beitrittskriterien unmittelbar am Integrationsprozeß in Europa beteiligt zu sein⁶. Zudem entwickelt sich seit dem NATO-

¹ Dokumenti par Latvijas valsts starptautisko atzīšanu.. 1999, S. 189.

² U.a. Zunda 2001, S. 60ff.

³ Ferner dazu: Dimants 1995; *Latvijas Republikas 5. Saeimas vēlēšanas*. Th. 1. Rīga 1993; *Latvijas Republikas 5. Saeimas vēlēšanas*. Th. 2. Rīga 1993.

⁴ U.a. Blūzma et al. 1998, S. 398f.

⁵ Ebenda, S. 349ff.; Schrötter, Hans Jörg: *Das aktuelle Europa-Lexikon : Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte und Kultur*. Bergisch Gladbach : Bastei Lübbe Taschenbuch, 2002 (Bd. 60503), S. 28.

⁶ U.a. Freter-Bachnak 2001, S. 64f.; Höltschi, René: Im Bummelzug nach Brüssel? : Der wirtschaftliche und politische Stand der EU-Beitrittsanwärter („Pre-Ins“). In: *Internationale Politik* (1998), Nr. 6, S. 1ff.;

Rat in Madrid 1997 parallel auch der Integrationsprozeß Lettlands ins Nordatlantische Bündnis, wobei die gemeinsame USA-Baltische Charta von 1998 eine wichtige Rolle spielt⁷.

Der Aufbau einer stabilen, demokratischen Ordnung in Lettland, ähnlich wie in den anderen Transformationsländern, ist mit der bloßen Übertragung westlicher Einrichtungen nicht vollzogen, dieser Entwicklungsweg der Gesellschaft wird von den „kulturellen“ Faktoren – gewachsenen sozialen Strukturen und tradierten Vorstellungen von Politik und Wirtschaftshandeln – nachhaltig beeinflusst⁸. Dasselbe betrifft entscheidend die Entwicklung des Mediensystems, was zudem seit 1994, mit Ausnahme von 1995, als die lettische Bankenkrise ausbrach, von einem steigenden und hohen (7-8%) Wirtschaftswachstum und makroökonomischer Stabilität des Landes⁹ profitiert. Die Globalisierung läßt auch eine Abgrenzung in einem nationalen Informationsraum nicht zu, der Informationskonsum wird immer individueller¹⁰. Diese Entwicklung ist dabei mit einer speziellen lettischen Ambivalenz charakterisiert, nämlich – der Parallelität und Interdependenz innerer sozialer Integration auf der Grundlage der lettischen Verfassung¹¹ und der Bürgergesellschaft zur lettischen

Frankenberger, Klaus-Dieter: Wo endet Europa? : Zur politischen und geographischen Identität der Union. In: *Internationale Politik* (1998), Nr. 6, S. 21ff.

⁷ U.a. Zunda 2001, S. 68f.; Huterer, Krumrei 2001, S. 28f.

⁸ Vgl. Schröder 2001, S. 57.

⁹ U.a. Emor AS 2001, S. 158; Freter-Bachnak 2001, S. 68; Nissinen 1999. Zwischen 1991 und 1993 wurden nicht nur politische, sondern auch radikale Wirtschaftsreformen (die sog. Schocktherapie) durchgeführt, die zunächst wirtschaftlichen Niedergang (sogenanntes Transformationsloch, in Lettland bis 1995) und Geburtenrückgang eingeleitet hatten. Vgl. Skudra 2001b; Skudra, Ojārs: Sistēmtransformācija Latvijā un tās periodizācija. In: *Latvijas Vēsture* (2002), Nr. 1, S. 37-43. Dabei gingen zunächst über Lettland, ähnlich wie über Estland und Litauen, die meisten Wege der Rohstoff- und Metallkonterbande Rußlands. Der freie Geldwechsel an der nordöstlichen russischen Grenze zog die Geldwäsche an. Es entstand in den baltischen Staaten ebenso wie in Rußland tief eingewurzelte organisierte Kriminalität, die mit der Korruption offizieller Kreise verbunden war, unter Leitung von der ehemaligen Partei-Nomenklatura, KGB-Leuten und Polizeibeamten. Es unterstand der Kontrolle einflußreicherer kriminellen Autoritäten in Moskau. Vgl. Handelman 1995. Ein hoher Anteil der Schattenwirtschaft war und bleibt neben der Rechtssicherheit ein ernstes Problem der Effizienz der lettischen Verwaltung. Näher dazu Skudra 1997a, S. 212; Dimants 2001b, S. 110; Kluinis, Arnis: Noliedz iespēju godīgā ceļā tikt pie bagātības. In: *Rīgas Balss* (2000-09-05), S. 8. Die Wirtschaft ist aber maßgeblich auf die westlichen Märkten umorientiert, zum wichtigsten Außenhandelspartner wurde dadurch Deutschland. Vgl. u.a.: Latkovskis, Bens: Pozitīva tirdzniecības bilance – tikai ar trim valstīm : Paredzams, ka nākotnē importa pārsvars pār eksportu pakāpeniski samazināsies. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-02-20), S. 5.

¹⁰ U.a.: Schweigler, Gebhard: Globalisierung – eine Folge der Weltinformationsgesellschaft. In: *Informationen zur politischen Bildung* (1999), Nr. 263, S. 21ff.

¹¹ Vgl. S. 52 dieser Dissertation; Dribins 2001, S. 318ff. Von 2,4 Millionen Einwohner Lettlands waren Anfang

politischen Nation, zum Volk Lettlands einerseits und der „äußeren“ Integration des Landes in den euro-atlantischen, eigentlich westlichen Strukturen andererseits. Beides wirkt identitätsstiftend für Lettland und läßt die lettische, russische (die der großen russischen Minderheit¹²) und europäische kulturelle Identität auf einen gemeinsamen rationalen Nenner einer Wertegemeinschaft zu bringen¹³.

Von der Bildung eines gesonderten, eigenständigen Pressesystems in Lettland kann man im wesentlichen erst seit der Wiederherstellung der Unabhängigkeit sprechen, als sich der Staat als ein Modell innenintegrierter Gesellschaft bildet und gemeinsame nationale Interessen – Interessen der staatsbürgerlichen Gemeinschaft – sichtbar werden. Ebenso, wie in der Zeit der ersten Unabhängigkeit Lettlands in den zwanziger und dreißiger Jahren, sieht man das besonders gut in der Umschau außenpolitischer und sicherheitspolitischer Thematik, weil nur eine souveräne Nation von einer eigenen selbständigen Politik in diesen Bereichen sprechen kann. Eine solche Entwicklung geschieht rascher in der lettischsprachigen Presse, welche, verständlich ja, in Lettland traditionell und auch vom demographischen Standpunkt aus, die führende Rolle hat: Lettland bildete sich als ein nationaler Staat und die ethnischen Letten machen hier die Mehrheit aus. Das Hineinwachsen der strukturell und inhaltlich abgegrenzten großen russischsprachigen Minoritätspresse¹⁴ in den wiederhergestellten, demokratischen

2001 etwa 75% Staatsbürger, 24% Nichtstaatsbürger und 1% Ausländer. Vgl.: *Pilsonība Latvijā un Eiropas Savienībā : Vai Tu arī būsi Eiropas Savienības pilsonis?* Rīga : Naturalizācijas pārvalde, o.A.

¹² In 2000 waren ethnische Letten 57,7% von der ganzen Bevölkerung Lettlands, Russen – 29,6%, Weißrussen – 4,1%, Ukrainer – 2,7%, Polen – 2,0%, Litauer – 1,4%, und andere – 2,0%. Vgl. Tisenkopfs 2001. 75% von allen Nichtletten verstehen Lettisch, 94,8% von allen Letten – Russisch (in Estland verstehen dabei nur 48,6% der Nichtesten Estnisch und 77,1% der Esten – Russisch). Die Kenntnisse der gemeinsamen nationalen Sprache des Landes zeigen ständigen Wachstum auf, die der russischen Sprache werden hingegen immer kürzer. Die meisten Jugendlichen nichtlettischer Abstammung können lettisch sprechen. Vgl. Emor AS 2001, S. 155; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 26. 90% von Nichtstaatsbürgern wollen in Lettland bleiben, 56% von ihnen beherrschen lettische Sprache. Es gibt inzwischen mehr als 50 Tausend neueingebürgerter lettischen Staatsbürger. Etwa ein Viertel aller Staatsbürger Lettlands gehört den ethnischen Minderheiten an. Vgl. Dribins 2001, S. 328; Vēbers 2000, S. 38ff., Vēbers 1998, S. 248.

¹³ Dazu ferner Drulák 113ff., Dimants 2001b.

¹⁴ Auch polnische, weißrussische, litauische und jüdische Minderheiten haben ihre eigene reguläre, mit der Erscheinungszeit monatlich oder zweiwöchentlich, Periodika mit der Auflage, jeweils gesondert, 500 bis 3000 Exemplare. Seit 1993 erscheint die russische Ausgabe von “Rīgas Balss” mit einer Monatsbeilage in ukrainischer Sprache, sowie auch russische Ausgabe von Zeitung “Latgales Laiks” [Die Zeit Lettgallens] in Daugavpils mit Monatsbeilage in Weißrussisch. Vgl.: Muižnieks, Nils: *Minorities and the Media in Latvia* : A

Rechtsstaat Lettlands geschieht langsam, und ist ebenso, wie bezüglich der lettischsprachigen Presse, hauptsächlich mit der Entstehung neuer Publikationen verbunden: solcher wie der Wochenzeitung „Atmoda“ in russischer Sprache und der Tageszeitung „Biznes & Baltija“ [Das Geschäft & Baltikum] (seit 1991). Die für die ganze Gesellschaft zutreffenden Ergebnisse kann man nur auf dem Wege einer vergleichenden Forschung der beiden Medienlandschaften erzielen¹⁵.

Die inhaltlichen Veränderungen, ähnlich wie zur Zeit der Gründung des Staates, äußern sich besonders anschaulich in der beachtlichen Diversifizierung der Quellen veröffentlichter ausländischer Information – es werden aufs neue eigene ausländische Korrespondenten eingesetzt. Wenn früher als die einzige ausländische Informationsquelle die sowjetische amtliche Nachrichtenagentur TASS war, so dominieren jetzt verschiedene westliche Nachrichtendienste. LETA, bis zur Privatisierung zunächst eine staatliche Nachrichtenagentur, löste sich schon im Laufe des Jahres 1990 von der Unterordnung der größten offiziellen sowjetischen Nachrichtenagentur TASS und erneuerte Verträge mit den internationalen Nachrichtenagenturen¹⁶. Leider verlief die Zustellung der Information aus Lettland fürs Ausland im Vergleich zur ersten Unabhängigkeitszeit recht erfolglos. Die nationale Nachrichtenagentur LETA verkümmerte eine Zeitlang, die Auslandssendungen des Radio Lettlands in Fremdsprachen wurden fast eingestellt¹⁷.

Die Wende der russischsprachigen Presse Lettlands in die Modernisierungsrichtung wurde später als in der lettischsprachigen Presse sichtbar – um die Mitte der neunziger Jahre mit der Entwicklung der neuen Qualitätszeitung „Biznes & Baltija“, die hauptsächlich an die Geschäftskreise gerichtet war. Im Unterschied zu den anderen russischen Pressepublikationen wurden die Nachrichten in dieser Zeitung bedeutend mehr von der Meinungsäußerung abgetrennt¹⁸, und eine charakteristische Eigenschaft war hier die Zusammenfassung der Information in der Umschau (sogenannte Nachrichtenanalyse) und in den Auskünften (sogenannter Kasten), nicht nur eine ordentliche Informierung über die Nachrichten des Tages. Im Laufe der Zeit geschah aber eine Abweichung von den ursprünglichen Prinzipien

Research Paper for the London-based Article XIX to be incorporated into a forthcoming comparative study covering the Council of Europe countries. – Unveröffentlichtes Manuskript, S. 8f.

¹⁵ Vgl. Skudra 1997a, S. 217f.

¹⁶ Vgl. u.a. Graf 1998, S. 343.

¹⁷ Vgl. Skudra 1998, S. 399; <http://www.radio.org.lv>

¹⁸ Vgl. Šulmane, Kruks 1998, S. 34.

bezüglich der Trennung der Nachrichten von den eigenen Standpunktäußerungen, die ja in der russischen Presse Lettlands im Unterschied zu der lettischen Presse auch nicht so verwurzelt und verbreitet ist¹⁹.

Aber diese Zeitung, zumindest in Grundzügen, ebenso wie die später (1997) gegründete populäre Tageszeitung „Čas“ [Die Stunde] und die elitäre Tageszeitung „Telegraf“ [Der Telegraph] (seit 2001, früher als „Respublika“ [Die Republik] seit 1998), produziert ja nicht eine feindliche Stimmung gegen die rechtlichen Grundlagen Lettlands²⁰, obwohl natürlich nicht nur linguistische, sondern auch interessenbedingte, semantische und kulturell-soziale Unterschiede zur lettischsprachigen Presse bleiben. Dagegen die von der sowjetischen Presse direkt herüberkommenen russischsprachigen Publikationen „Vesti segodnja“ [Die Nachrichten heute], die früher als Tageszeitung der kommunistischen Jugend „Sovetskaja molodež“ bekannt war, und „Panorama Latvii“ [Das Panorama Lettlands] – die ehemalige Tageszeitung der kommunistischen Partei „Sovetskaja Latvija“, hindern mit ihrer Orientierung an Rußland²¹ die Russen in großem Maße bei der Integration ins Volk Lettlands. Diese Zeitungen entfachen revanchistische Illusionen und exploitierten Gefühle und psychologische Probleme ihrer Leser, welche ja nach dem Verlust der dominierenden Stellung hinsichtlich der Sprache und teilweise auch der realen Macht entstanden sind.²²

Doch auf dem Markt der russischen Presse Lettlands gewinnen schon allmählich die neuen, nicht mehr die postkommunistischen Zeitungen Oberhand²³. Somit kann man schlußfolgern,

¹⁹ Vgl. u.a. Šulmane, Kruks 1998, S. 39, 61; Viņņika, Irina: Sabiedrības informācijas līdzekļi Latvijā : iespējas un pieejas pilsoniskās sabiedrības veidošanā. – Als Manuskript vervielfältigt für die von Nationalem Komitee der UNESCO, Bildungs- und Wissenschaftsministerium und der Soros-Stiftung in Lettland veranstalteten Konferenz zur zivilen Kultur in Mittel- und Osteuropa am 19. - 21. November 2001 in Riga, S. 3. Dabei ist aus der modernen westlichen Sicht diese Mischung aus Berichterstattung und Kommentar für jede Form des seriösen Journalismus inakzeptabel. Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 53.

²⁰ Vgl. Zepa 2000, S. 180; Tīrgus un sociālo pētījumu centrs Baltijas Datu nams 1998, S. 21.

²¹ Vgl. Šulmane, Kruks 1998, S. 86.

²² Vgl. Dribins 2001, S. 319; Viņņika, Irina: Sabiedrības informācijas līdzekļi Latvijā : iespējas un pieejas pilsoniskās sabiedrības veidošanā. – Als Manuskript vervielfältigt für die von Nationalem Komitee der UNESCO, Bildungs- und Wissenschaftsministerium und der Soros-Stiftung in Lettland veranstalteten Konferenz zur zivilen Kultur in Mittel- und Osteuropa am 19. - 21. November 2001 in Riga, S. 3f.

²³ So erlebten „Čas“ und „Biznes & Baltija“ im Januar 2002 wieder ein Wachstum der Abonnentenzahl im Vergleich zum Vorjahr, „Panorama Latvii“ und „Vesti segodnja“ hingegen einen Verlust. Vgl.: *Lauku Avīze* (2002-01-03), S. 3. Die am meisten gelesene russische Tageszeitung Lettlands ist seit 1999 nicht mehr

daß auch die russische Presse, nach ökonomisch bedingtem fast vollständigem Rückzug der Moskauer Presse aus dem „nahen Ausland“²⁴ die neuen Bedürfnisse des eigenen Leserkreises berücksichtigend, allmählich in die politische Nation Lettlands Wurzeln schlägt. Insgesamt zeigt aber die russischsprachige Presse des Landes eine Entfremdung gegenüber dem lettischen Staat und läßt sich etwas provinziell von den Positionen Rußlands leiten, was sich in den Proportionen jeweiliger Nachrichten und Meinungen (mehr aus Rußland als von den Russen Lettlands selbst und von der Mehrheit der lettischen Gesellschaft) äußert und zur Entstehung zwei getrennter Informationsräume in Lettland – nicht nur sprachlich in Lettisch und Russisch, sondern auch ideologisch und politisch, – geführt hat²⁵. Somit wirken die Medien eher polarisierend, statt zur gesellschaftlichen Integration beizutragen.

In diesem Zusammenhang ist es bezeichnend, daß die Tageszeitungen „Biznes & Baltija“, „Čas“ wie auch die Wochenzeitung „Subbota“ [Der Samstag] (seit 1994) – die letzteren zwei werden von dem bedeutendsten russischen Presseunternehmen Lettlands, dem Verlagshaus „Petits“ veröffentlicht²⁶, und die Wochenzeitung „Vesti“ ebenso wie „Diena“ und „Lauku Avīze“ eine verhältnismäßig große Anzahl von Lesern der jüngeren Generation hat. „Panorama Latvii“ und „Vesti segodnja“ ihrerseits, ebenso wie die lettischsprachige Tageszeitung „Neatkarīgā Rīta Avīze“ [Die unabhängige Morgenzeitung] und „Rīgas Balss“, sind zumindest bis jetzt am meisten bei älteren Lesergruppen beliebt.²⁷

„Sovetskaja Latvija“, sondern „Čas“. 1993 - 1997 waren es „SM segodnja“ und „SM“ – die Vorgängerinnen von „Vesti segodnja“. Vgl. Emor AS 2001, S. 36. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 65. Zur größten Tageszeitung wurde im Frühling 2001 aber wieder „Vesti segodnja“ mit einem aggressiven Boulevardstil. Vgl.: Eremenko, Viktor: *Novyje lidery ruskoj pressy*. In: *Kommersant Baltic* (2001), Nr. 21, S. 30f.

²⁴ Vgl. Hübner 1995a, S. 5. Dennoch wurden im Staatshaushalt Rußlands für 2001 ganze 200 Millionen Rubel für die Finanzierung der russischsprachigen Presse in den baltischen und GUS-Staaten vorgesehen, die mit großer Wahrscheinlichkeit nach Lettland, z.B. für die „Panorama Latvii“, geflossen hatten. Vgl.: Širovs, Pāvels: *Krievija, iespējams, finansēs presi Baltijas valstīs*. In: *Diena* (2000-10-25), S. 1, 7. In Riga wird auch nach wie vor die Moskauer Sportzeitung „Sport - Ekspres“ gedruckt.

²⁵ Vgl. Šulmane 1999, S. 1f., 6; Henning, Strupišs 1996, S. 80.

²⁶ Mit 780 000 Leser pro Ausgabe war dieser Konzern 2000 der zweitgrößte Zeitungsverleger im Baltikum hinsichtlich der Breite der Leserschaft. Der zweite große russische Pressekonzern Lettlands GmbH „Izdevniecības nams Fenster“, der unter anderem „Vesti segodnja“, populäre Wochenzeitung „Vesti“ [Die Nachrichten] und auch lettische Frauenwochenzeitschrift „Aija“ herausgibt, liegt dabei auf dem vierten Platz mit 587 000 Leser. Vgl. Emor AS, S. 34; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 68.

²⁷ Vgl. Emor AS, S. 35f.; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 63f; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 72; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 76f.; Baltic Media

1991 zeigte sich eine neue Tendenz – die vorhandenen Periodika beschäftigten sich verstärkt mit Fragen des Unternehmertums²⁸. Das Qualitätsniveau der Tageszeitung „Biznes & Baltija“ hat einen direkten Einfluß auf das Niveau der lettischen Presse ausgeübt, und konkret – auf die Qualitätserhöhung der ebenso relativ neuen und einzigen Zeitung der lettischen Geschäftskreise „Dienas Bizness“ [Das Tagesgeschäft] (seit 1992), insbesondere hinsichtlich der Umschaubeiträge und der ausländischen Information. Sehr offensichtlich kam das zum Ausdruck, nachdem die Zeitung „Biznes & Baltija“ eine Zeitlang einmal wöchentlich die lettisch verfasste Ausgabe des Digesttypus hatte. Hier wurden die wichtigsten Publikationen der russischen Ausgabe der Zeitung zusammengefasst.

Eine solche Wechselwirkung der lettischen und russischen Qualitätspresse wäre eine gute Grundlage für die Bildung des Einklanges zwischen den einflußreichsten oder Elitekreisen beider ethnischen Gruppen, weil für diese Presse keine populistische Argumentationsweise charakteristisch ist²⁹, – dann könnten auch ernsthafte Debatten für eine erfolgreiche Lösung verschiedenster Problematik entstehen. Darum ist zu bedauern³⁰, daß „Diena“ mit dem Jahr 2000 das Herausgeben der Zeitung in der anderen – russischen – Sprache eingestellt hat. Auch „Rīgas Balss“ stellte ihre russische Ausgabe aus wirtschaftlichen und kulturellen Gründen ein, denn eine vorwiegend übersetzte Zeitung konnte auf dem Markt nicht standhalten, und seit 2002 erscheint die eigenständige Abendzeitung „Večernjaja Rīga“ [Abendliches Riga] als ihre Fortsetzung.

Sowohl in der lettischen als auch in der russischen Presse sind die sogenannten Boulevardzeitungen erneuert. Dazu gehören die lettisch veröffentlichte Tageszeitung “Vakara Ziņas” [Die Abendnachrichten] (seit 1992), die nach einer Blütezeit Mitte der neunziger Jahre in der letzten Zeit verkümmert³¹, und die seit Mitte der neunziger Jahre am meisten gelesene

Facts 1996, S. 52; Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 46f.

²⁸ Vgl. Briksche 1994, S. 153.

²⁹ Vgl.: Hanov, Denis: Rol' russkoj pressy v sozdanii russkoj identičnosti v sovremennoj Latvii – utračennaja identičnost'. In: <http://www.politika.lv/index.php?id=102559&lang=lv>

³⁰ Vgl. Zepa 2000, S. 181. Die Leserschaft der parallelen russischsprachigen Ausgaben von „Diena“ und „Rīgas Balss“ war deutlich positiver eingestellt gegenüber Integration der Nichtstaatsbürger in die lettische Gesellschaft als die übrigen Leser der russischen Presse Lettlands.

³¹ 1995 hatte “Vakara Ziņas” mehr Leser unter Letten als “Diena”, noch 1997 war es nach dieser Leserzahl auf Platz drei. Danach kam es zum Rückgang, „Diena“ überstieg gleichzeitig “Lauku Avīze”. Vgl. Baltic Media

russische Wochenzeitung „Subbota“³². Phänomenal sind auch die jahrelangen Erfolge der russischen Werbezeitungen „Reklama“ [Die Werbung] (seit 1992, bis 1997 „SM reklama“) und „Rīgas Santīms“ [Rigaer Santim] (seit 1994)³³. Die letztere wird kostenlos ins Haus geliefert.

Die besonderen Erfolge der russischen Boulevard- und Werbepresse – auf dem Hintergrund der Fehlschläge der Qualitätspresse – zeugen dabei davon, daß es zwischen dem lettischen und dem russischen Leserkreis recht bemerkenswerte Kulturunterschiede hinsichtlich der Zeitungslektüre und Auffassung der Zeitungen bestehen. In dieser Beziehung sind Letten im Vergleich zu Russen Lettlands im allgemeinen konservativer, ernsthafter, und sie interessieren sich mehr in Zeitungen für Politik und eine qualitative Information. Gerade die ernsthaften lettischen Zeitungen „Diena“ und „Lauku Avīze“ haben seit Jahren die größten Auflagen und die größte Anzahl der Leser³⁴. Dagegen ist die Fernsehnutzung der lettischsprachigen Bevölkerung höher als die der russischsprachigen³⁵. Die russischen Leser wenden sich auch mehr den Wochenzeitungen und weniger der politischen Tagespresse zu³⁶. Damit äußern sich nicht nur inhaltliche, sondern auch strukturelle Unterschiede der russischsprachigen Presse der lettischsprachigen gegenüber. Recht erfolgreich sind seit Mitte der neunziger Jahre auch die russischen Frauenzeitschriften Lettlands: Monatszeitschrift „Lilit“ [Lilit] (seit 1992) und Wochenzeitschrift „Lublu“ [Ich liebe] (seit 1998)³⁷.

Facts Ltd 1996, S. 52; Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 46; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 76; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 71; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 63; Emor AS 2001, S. 34; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 70.

³² 2000 hatte man 170 000 Leser gegenüber 363 000 von „Diena“. 1995 war die meistgelesene noch „SM segodnja“, gefolgt von „Subbota“. Vgl. Emor AS 2001, S. 31; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 62; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 75; Baltic Media Facts Ltd 1996, S. 51.

³³ Vgl. u.a. Emor AS, S. 38; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 74.

³⁴ 1999 hatte „Diena“ mit 73 000 Exemplaren erstmals eine größere Auflage als „Lauku Avīze“ mit ihren 72 000 Exemplaren. Dennoch überstieg „Lauku Avīze“ 2000 mit 70 000 Exemplaren die Auflage von „Diena“ – 66 000 Exemplare. Die Leserschaft von „Diena“ war sowieso um mehr als 100 000 größer. Vgl. u.a. Emor AS, S. 32f. Zum Anfang 2002 hatte „Lauku Avīze“ 71 000 Abonnenten, „Diena“ – 40 000, gefolgt von „Neatkarīgā Rīta Avīze“ mit 30 000. Vgl.: *Lauku Avīze* (2002-01-03), S. 3.

³⁵ Emor AS 2001, S. 70.

³⁶ 61-60% der Leser der Tageszeitungen waren 1999 und 2000 Letten und 39-40% Nichtletten, die der Wochenzeitungen hingegen jeweils 48% und 52%. Vgl. Emor AS 2001, S. 39. 77% von Letten und 63% von Nichtletten lesen die Tagespresse und jeweils 50% und 66% die Wochenzeitungen. Vgl. Emor AS 2001, S. 38.

³⁷ U.a. Emor AS 2001, S. 51ff. Die russische Version der neuen lettischen Frauenzeitschrift „Santa“, die noch 1995 dominierend war, wurde nach 1997 von dieser Konkurrenz ausgeschaltet. Vgl. Baltic Media Facts Ltd

Die Interessen der russischen Leser im Medienkosum Lettlands werden offensichtlich im allgemeinen von einer niedrigeren Integrationsstufe in die Gesellschaft Lettlands beeinflusst. Die eingewanderte russischsprachige Bevölkerung war, ähnlich wie in Estland, mit der gemeinsamen Lesetradition nicht verbunden³⁸. Ein wichtiges Moment in diesem Sinne ist ein im Vergleich zu Letten bedeutend häufigeres Zuwenden der Russen Lettlands den Fernsehprogrammen Rußlands³⁹. Dennoch gibt es auch hier eine positive Tendenz: etwa 15% der Fernsehzeit widmeten die Nichtletten 1999 dem lettischen privaten Fernsehen LNT⁴⁰ (es sendet seit 1996 über das dritte nationale Sendernetz, wo seit 1993 das russische Fernsehen ORT ausgestrahlt wurde; die Vorfahren des Senders ORT hießen Zentrales Fernsehen und Ostankino TV und wurden über das zweite lettische Sendernetz ausgestrahlt⁴¹). Noch im Herbst 1992 sendete das Lettische Fernsehen in Lettland nur 55 Stunden pro Woche, hingegen das Ostankino TV 90 Stunden und das Russische Fernsehen 110 Stunden⁴². Seit dem hat sich die Fernsehzeit der Zuschauer für das Ostankino TV bzw. ORT von 33% 1994 und 38% 1995 auf 9% im Jahr 1999 reduziert⁴³.

1996, S. 96f.; Baltic Media Facts 1997, S. 111.

³⁸ Vgl. Vihalemm 2001, S. 110.

³⁹ Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 149, 156. Die Wochenzeitungen „Subbota“ und „Vesti“ sind auch die einzigen von der russischen Presse Lettlands, die jeweils mit Auflagen von 52 000 und 43 000 Exemplaren die Grenze der 30 000 Exempare übersteigen, die entscheidend ist, um als Unternehmen auf dem lettischen Pressemarkt erfolgreich zu sein. Vgl. Dupuis 2000, S. 71; Emor AS 2001, S. 32.

⁴⁰ Demgegenüber – nur 4% dem Lettischen Fernsehen. Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 156. Dabei wendet sich das zweite nationale Programm des Lettischen Fernsehens (LTV2), was über das zweite nationale Sendernetz seit 1993 ausgestrahlt wird, mit 20% von der Sendezeit an die Minderheiten: russisch gibt es u.a. in sechs Tagen pro Woche 14 Minuten Nachrichten und einmal pro Woche eine längere (24 Minuten) informative Sendung. Vgl.: Viņņika, Irina: Sabiedrības informācijas līdzekļi Latvijā : iespējas un pieejas pilsoniskās sabiedrības veidošanā. – Als Manuskript vervielfältigt für die von Nationalem Komitee der UNESCO, Bildungs- und Wissenschaftsministerium und der Soros-Stiftung in Lettland veranstalteten Konferenz zur zivilen Kultur in Mittel- und Osteuropa am 19. bis 21. November 2001 in Riga, S. 2. 2002 ist eine Ausdehnung dieser Sendungen in russischer Sprache vorgesehen. Vgl.: Arāja, Dita: Iecerētās pārmaiņas LTV ziņās krievu valodā raisa žurnālistu un vadības konfliktu. In: *Diena* (2002-04-29), S. 5. Die Aktiengesellschaft LNT (Latvijas Neatkarīgā Televīzija – Unabhängiges Fernsehen Lettlands) verfolgte eine erfolgreiche Marktstrategie, die zu einem bedeutenden Teil auf billigen Einkäufen in Rußland basierte und so die Möglichkeit schuf, ehemalige Zuschauer des Moskauer Fernsehens für LNT zu gewinnen. Vgl. Skudra 1998, S. 400.

⁴¹ Vgl. Hübner 1995b, S. 4; Skudra 1998, S. 399; Skujiņš 1996, S. 176f.

⁴² Skujiņš 1996, S. 171.

⁴³ Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 113; Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 132; Baltic Media Facts Gallup Media

Das vierte Programm des Radio Lettlands (Latvijas Radio 4) sendet mit einem hohen Anteil in russisch⁴⁴. Es ist ein gemischtes Programm mit Magazinsendungen, Nachrichten und Unterhaltung. Die morgendliche Sendung „Domskaļa pļācne“ [Der Domplatz] erweckt viel Aufmerksamkeit, insbesondere weil hier auf die Interessen des russischen Bevölkerungsteils eingegangen wird, und viele Probleme des Alltags angesprochen werden⁴⁵. Es gibt auch mehrere andere recht erfolgreiche, private russische Rundfunksender in Lettland: Radio SWH+, Radio PIK 100 FM, Radio 102,7 Mix FM u.a.⁴⁶ Zu den am meisten besuchten Internet-Portalen Lettlands gehört seit 2000 auch www.rus.delfi.lv in russischer Sprache⁴⁷.

Es stellt sich notwendigerweise die Frage zur Integrationsfunktion der lettischen Medien⁴⁸. Ein gangbarer Weg wäre der Kampf lettischsprachiger Presse um die nichtlettischen Leser, obwohl es in der Tat keine Tendenzen zur Reduzierung des russischsprachigen Medienpublikums gibt und damit auch für die eventuelle doppelte Einsparung der Ressourcen der Werbetreibenden⁴⁹. Dennoch lesen nach Angaben der soziologischen Firma „Baltijas Datu nams“⁵⁰ schon seit 1997 39% der Bevölkerung Lettlands ohne lettische Muttersprache die lettischsprachigen Zeitungen. Die populärsten sind dabei „Diena“ (18%⁵¹), lokale Zeitungen (14%), auch „Rīgas Balss“ (5%). Etwa 70% der Nichtletten schauen das lettischsprachige Fernsehen, darunter Nachrichten (30%), insbesondere das traditionelle Nachrichtenprogramm „Panorāma“ [Das Panorama] des Lettischen Fernsehens (23%), und

(Balti Meediateabe AS) 2000, S. 155.

⁴⁴ Z.B. 1998 waren es 36,5 Stunden pro Woche Informations- und Kulturprogramme für Nichtletten (75,3% Russisch, 7,6% in anderen 12 Sprachen, 12,1% Musik). Vgl. Skudra 1998, S. 398.

⁴⁵ Die Nichtletten hören nicht viel weniger – bis 5,4% – auch die ersten zwei Programme Radio Lettlands in lettischer Sprache an. Vgl. Dupuis 2000, S. 41; Emor AS 2001, S. 112.

⁴⁶ Vgl. u.a. Emor AS 2001, S. 104f., 112.

⁴⁷ Vgl.: Lisovskis, Normunds: Bagātību sala. In: *Kapitāls* (2000), Nr. 11, S. 15 ; Feders, Gints: Populārāko interneta adresu saraksta galvgalī – portāli. In: *Diena* (2001-02-19), S. 16.

⁴⁸ Vgl. Kruks 2000b; Kruks 2001b; <http://www.lu.lv/szf/faili/Stereotipi.pdf>

⁴⁹ Vgl.: Hiršfel'd, Sergej ; Ulsts, Kaspar : Pressa s karakterom : Gendirektor Baltic Media Facts Latvia znaet latvijskij media bol'še drugij. In: *Telegraf* (2002-03-27), S. 5; Šabanovs, Aleksandrs: Jābūt krievu advokatūrai latviešu valodā. In: *Diena* (2002-04-29), S. 2.

⁵⁰ Unveröffentlichte Forschungsergebnisse nach dem Auftrag des Staatlichen Programms für Lettischunterricht (LVAVP) 2000.

⁵¹ Diese Zahl ist seit 1994 und 1995 von jeweils 7% und 3,1% erheblich gewachsen. In der Leserstruktur von „Diena“ waren es schon damals 16,1% und 9,4%. Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 69; Baltic Media Facts Ltd 1996, S. 61.

Filme (30%). Mehr als 30% hören den lettischsprachigen Hörfunk an. Seit 1997 ist die Popularität der lettischsprachigen Zeitschriften bei den Nichtletten von 19% auf 26% gestiegen, besonders die der Frauenzeitschriften. Außerhalb der Hauptstadt ist "Lauku Avīze" verhältnismäßig populär⁵². Es zeigt das Wachstumspotential der lettischen Presse, was allerdings von zwei Faktoren in Abhängigkeit geraten ist: erstens, vom allmählichen Erlernen lettischer Sprache seitens der russischsprachigen Bevölkerung, wobei Fernsehen und Internet in lettischer Sprache besonders behilflich sind, und, zweitens, von der meist fehlenden bewußten und zielgerichteten, analytischen und investigativen journalistischen Problematisierung der gemeinsamen Integration ins Volk Lettlands, mit Einbeziehung der Meinungen der Nichtstaatsbürger und überhaupt des russischsprachigen Teils der Gesellschaft seitens lettischsprachiger Medien⁵³. Auch positive Selbstidentifikatoren des Individuums zu Lettland und identitätsstiftende Symbole Lettlands sind von den Medien zuwenig angeboten worden⁵⁴. Offensichtlich brauchen die lettischen Medien in dieser Hinsicht mehr Kompetenz, um ihrer öffentlichen Integrationsaufgabe gerecht zu werden, denn in der Realität ist die Gesellschaft schon tiefer integriert, als es sich in den Medien widerspiegelt⁵⁵.

3.1.2. Der Verlauf und die Ergebnisse der Privatisierung

Einen Wendepunkt in der Entwicklung der Presse Lettlands markierte die Besetzung – die gewaltsame Übernahme – des Pressehauses in Riga Anfang Januar 1991, was eine langhaltende Kontroverse zwischen Regierung und der kommunistischen Partei in bezug auf die Eigentumsrechte am Pressehaus derzeit beendete⁵⁶. Paradox, aber gerade die Besetzung

⁵² Šulmane, Kruks 1998, S. 34.

⁵³ Vgl. Šulmane 1999, S. 6; Šulmane, Kruks 1998, S. 33f., 36; Markina, Irina: Prese – kurlo dialogs : Recenzija par pētījumu „Stereotipi Latvijas presē“. In: <http://www.politika.lv/index.php?id=102125&lang=lv> So widmen die Medien nur seit 1997 mehr Aufmerksamkeit der Einbürgerung.

⁵⁴ Šulmane, Kruks 1998, S. 34, 37.

⁵⁵ Vgl. u.a. Zepa 2000, S. 165f., 175ff.; Tīrgus un sociālo pētījumu centrs Baltijas Datu nams 1998, S. 4, 20ff.; Šulmane, Kruks 1998, S. 36, 40f.

⁵⁶ Vgl. S. 122 dieser Arbeit. Im Gegenzug zum Beschluß des Ministerrates der Republik Lettland vom 10. Juli 1990, der die Ausführung des entsprechenden Beschlusses des Obersten Rates der Republik vom 30. Mai 1990, d.h., die Umwandlung des Zeitungs- und Zeitschriftenverlags, eines Monopolbetriebes der Kommunistischen Partei Lettlands, in eine staatliche Aktiengesellschaft vorsah, versuchte die KPL mit Hilfe der Spezialeinheiten der Miliz (OMON, d.h., spezielle Truppen des sowjetischen Innenministeriums) ab 27. September 1990 bis zum August-Putsch 1991 die Durchführung dieses Beschlusses zu verhindern. Hinter diesen Aktionen der KPL standen eigentlich die Machtstrukturen Moskaus. Im Pressehaus befand sich damals der Verlag des

des Pressehauses, die nach der Konzeption der Veranstalter auf das Bewahren der kommunistischen Macht, d.h. diejenigen der UdSSR, gerichtet war, hat das ehemalige, sowjetische Pressesystem Lettlands, die Pressestruktur eingeschlossen, zerstört und auch die Gewohnheiten des Leserpublikums an „seine Zeitung“ geändert. Die Hauptsache – die ehemaligen Tageszeitungen der kommunistischen Partei und der kommunistischen Jugendorganisation, solche wie „Neatkarīgā Cīņa“ und „Latvijas Jaunatne“, gerieten in größere wirtschaftliche Schwierigkeiten als „Diena“ bis zu ihrer Privatisierung. Im Januar 1991 wurde die ganze Printmedienlandschaft in eine außergewöhnliche Lage gebracht. Es fehlte an der beschlagnahmten Technik und an Redaktionsräumen. Es erschienen praktisch keine landesweiten Zeitungen, abgesehen von einigen wenigen Ausnahmen wie „Diena“ und „Atmoda“, die, in der Regel gratis, auf den Straßen verteilt wurden. Was weiterhin im Pressehaus gedruckt wurde, waren Publikationen der kommunistischen Partei, die sich auf per Fax eingehende sowjetische Blätter stützten. Tageszeitungen erreichten ihre Leser nur noch zwei- bis dreimal in der Woche. Für die Tageszeitungen eröffneten sich erst Ende April bzw. im Mai wieder normale Druckmöglichkeiten, so daß sie wieder im alten Format, dem alten Umfang und der alten Häufigkeit erscheinen könnten.⁵⁷

So wurden die Presseausgaben zu den ersten Unternehmen in Lettland, die die Schocktherapie der freien Marktwirtschaft hinnehmen mußten, denn die Besetzung des Pressehauses hat die Redaktionen zur sofortigen Aufnahme der selbständigen Geschäftstätigkeit außerhalb des Pressehauses angeregt. Als ab 1991 Preisbindungen im Rahmen der Wirtschaftsreform aufgehoben wurden, mußte die Presse die stark steigenden Kosten an die Leser, die ihrerseits sinkende Reallöhne zu verkraften hatten, weitergeben. Nach der Anerkennung der unabhängigen Republik Lettland im August 1991 war für den Pressebereich zuerst am wichtigsten, daß das Pressehaus wiedererlangt wurde. Es entwickelte sich eine neue Pressestruktur und es entstanden neue Beziehungen zwischen Medien, Staat und Publikum.

Leider, teilweise gerade in Folge der Besetzung des Pressehauses, unterblieb auch ein normaler, gesunder Privatisierungsprozeß der von dem Verlag der kommunistischen Partei veröffentlichten Pressepublikationen, wie das z.B. in der ehemaligen DDR von der

Zentralkomitees der KPL. Hier befanden sich die Redaktionen der meisten Zeitungen und Zeitschriften, und wurden alle wichtigsten überregionalen Presseausgaben herausgegeben. Im Rigaer Pressehaus funktionierte auch derzeit die beste Druckerei der lettischen Presse – die einzige Zeitungsdruckerei mit dem Offsetdruck für Großformat. Vgl. Skudra 1997a, S. 207.

⁵⁷ Vgl. Briksche 1994, S. 150; Mjartāns 1992, S. 20.

Treuhandanstalt⁵⁸ und auch in Polen⁵⁹ aufgrund der Anmeldungen seitens der Privatisierungsprätendenten geleistet wurde. In Lettland dagegen gab es keine Ausschreibungen für etwaige Investoren⁶⁰. Die derzeitigen Mitarbeiter der Redaktionen, vor allem die Redaktionsleiter, „übernahmen“ einfach (im russischen Sprachgebrauch: „prichvatisierten“ – statt „privatisierten“), ohne besonderes Gesetz das in Jahrzehnten geschaffene wertvolle Eigentum – die Pressepublikationen zusammen mit deren Abonnenten und Käufer. Diese Übernahme wurde durch die Gründung der GmbH so geleistet, daß bestimmte Personen „ihre Stellung nicht verliessen“ und auf solche Weise blieben im wesentlichen die alten Strukturen der sowjetischen Zeit erhalten. So war seit 1991 unter den ersten privaten GmbHs im Medienbereich die frühere russische Komsomolzeitung „SM“ (später „Vesti segodnja“)⁶¹. An der GmbH „Redaktion der Zeitung SM“ war dann ab Frühjahr 1994 auch die in Großbritannien registrierte Firma „Yanston Holdings Limited“ maßgeblich beteiligt (zunächst mit 48%, dann mit 59%), der direkte Kontakte zu der ins Zwielicht geratenen Firma „Nordex“ des ehemaligen Vizerektors der sowjetischen Universität Lettlands in Riga und postsowjetischen Großunternehmers Grigorij Lučanskij nachgesagt wurden⁶².

Die GmbH „NC“, die zunächst die Tageszeitung „Neatkarīgā Cīņa“ und dann „Neatkarīgā Rīta Avīze“ [Unabhängige Morgenzeitung] herausgab, wurde 1992 registriert⁶³. Die letztere entstand als Zusammenschluß von „Neatkarīgā Cīņa“ und der Tageszeitung „Labrīt“ [Guten Morgen] (1993 - 1995), der ehemaligen „Latvijas Jaunatne“ (seit 1992 GmbH mit Teilnahme des in Lettland registrierten deutschen Presseverlags „Baltika“⁶⁴), als das ambitionierte Projekt von „Labrīt“ Mitte der neunziger Jahre fehlschlug. Dieser erste ernste Versuch, der Zeitung „Diena“ eine Konkurrenz zu leisten, mißlang in großem Maße deshalb, weil die Zeitung keinen verantwortungsbewußten und professionellen Verleger hatte und das Geld für die Herausgabe aus verschiedenen Fremdunternehmen „gesammelt“ wurde. Einen ähnlichen Prozeß durchlief die Boulevardzeitung „Vakara Ziņas“, die zunächst von der GmbH „BMMC“ herausgegeben wurde, woran die damaligen Staatsbetriebe Schiffahrtsgesellschaft

⁵⁸ Vgl. Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 1999, S. 238; Chill, Hanni ; Meyn, Hermann: Vielfalt und Aufgaben der Printmedien. In: *Informationen zur politischen Bildung* (1998), Nr. 260, S. 24f.

⁵⁹ Hadamik 2001, S. 152.

⁶⁰ Auch in Ungarn privatisierten sich ehemals staatliche Publikationen „spontan“. Vgl. Hadamik 2001, S. 152.

⁶¹ Vgl. Skudra 1997a, S. 208.

⁶² Ebenda.

⁶³ Ferner dazu ebenda, S. 210.

⁶⁴ Vgl. Hoyer, Lauk, Vihalemm 1993, S. 248.

Lettlands, Schiffahrtsgesellschaft Rigas, Transportflotte Rigas, Handelshafen Ventspils sowie die private GmbH „Artava“ teilnahmen⁶⁵.

Ähnliche Vorgänge sind auch mit den lokalen (regionalen) Zeitungen verbunden. Schon um 1990 waren alle Lokalzeitungen ihre offiziellen Herausgeber losgeworden – die lokalen Parteiorganisationen und die Sowjets⁶⁶. Diese Zeitungstitel wurden teils schon vorher von z.B. „Padomju Zeme“ [Sowjetisches Land], „Sarkanais Karogs“ [Rote Fahne], „Komunists“ [Der Kommunist] auf neue oder ältere (aus der Zeit der ersten Unabhängigkeit) geändert, die mehr mit Ortsnamen verbunden sind, wie „Saldus Zeme“ [Das Land Saldus], „Ziemeļlatvija“ [Nordlettland] und „Kurzemes Vārds“ [Das Wort Kurlands]⁶⁷.

Die Privatisierung solcher Art verlängerte beachtlich den Umbau der Presse Lettlands sowohl hinsichtlich des Inhalts der Publikationen, wodurch die Modernisierung der ganzen Gesellschaft behindert wurde, als auch hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung, weil es nicht selten dazu kam, daß diese Unternehmen und deren Mitarbeiter wirtschaftliche und soziale Erschütterungen und Wechsel der Besitzer durch Verkauf und Fusion erleben mußten – wegen des Geld- und Wissensmangels vermochten öfters diese Privatisierer unter den neuen Umständen nicht konkurrieren. Es fehlte an moderner technischer Ausstattung und an Kenntnissen kapitalistischer Marktstrategien und Unternehmensführung. Als eine Ausnahme von den überregionalen Ausgaben ist dann einzig die ehemalige kommunistische Wochenzeitung „Lauku Avīze“ zu betrachten. Diese Zeitung wird von der GmbH (seit 2002 AG) mit demselben Namen herausgegeben. Diese Ausnahmestellung ist dadurch zu erklären, daß der Anfang der Veröffentlichung mit dem Januar 1988 datiert und die Privatisierung von denselben Eigentümern des in der Zeitungsgründung investierten intellektuellen Kapitals geleistet wurde. Beachtlich besser dank ihrer traditionellen Monopolstellung auf entsprechenden Gebieten ging es wohl den lokalen (regionalen) Zeitungen. An der größten lettischen Lokalzeitung „Jūrmala“ beteiligte sich nach der Privatisierung auch der schwedische Verlag „Vestmanlands Län Tidnings AB“ zu 15%⁶⁸.

So wurde in Lettland verstärkt mit der ausländischen Hilfe privatisiert, und besonders die

⁶⁵ Vgl. Skudra 1997a, S. 212.

⁶⁶ Vgl. Briksche 1994, S. 145; Hoyer, Lauk, Vihalemm 1993, S. 244.

⁶⁷ Vgl. u.a. Hoyer, Lauk, Vihalemm 1993, S. 231.

⁶⁸ Graf 1998, S. 349.

Präsenz nordeuropäischer Medienkonzerne ist auffallend im Baltikum⁶⁹. Die Zeitung „Diena“ privatisierte man entsprechend den Beschlüssen vom Obersten Rat und von der Regierung über die Privatisierung des Staatsunternehmens der Zeitung „Diena“ im Oktober 1992⁷⁰. Zum Verleger wurde dann die Aktiengesellschaft „Diena“, die von der Abendzeitung „Expressen“ („AB Kvällsidningen Expressen“ im schwedischen Konzern „Tidnings AB Marieberg“, was zu 76% der Familie Bonnier gehört⁷¹) der schwedischen Bonnier-Gruppe kontrolliert wird: zuerst mit 49%, da es damals laut Gesetz in einer Aktiengesellschaft nicht mehr für Ausländer erlaubt war, und seit 1999 mit 51% der Aktien. 51% der Anteile gingen zunächst an die Beschäftigten, wobei vier Leiter der Redaktion und der Aktiengesellschaft jeweils 7,75% der Aktien besaßen, darunter der gut ausgebildete stellvertretende Chefredakteur Pauls Raudseps aus den USA mit dem sozialwissenschaftlichen Hintergrund.⁷²

Die Zeitungen und Zeitschriften Lettlands sind also jetzt private und kommerzielle Unternehmen. Von den Tageszeitungen ist nur das Amtsblatt „Latvijas Vēstnesis“ [Der Bote Lettlands] (seit 1993) nicht privat – man veröffentlicht hier hauptsächlich die offiziellen Dokumente. Die 40 - 60 mehr oder weniger regelmäßig erscheinenden Gemeindezeitungen werden von den jeweiligen Selbstverwaltungen herausgegeben⁷³. Das Verteidigungsministerium und die Nationalen Streitkräfte haben ihre Monatsschrift „Tēvijas Sargs“ [Der Beschützer Vaterlands] (seit 1999), das Innenministerium die Wochenzeitungen „Fakts“ [Die Tatsache] (seit 1996) und „Likuma Vārdā“ [Im Namen des Gesetzes] (seit 1992) (früher „Kaujas Postenī“ [Auf dem Kampfposten] (1946 - 1970, 1989 - 1991)), viele staatliche Einrichtungen – eigene Homepages. Die Kanzlei der Saeima gibt die Amtsmitteilungen „Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs“ [Der Anzeiger der Saeima und des Ministerkabinetts der Republik Lettland] (seit 1993) zweiwöchentlich heraus. Die monatliche Literaturzeitschrift „Karogs“ [Die Fahne] gehört dem Lettischen Sriftstellerverband, die Monatsschrift „Vides Vēstis“ [Die Umweltnachrichten] (seit 1997) dem Umweltschutzklub, die Vierteljahresschrift „Virziens – Eiropa“ [Richtung – Europa] (seit 1999) der Europäischen Bewegung Lettland, und auch

⁶⁹ Vgl. ebenda, S. 348.

⁷⁰ Vgl. Skudra 1997a, S. 210; Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 3.

⁷¹ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67f., 70.

⁷² Ferner dazu Skudra 1997a, S. 210; Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 16.

⁷³ Ebenda, S. 218.

andere Nichtregierungsorganisationen geben ihre Publikationen heraus.

Die nationale Nachrichtenagentur LETA wurde sehr spät (1997), zudem von Offshore-Firmen⁷⁴, privatisiert⁷⁵, und konnte sich deswegen nur in den letzten Jahren durchsetzen. Der Fernseh- und Hörfunk ist dafür in direkter Weise nicht von der Privatisierung berührt worden – alle neuen privaten Sender sind erst von neuem gegründet. Dank einer frühen Lizenzierungspolitik hat Lettland die vitalsten Gründungen im Fernsehbereich am Anfang der neunziger Jahre erfahren: in weniger als zwei Jahren bildeten sich 32 Stationen und ein Kabelnetzwerk, im Sommer 1995 existierten noch 39 Fernsehstationen, im Herbst 1997 waren nur 26 registriert⁷⁶. Die Fernseh- wie auch die Hörfunkgesellschaften mieten auf Lizenzbasis Sendezeit beim Staatlichen Radio- und Fernsehzentrum und strahlen auf dieser Basis ihre Programme aus. Das erste kommerzielle Fernsehsender NTV-5 unter Leitung von Geschäftsmann Jānis Leja, von 1987 bis 1990 Chef des sowjetlettischen staatlichen Rundfunks und von 1992 bis 1995 selbst Mitglied der Aufsichtsbehörde – des Rundfunkrates Lettlands, nahm den Sendebetrieb am 4. Mai 1992 auf, 1994 startete das kommerzielle Fernsehen Picca TV von dem jungen Andrejs Ēķis (mit Erfahrung im Lettischen Fernsehen⁷⁷) seine Sendungen, und Picca TV und NTV-5 bildeten gemeinsam 1996 das erfolgreiche LNT-Fernsehen⁷⁸, das über das dritte nationale Sendernetz ausgestrahlt wird. Die Entstehung und Etablierung dieses modernen Fernsehens (Direktor – Andrejs Ēķis) war ein entscheidender Faktor für dynamische Entwicklung des nationalen Nachrichten- und Werbemarktes. Früher, 1994, bot RBS TV (RBS – Rīgas Biznesa serviss [Der Geschäftsservice Rigas]) mit Hilfe des von der Regierung garantierten Kredits das einzige professionelle Vollprogramm eines privaten Fernsehsenders, offenbar mit dem Preis der Zahlungsunfähigkeit nach acht Monaten⁷⁹. Zudem erfreute sich Picca TV, das mit moderner Computertechnik und frischer Moderation insbesondere jugendliches Publikum ansprach, zunehmender Beliebtheit. Eine ernstzunehmende Konkurrenz den staatlichen Informationsprogrammen stellten die Nachrichten- und Informationssendungen von NTV-5 dar, die vom amerikanisch-lettischen Journalisten Kārlis Streips geleitet und moderiert wurden. Zu bester Sendezeit wurden sie täglich zwischen 21 und 22 Uhr in dem Kanal LTV2 des Lettischen Fernsehens, das über das

⁷⁴ Vgl. Bērziņš, Klinšāne-Bērziņa, Ostrovskā 2000.

⁷⁵ Vgl.: *LETA : Nacionālā ziņu aģentūra 2001. Produkti un pakalpojumi*. o.A., 2000, S. 15.

⁷⁶ Vgl. Graf 1998, S. 362; Skudra 1998, S. 400.

⁷⁷ Ferner dazu: Ēķis, Andrejs ; Ērglis, Ainārs ; Lapsa, Lato: Ēķa narkotikas. In: *Klubs* (2001), September, S. 2.

⁷⁸ Vgl. u.a. Mjartāns 1992, S. 20; Skudra 1998, S. 395f., 400f.; Skujiņš 1996, S. 171.

⁷⁹ Vgl. Skujiņš 1996, S. 178; Graf 1998, S. 363.

zweite nationale Sendernetz ausgestrahlt wird, landesweit übertragen. Noch 1994 war NTV-5 der einzige Fernsehsender, der unabhängige, d.h. staatsferne und professionelle Nachrichten im Baltikum brachte. Finanziell waren NTV-5 und Picca TV, wie später auch LNT, eng mit den neuen Kommerzbanken verbunden, insbesondere mit der damaligen Deutsch-Lettischen Bank, die vom Minister und späteren Ministerpräsidenten Vilis Krištopans vertreten wurde.⁸⁰ So hatten sich 1996 NTV-5 und Picca TV gemeinsam um eine neu ausgeschriebene landesweite Frequenz beworben und sich dabei gegenüber den Mitbewerbern von TV3 der schwedischen „Kinnevik“-Gruppe und „Kanāls 2“, einem Unternehmen des norwegischen Konzerns „Schibsted“, durchsetzen konnten. Schon 1997 erreichte LNT bereits den Titel „beliebtester Fernsehsender Lettlands“ mit einem Zuschaueranteil von 38%, und der Sender hatte 60% von ganzen Werbeeinnahmen des Fernsehens in Lettland, wobei das Lettische Fernsehen LTV1 nur 34%⁸¹.

Alle kommerziellen Radios Lettlands waren zunächst Regionalradios und zudem Musiksender. Im September 1990 wurde mit der Errichtung des unabhängigen Senders Riga („Riga Independent Transmitter“ – RIT) hinter dem wieder Jānis Leja stand, der erste private, werbefinanzierte Hörfunksender in Lettland gestartet, zudem mit dem Programm („Radio AA“, wozu später noch „Radio ROKS“ kam) in der FM-Frequenz⁸². Im Dezember 1991 startete RIT „Radio 2“, später das erfolgreiche russischsprachige „Radio 102,7 FM“, das 2000 dem für das Publikum unbekanntem Andrejs Feldmanis verkauft wurde. Als zwei andere erfolgreiche private Hörfunkunternehmen erwiesen sich seit 1993 die Aktiengesellschaft „Radio SWH“, die von der damals einflußreichen und dubiosen (wegen der Verbindungen mit dem schon erwähnten Grigorij Lučanskij⁸³ u.a. vermuteten KGB-Leuten) Firma „Software House Riga“ und dem Musiker Zigmars Liepiņš lanciert wurde, und mit der deutschen Beteiligung (Karl Wachholz Verlag Neumünster, Kieler Medienmanager Hermann Stümpert und Rundfunkjournalist Thomas Schrader aus Berlin), die später ausschied, von Sanita Griķe gestartetes Joint-venture GmbH „Radio 106,2 Rīgai“, zunächst für den Raum Riga, wo ein Drittel aller Einwohner Lettlands lebt. Im Sommer 1996 erhielten beide – „Radio SWH“ und

⁸⁰ Vgl. Skujiņš 1996, S. 171f., 185; Graf 1998, S. 363; Mjartāns 1994, S. 44; Ēķis, Andrejs ; Ērglis, Ainārs ; Lapsa, Lato: Ēķa narkotikas. In: *Klubs* (2001), September, S. 2ff.

⁸¹ Graf 1998, S. 363; Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 2.

⁸² Vgl. Skudra 1998, S. 399; Skujiņš 1996, S. 171f.

⁸³ Vgl. S. 139 vorliegender Arbeit.

„Radio Rīgai“ – die Lizenz, ihre Programme im Zeitraum von fünf Jahren zu Nationalprogrammen auszubauen, was bis 2000 verwirklicht war („Radio Rīgai“ hies schon „Easy FM“, später „Star FM“). Ganze 20 Radios sendeten rund um die Uhr, 21 benutzten im Frühling 1997 FM-Frequenz.⁸⁴ 2000 waren 29 kommerzielle Hörfunk- und 26 Fernsehstationen sowie 37 Kabelfernseh- und Hörfunksender im Betrieb.⁸⁵

So zeigten gleich die Ergebnisse der Privatisierung eine recht widersprüchliche Entwicklung des Medienwesens in Lettland. Einerseits, wurde die Privatisierung wirklich erfolgreich als Schlüssel zur Transformation der sozialistischen Wirtschaft in eine kapitalistische benutzt, und brachte die notwendigen finanziellen Investitionen und westliches Know-How in den lettischen Medienbereich ein. Andererseits kamen gleich die von der Sowjetzeit geerbten Verbindungen zwischen Politik und Staats- und Schattenwirtschaft auf, die die alten Strukturen der Sowjetdiktatur in den Medien zu oligarchischen, zum Teil mafiösen⁸⁶ zu verwandeln und zu festigen versuchten.

3.1.3. Die Etablierung der Medienkonzerne

Da sich zunächst jeweils ein lettischer und russischer Pressemarkt entwickelte, fand auch die Medienkonzentration auf den beiden Märkten parallel statt. Die Medienkonzentration ist zudem nicht mit der Monopolisierung oder Monopolbildung zu verwechseln, die nur dann droht, wenn in einem wichtigen Marktsegment nur eine ernstzunehmende Presseausgabe besteht⁸⁷. So sieht Stephan Ruß-Mohl auch für Deutschland keine Monopolisierung der Medienkonzerne, wohl aber eine starke Oligopol-Bildung⁸⁸. Eine Entwicklung in dieselbe Richtung – zu zwei oder drei Großverlagen⁸⁹ – ist auch in Lettland zu beobachten.

⁸⁴ Vgl. Emor AS 2001, S. 10; Mjartāns 1994, S. 43; Skudra 1998, S. 398f.; Skujiņš 1996, 175f.

⁸⁵ Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 1; Timbare, Ilze: Ar vietējo radio pelnīt nevar : Sīvākie reģionālo radio konkurenti ir Rīgas radio. In: Neatkarīgā Rīta Avīze (2001-03-17), S. 7.

⁸⁶ Vgl. u.a.: Pauliņš, Aldis: Jāuzmanās no biznesa „kriminalizācijas“ mēģinājumiem. In: *Diena* (2002-07-20), S. 2.

⁸⁷ Vgl. Levits 1999, S. 6.

⁸⁸ Deutschland 2000 : Acht Experten blicken nach vorn. In: *Deutschland* (1999), Nr. 6, S. 36.

⁸⁹ Vgl. Aptaņa 1999, S. 11.

Zum größten und profitabelsten lettischen Medienkonzern⁹⁰ hat sich die Aktiengesellschaft „Diena“ entwickelt, die, wie oben schon erwähnt⁹¹, zum Großteil in schwedischer Hand liegt. Bei der Privatisierung 1992 kaufte man von der lettischen Regierung einen Teil der Laufmittel des früheren Staatsunternehmens und die Herausgaberechte der Tageszeitung „Diena“ und der Wochenzeitungen „Dienas Bizness“ und „LaBA“ (abgekürzt von „Latvijas Bērnu Avīze“ [Kinderzeitung Lettlands], seit 1991), und von Anfang an wollte man ein Medienunternehmen mit der Spezialisierung in der Herausgabe der Zeitungen etablieren.⁹² Ende 1992 erklärte die Leitung der AG „Diena“, sie beabsichtige im Zeitraum von fünf Jahren eine Holdinggesellschaft aufzubauen, die neben „Diena“ in lettischer und russischer Sprache (russische Ausgabe „Novij den“ [Neuer Tag] wurde 1999 verkauft⁹³) die genannten Wirtschafts- und Kinderzeitungen sowie eine Wochenzeitung „Nakts“ [Die Nacht] (1992 - 1995) herausgeben und sowohl eine Druckerei als auch eine Fotoagentur betreiben solle. Als Geschäftspartner wurden damals die schwedische Wirtschaftszeitung „Dagens Industri“ und die schwedischen Firmen „Inter Repro Scan AB“ und „Pressens Bild“ genannt.⁹⁴ Alle Projekte wurden verwirklicht, mit der Ausnahme der Wochenzeitung, die sich auf dem Markt nicht durchsetzen konnte und 1995 verkauft wurde⁹⁵. Die AG „Diena“ bestand Ende 1993 aus einzelnen Unternehmen mit selbständigen Budgets: der Tageszeitung „Diena“, die 80% der Einnahmen der Aktiengesellschaft brachte, der Wochenzeitung „Nakts“, dem Verlag „LaBA“ (welcher wegen der Verluste 1995 auch verkauft wurde⁹⁶), dem Unternehmen „Diena Repro“, der Werbeagentur „Diena“ (seit 1994 mit dem Namen „Metro“, 1999 mit dem Anteil von AG „Diena“ 31%, das verkauft wurde⁹⁷), der Handelsagentur „Diena Duni“ und dem Tochterunternehmen GmbH „Izdevniecība Diena – Bonnier“, das zu 51% der AG „Diena“ und über „Dagens Industri AB“ zu 49% der schwedischen Firma „Bonniers Affärsinformation AB“ gehörte (1999 wurde aber dieser Anteil von AG „Diena“ in GmbH „Diena – Bonnier“ verkauft)⁹⁸. Seit 1993 gibt man „Dienas Bizness“ zweimal, seit 1994 dreimal (schon mit

⁹⁰ Vgl.: Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 5.

⁹¹ S. 141 dieser Arbeit.

⁹² Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 3.

⁹³ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 62; Emor AS 2001, S. 34.

⁹⁴ *Diena* (1992-10-31).

⁹⁵ Vgl.: *AS Diena Gada pārskats 1994*. o.A., S. 3, 7.

⁹⁶ Vgl.: *AS Diena gada pārskats '95*. o.A., S. 3, 7.

⁹⁷ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 63, 65; *AS Diena Gada pārskats 1994*. o.A., S. 10.

⁹⁸ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 63; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 62; *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A.,

einigen Seiten in vier Farben) und seit 1997 fünfmal pro Woche – als eine Tageszeitung heraus.

Seit 1995 erscheint auch das Wochenendmagazin „Sestdiena“ [Der Samstag] von „Diena“ in Farbe und seit dem August 1996 wird die ganze Zeitung in eigener Druckerei „Mūkusalā“ außerhalb des Stadtzentrums als erste in Lettland in Farbe gedruckt. 1999 und 2000 wurden in dieser Druckerei schon jeweils 29% und 32% der Zeitungen Lettlands gedruckt, mit einem stabilen Drittel des gesamten Zeitungspapierverbrauchs im Lande⁹⁹. Schon im Herbst 1995 zog daneben die Redaktion in moderne Räume ein. Die Immobilie wurde von AG „Diena“ gekauft und für ihre Bewirtschaftung und Entwicklung zum modernen Medienzentrum (zum Vermieten) einzelnes Unternehmen „Mūkusalas Māja“ gegründet¹⁰⁰. Seit 1994 wurde ein eigener Vertrieb in Gestalt von Abonnierenszentrum „Diena“ zunächst mit 8300 Abonnenten (davon 7000 Abonnenten der Zeitung „Diena“) in Riga gestartet, dann zu 16 000 Abonnenten 1995 und mehr als 71 000 in Riga (stabile 70-75% des ganzen Pressevertriebsmarktes in der Hauptstadt), Jelgava, Valmiera, Cēsis, Ogre, Jūrmala, Tukums und Liepāja 2000 erweitert (in vielen regionalen Zentren erreichte man bis 60% des Pressevertriebsmarktes)¹⁰¹. Demgegenüber war die etwas später von AG „Diena“ gegründete GmbH für den Presse Einzelhandel „Plus Punkts“ nicht erfolgreich und wurde 2001 wegen der Verluste verkauft¹⁰². Auch wegen der Konkurrenz hatte die GmbH für den Pressegroßhandel „Preses aģentūra „Santa““ (2000 kaufte AG „Diena“ 50%, weitere 50% gehörten der GmbH „Izdevniecība Žurnāls Santa“) ihre Existenz 2002 beendet¹⁰³. Das Vertriebssystem für den Einzel- und Großhandel wird in Lettland fortan von dem norwegischen Konzern „Narvesen“ zu etwa 70% dominiert¹⁰⁴.

Zum größten Fehlschlag des Medienkonzerns wurde aber die Herausgabe der Abendzeitung „Spogulis“ [Der Spiegel] (1998 - 1999), die als „moderne Volkszeitung“ u.a. konzerninterne

S. 3, 11.

⁹⁹ Vgl.: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S.18.

¹⁰⁰ Vgl.: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 5, 21.

¹⁰¹ Vgl.: *AS Diena Gada pārskats 1994*. o.A., S. 4; *AS Diena gada pārskats '95*. o.A., S. 4; *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 5, 19.

¹⁰² Vgl.: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 5.

¹⁰³ Vgl.: <http://www.financenet.lv/news/company/index.php?id=23714>; *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 5, 20.

¹⁰⁴ Vgl.: *Presi tagad piegādā bez aizkavēšanās*. *Diena* (2002-05-08), S. 5.

Konkurrenz für die Zeitung „Diena“ auszuüben probierte und nach gründlicher Vorbereitung und beträchtlichen Investitionen mit gedruckter Auflage nur zehn Tausend Exemplare rapide beendet wurde¹⁰⁵. 1997 mißglückte noch die Teilnahme von „Tidnings AB Marieberg“ an der GmbH „Rīgas Balss“, die gleichnamige Abendzeitung Rigas herausgibt¹⁰⁶. Die frühen Aktivitäten des Konzerns mit dem Ankauf der Lokalzeitungen oder ihrer Anteile und Gründung neuer Lokalzeitungen – insgesamt sieben Verlage, die 13 Zeitungen in 14 Kreisen Lettlands herausgeben, darunter eine russischsprachige Zeitung in Jelgava, – führten im Hinblick der vorgesehenen Regionalreform des Landes zu echten strukturellen Veränderungen bzw. Konzentration lettischer regionalen Presse: schon 30% von ihrer Gesamtauflage wird von Regionalpresse-Gruppe der AG „Diena“ herausgegeben¹⁰⁷. Diese Auflage ist gewiß größer als die von der Zeitung „Diena“. Für die Heranziehung der Anzeigen und der Leser entwickelt man für alle Konzernzeitungen gemeinsame und deshalb kostengünstigere Aktivitäten, wie z.B. gemeinsame Rundfunkprogrammbeilage.

Eine neue Ausrichtung dieses Medienkonzerns in den letzten Jahren ist die Herausgabe der Zeitschriften: der Frauenzeitschrift „Una“ [Una] und der Fach- und Spezialzeitschriften „Agro Tops“ [Der Agrotop] für Bauern und Unternehmer auf dem Lande, „Dārza Pasaule“ [Die Gartenwelt] und „Veselība“ [Die Gesundheit], die im eigenen Zeitschriftenverlag „Mediju Grupa Tops“ erscheinen¹⁰⁸. Die Homepage von Zeitung „Diena“ www.diena.lv mit dem kostenlosen Zugang zu jeweiliger Tagesausgabe wurde 2000 unter den neuen Medien Lettlands zu einer der meistbesuchten¹⁰⁹. Nach der Leserzahl pro Ausgabe gehörte die AG „Diena“ 2000 mit 530 000 Lesern (2001 – 324 000¹¹⁰) nach wie vor zu den fünf größten Zeitungsverlegern im Baltikum¹¹¹. Es beschäftigt mehr als Tausend Mitarbeiter, erzielte in den letzten Jahren den Netto-Gewinn umgerechnet bis mehr als 1,25 Millionen Euro pro Jahr (2001 - 0,9 Millionen), und auch zukünftig wird der Konzern hauptsächlich in der Medienbranche agieren¹¹².

¹⁰⁵ Vgl.: *Spogulis* (1999-04-14), S. 4; *Spogulis* (1999-04-30), S. 2f.

¹⁰⁶ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 70.

¹⁰⁷ Vgl.: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 4, 8ff.

¹⁰⁸ Ebenda, S. 4, 16.

¹⁰⁹ Vgl.: Feders, Gints: Populārāko interneta adrešu saraksta galvgalī – portāli. In: *Diena* (2001-02-19), S. 16.

¹¹⁰ Arāja, Dita: Pērn Dienai veicies labi. In: *Diena* (2002-03-23), S. 5.

¹¹¹ Emor AS 2001, S. 34; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 62.

¹¹² Vgl.: Ašeradens, Arvils: Paziņojums. In: *Spogulis* (1999-04-29), S. 3; Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 4; Arāja, Dita: Pērn Dienai veicies labi. In: *Diena* (2002-

Im Hinblick der westlichen Orientierung von „Diena“ ist auffallend, daß die Konkurrenz auf dem lettischen Tageszeitungsmarkt – „Labrīt“, „Neatkarīgā Cīņa“ und „Neatkarīgā Rīta Avīze“ – immer so oder so engere Verbindungen zu Rußland hatte: zunächst über an lettisch-russischen Beziehungen interessierten Banken und jetzt über die für russischen Erdöllexport nach wie vor sehr wichtige¹¹³ Erdöltransportaktiengesellschaft „Ventpils nafta“ (die faktische Kontrolle dieser AG gehört bekanntlich den Offshore-Firmen mit vermuteten Inhabern in Ventpils)¹¹⁴, welche 1998 den staatlichen Anteil (75%) in der AG „Preses nams“ privatisierte (insgesamt gehört ihr 90,07%) und 1999 auch GmbH „NC“ und GmbH „Rīgas Balss“ – die verlustbringenden Herausgeber jeweils von „Neatkarīgā Rīta Avīze“ und „Rīgas Balss“ – kaufte¹¹⁵. Die AG „Preses nams“ neben der AG „Diena“ und der GmbH (seit 2002 AG) „Lauku Avīze“ (gibt die größte Abonnementzeitung „Lauku Avīze“, seit 1997 zusammen mit dem Wochenendmagazin „Mājas Viesis“ [Der Hausgast] dreimal, seit 2002 viermal in der Woche, sowie Wochenzeitschrift „Praktiskais Latvietis“ [Praktischer Lette], thematische Zeitungen und Bücher heraus¹¹⁶), der seit 2001 ebenso Eigentumsverhältnisse zu Ventpils nachgesagt werden¹¹⁷, wurde so zum dritten, inzwischen zum zweiten bedeutsamsten Mitspieler auf dem Zeitungsmarkt Lettlands. Der Medienkonzern hat die Tageszeitungen „Neatkarīgā Rīta Avīze“, „Rīgas Balss“, „Vakara Ziņas“, „Večernjaja Rīga“ und Wochenzeitungen „Sporta Avīze“ [Die Sportzeitung] und „Literatūra un Māksla Latvijā“ [Die Literatur und Kunst in Lettland] (1999 - 2002, früher „Literatūra Māksla Mēs“ [Literatur, Kunst, wir] (1996 - 1998))¹¹⁸. Außerdem gehört dem „Preses nams“ auch die alte Druckerei

03-23), S. 5.

¹¹³ Vgl. Gūtmanis 2001, S. 102.

¹¹⁴ Vgl. Točs 2001; Rulle, Baiba: Lētas VN akcijas izdevīgas īpašniekiem : Valstij esot pasīva mazā akcionāra lomā, privātpašnieku vadītā Ventpils nafta audzējusi biznesa muskuļus. In: *Diena* (2002-07-11). S. 7.

¹¹⁵ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 65; Graf 1998, S. 348; Jakubāns 2000, S. 465; Rulle, Baiba: Lētas VN akcijas izdevīgas īpašniekiem : Valstij esot pasīva mazā akcionāra lomā, privātpašnieku vadītā Ventpils nafta audzējusi biznesa muskuļus. In: *Diena* (2002-07-11). S. 7.

¹¹⁶ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 68.

¹¹⁷ Präzise Kenntnisse über die Eigentumsverhältnisse zu sammeln erschwert oft die Weigerung der Verleger, die faktischen Inhaber bekanntzumachen (Interview des Autors mit der Forscherin von „Baltic Media Facts Latvia“ Oksana Žabko am 1. Februar 2002). „Gelegentlich wissen nicht nur die Öffentlichkeit, sondern auch die Journalisten nicht, wer ein bestimmtes Medium besitzt, wem eine Fernsehanstalt gehört und woher die Einnahmen stammen,“ stellte auch Inta Briksē fest. Vgl. Briksche 1994, S. 152.

¹¹⁸ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 62; Emor AS 2001, S. 200. 1999 war „Preses nams“ mit 603 000 Leser auf dem Platz drei unter den größten Zeitungsverleger in den baltischen

im Pressehaus, die seit 1999 modernisiert wurde (auch die Zeitungen dieses Konzerns erscheinen seitdem in vier Farben). Die Entwicklung der drucktechnischen Basis der Presse hat der Zusammenschluß der AG „Prese nams“ mit einer von den größten Druckereien Ostmitteleuropas “Jāņa sēta” (in der Stadt Cēsis, mit großen Druckaufträgen u.a. von westlichen Firmen) in der Druckindustriegruppe “Jāņa sēta” des Konzerns positiv beeinflusst¹¹⁹. Der drucktechnische Teil des Konzerns ist auch der gewinnbringende, wobei die Pressepublikationen bisher mit Verlusten herausgegeben werden¹²⁰. Auch deswegen wird die Kritik laut, daß sich die in der ganzen Ostseeregion starke „Ventspils nafta“ mit dem Kauf der Medien und dem Agieren in diesem Geschäft für die „lokale Kontrolle“ nach dem Vorbild der Praxis mancher Firmen in Rußland entschieden hatte¹²¹. Solche Verbindung der Medien mit mit sogenannten „Fremdfirmen“, die keine Medienunternehmen sind, bietet immer wieder Anlaß zu Verdächtigungen, denn die „Fremdfirmen“ können ihren Einfluß bei den von ihnen „kontrollierten“ Medien geltend machen, wenn sie es als Lobbyinstrumente nutzen wollen¹²². Zudem ist der zuerst gebliebene staatliche (Mindest-)Anteil an „Ventspils nafta“ noch nicht privatisiert worden, was eventuell auch eine staatliche Druckausübung indirekt über diese Fremdfirma auf die Medien von „Prese nams“ erlaubt¹²³.

Der größte Zeitschriftenverlag in Lettland und im ganzen Baltikum¹²⁴ GmbH “Izdevniecība Žurnāls Santa” gibt die Frauenmonatsschrift “Santa” [Santa] (seit 1991), die monatliche Männerzeitschrift “Klubs” [Der Klub] (seit 1994) und die Spezialzeitschrift für Kindererziehung „Mans Mazais“ [Mein Kleiner] (seit 1994)¹²⁵, die Frauenwochenschrift „Ieva“ [Eva]¹²⁶ (seit 1997; seit 1999 als größte Zeitschrift in baltischen Staaten mit 363 000 Leser 2000¹²⁷ und 340 000 in 2001¹²⁸), die Yellow Press-Wochenzeitschrift „Privātā Dzīve“

Staaten.

¹¹⁹ Vgl.: Prese nams saņem ISO sertifikātu. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-07-19), S. 7.

¹²⁰ Vgl. Kalniņa, Liepiņa, Slišāne 2001; Rulle, Baiba: Lētas VN akcijas izdevīgas īpašniekiem : Valstij esot pasīva mazā akcionāra lomā, privātīpašnieku vadītā Ventspils nafta audzējusi biznesa muskuļus. In: *Diena* (2002-07-11). S. 7.

¹²¹ Vgl. Zīle 2001, S. 398f.

¹²² Vgl. u.a. Hübner 1998, S. 6; Ēlerte 2001; Bērziņš 2001; Točs 2001.

¹²³ Vgl. Hübner 1998, S. 5.

¹²⁴ Mit 712 000 Leser 2000. Vgl. Emor AS 2001, S. 55.

¹²⁵ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 70.

¹²⁶ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 66.

¹²⁷ Emor AS 2001, S. 54.

¹²⁸ Arāja, Dita: Pērn Dienai veicies labi. In: *Diena* (2002-03-23), S. 5.

[Privates Leben] (seit 1999), die Mädchenmonatsschrift „S“¹²⁹ und die Spezialzeitschrift für das Haus- und Wohnungsdesign „Deko“ (seit 2000)¹³⁰ heraus; bis zuletzt auch die Monatsschrift intellektuellen Lebensstils „Rīgas Laiks“¹³¹ [Die Rigaer Zeit] (seit 1993), die verkauft wurde. Bei der Konkurrenz, im Verlag GmbH „Izdevniecība Lilita“ (bis 1999 Verlag GmbH „Izdevniecība Baltika“¹³²), erscheint die populäre russische Frauenmonatsschrift „Lilit“ und einige qualitative Fach- und Spezialzeitschriften: „Latvijas Architektūra“ [Die Architektur Lettlands] und „Copes Lietas“ [Die Angelangelegenheiten]¹³³. Bei der Herausgabe populärer Spezialzeitschriften „Mūsmājas“ [Unser Haus], „Moj dom“ [Unser Haus, in russisch], „Rausis“ [Das Brötchen], „Auto Moto Žurnāls“ [Die Auto- und Motozeitschrift] u.a. arbeitet der siebtgrößte (413 000 Leser 1999) Zeitschriftenverlag im Baltikum GmbH „Izdevniecība Dadzis“¹³⁴ erfolgreich in enger Kooperation mit finnischen, schwedischen und polnischen Partnerverlage¹³⁵.

Die Erfolge des führenden russischen Medienkonzerns GmbH „Petits“, wovon 50% dem ehemaligen Journalisten der Komsomolzeitung „Sovetskaja molodež“ Aleksej Šejnin und 50% der GmbH „Baltijas Press - Serviss“ (mit der 50% Teilnahme der in USA registrierten „American Press International, Inc.“) gehören¹³⁶, wurden schon umfassend dargestellt¹³⁷. Die Presseausgaben des Konzerns sind gut im Internet vertreten, und besonders populär ist dabei die Anzeigenhomepage www.reklama.lv¹³⁹. Weitgehende Expansionspläne stellt auch Herausgeberin der Zeitung „Biznes & Baltija“ die GmbH „Avīze Bizness & Baltija“ (GmbH

¹²⁹ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 106.

¹³⁰ Vgl. Emor AS 2001, S. 55.

¹³¹ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 66; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 106.

¹³² Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 62; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67; http://www.lursoft.lv/stat/ur_stat_060.html

¹³³ Vgl. Emor AS 2001, S. 217, 219.

¹³⁴ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 63; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 106.

¹³⁵ Ferner dazu Skudra 1997a, S. 210.

¹³⁶ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 62, 65; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 69.

¹³⁷ S. 132ff. der Dissertation.

¹³⁸ Vgl. u.a.: Lisovskis, Normunds: Bagātību sala. In: *Kapitāls* (2000), Nr. 11, S. 15; Feders, Gints: Populārāko interneta adrešu saraksta galvgalī – portāli. In: *Diena* (2001-02-19), S. 16.

¹³⁹ Vgl. u.a.: Lisovskis, Normunds: Bagātību sala. In: *Kapitāls* (2000), Nr. 11, S. 15; Feders, Gints: Populārāko interneta adrešu saraksta galvgalī – portāli. In: *Diena* (2001-02-19), S. 16.

Masu mediju grupa „Biznes & Baltija“) unter Leitung von Vladimir Gurov auf¹⁴⁰.

Auch im Bereich der elektronischen Medien entstanden drei private Konzerne, vor allem aber als Bestandteile ausländischer Medienkonzerne. Als erste ist die Aktiengesellschaft LNT¹⁴¹ zu nennen, in deren Besitz zu 100% das Fernsehen LNT und seit 1988 zu 50% die Aktiengesellschaft „Radio SWH“ mit vier Hörfunkprogrammen sich befindet¹⁴²; es war auch mit dem Mindestanteil an der Wochenzeitung „Fokuss“ [Der Fokus] (1997 - 1999) beteiligt. Mit der Gründung des gemeinsamen Konsortiums „Baltic Media Holding“ von LNT in Lettland, Baltijos TV in Litauen und TV 1 in Estland 1999¹⁴³, darunter mit dem Kauf zunächst 60% und dann 100% der LNT-Aktien, übergangen diese Unternehmen, wovon sich nur LNT als rentabel erwies, unter Kontrolle des größten privaten Fernsehsenders in Polen „Polsat“¹⁴⁴, das hundertprozentig dem polnischen Geschäftsmann Zygmund Solosz gehört¹⁴⁵. Nach einem Jahr, 2000, wurde vom Tochterunternehmen der „irischen“ Offshore-Firma „Grafton Entertainment Corporation Limited“ (dahinter wird auch Andrejs Ēķis¹⁴⁶ vermutet) das erste Fernsehnachrichtenportal im Baltikum „Tvnet“ (www.tvnet.lv) mit Fernsehnachrichten des LNT und Lettischen Fernsehens gestartet¹⁴⁷, das private Stadtfernsehen TV Rīga gekauft¹⁴⁸, und stattdessen begann 2001 in enger Verbindung mit LNT ein modernes interaktives Stadtfernsehen TV5 mit den Realitätsschaus u.ä. erfolgreich den Sendebetrieb¹⁴⁹.

¹⁴⁰ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 62; Emor AS 2001, S. 10; Arāja, Dita: B&B plāno paplašināt mediju biznesu. In: *Diena* (2002-05-07), S. 10.

¹⁴¹ S. 142f. dieser Arbeit.

¹⁴² Vgl. u.a. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 65; Ēķis, Andrejs ; Ērglis, Ainārs ; Lapsa, Lato: Ēķa narkotikas. In: *Klubs* (2001), September, S. 10; Arāja, Dita: Radio SWH briestot īpašnieku maiņai. *Diena* (2002-05-09), S. 4.

¹⁴³ Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 3.

¹⁴⁴ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 149; <http://www.financenet.lv/news/company/index.php?id=26012>; Ēķis, Andrejs ; Ērglis, Ainārs ; Lapsa, Lato: Ēķa narkotikas. In: *Klubs* (2001), September, S. 10f.

¹⁴⁵ Hadamik 2001, S. 159.

¹⁴⁶ 2000 wurde er von der Show-Business-Fachzeitschrift „Hollywood Reporter“ unter hundert einflussreichsten Leute des Unterhaltungs- und Massenmediengeschäfts in der Welt genannt. Vgl. Emor AS 2001, S. 9.

¹⁴⁷ Vgl.: Blekte, Ģirts: TVNET piedāvā televīzijas ziņas internetā. In: *Rīgas Balss* (2000-09-20), S. 8.

¹⁴⁸ Vgl.: Zandfelde, Dace: Mainās TV Rīga īpašnieki. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-10-12), S. 7.

¹⁴⁹ Vgl.: Vēvere, Marina: TV5 – aktīvā televīzija. In: *Sakaru Pasaule* (2002), Nr. 1, S. 30.

Gleichzeitig, seit 1998, etablierte sich wieder¹⁵⁰ mit neuen, einflußreichen Partnern in Gestalt der lettischen „Parex Bank“ und der allmählichen Errichtung des eigenen, vierten nationalen Sendernetzes das lettische TV3 bzw. die Aktiengesellschaft „TV3 Latvija“ (mit den Anteilen von lettischer „Parex Bank“ („Mediju Investīcijas“) und Kārlis Michael Čakste) der „Viasat Broadcasting“/„Modern Times Group AB“ (befindet sich mehrheitlich im Besitz der schwedischen Firma „Industriförvaltning AB Kinnevik“)¹⁵¹, die mit Einschluß gleichnamiger Fernsehkanäle in Estland und Litauen und Senderechten der Eishockey-Weltmeisterchaften schon das breiteste Publikum (35%) im Baltikum hat¹⁵². Seit 2000 gehört der MTG auch der große Radiosender „Star FM“¹⁵³.

Die führende Position im Kabelfernsehen Lettlands, hauptsächlich in Riga, nimmt seit 1991 das lettisch-amerikanische Unternehmen „Baltcom TV“ ein, das bis 1997 zum Großteil dem Privatunternehmen „Alīna“ von Pēteris Šmidre, später zu 50% der in den USA registrierten Firma „Metromedia International Inc.“, zu 25% „Alīna“ und zu 25% technischem Staatlichen Radio- und Fernsehzentrum (Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs) gehört¹⁵⁴. Ganze 36% von allen Abonnenten des Kabelfernsehens in der Hauptstadt sind „Baltcom TV“-Abonnenten¹⁵⁵. Das Unternehmen hat den zweitgrößten Anteil in der GmbH „Izdevniecība Rīgas Viļņi“ (zu 51% im Besitz des Lettischen Fernsehens), die die größte Programmzeitschrift „Rīgas Viļņi+“ und einige andere Zeitschriften herausgibt¹⁵⁶.

3.1.4. Der Wettbewerb auf dem Pressemarkt und die Typen der Presseausgaben: viel Unterhaltung, wenig Qualität

Das Jahr 1991 war das erste Jahr mit einem massiven Rückgang des Bruttosozialprodukts,

¹⁵⁰ S. 143 der vorliegenden Arbeit.

¹⁵¹ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 65f.; Emor AS 2001, S. 231.

¹⁵² Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 3f.

¹⁵³ Vgl. S. 143f. der Dissertation.

¹⁵⁴ Vgl. Skudra 1998, S. 400f.; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67, 69; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 62, 65. „Baltcom TV“ gilt als erstes Kabelfernsehen im Osteuropa.

¹⁵⁵ Vgl.: Kļaviņa, Gunta: Kabeltelevīzijai jauni vaibsti. In: *Sakaru Pasaule* (2002), Nr. 1, S. 29.

¹⁵⁶ Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 67; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 64; Emor AS 2001, S. 53, 219f.

eine Entwicklung, die erst 1994 beendet werden konnte. Nach dem Aufschwung des Pressewesens in den Jahren 1987 - 1990 kam es zunächst zu einem Tiefpunkt, das mit der wirtschaftlichen Entwicklung seit 1994 von einem neuen Wachstum allmählich überwunden wurde. Die Zahl von verkauften Exemplaren der gesamtnational erscheinenden Tagespresse je 1000 Einwohner stagnierte in Lettland von 1989 (330 Exemplaren) bis 1991 (329 Exemplaren) auf dem höchsten Niveau seit 1985 (293 Exemplaren), demgegenüber 1992 verringerte sie sich auf 207 Exemplaren¹⁵⁷. Das Interesse für politische Ereignisse ging rapide zurück¹⁵⁸. Die Papierpreise stiegen Anfang 1992 im Vergleich zu 1991 um das 28-fache¹⁵⁹, da die Materiallieferungen aus dem Osten infolge von Wirtschaftssanktionen drastisch zurückgingen. Papier mußte nun auch in Westeuropa eingekauft werden, was zu einem enormen Anstieg der Druckkosten führte. 1990 kostete z.B. „Latvijas Jaunatne“ noch drei Kopeken und im August 1992 schon drei Rubel.¹⁶⁰ Hinzu kamen die stetig ansteigenden Ausgaben für den Vertrieb, der bis 1994 völlig in staatlicher Hand lag.

Bei der aktuellen Inflationsrate waren Abonnenten für die Herausgeber nicht profitabel¹⁶¹. Die Tageszeitung „Diena“ stellte Abonnements sogar vorzeitig ein¹⁶². Früher hatten viele Haushalte zwei Tageszeitungen und mehrere Zeitschriften abonniert, was sie sich nun nicht mehr leisten konnten. Die Presse rangierte mittlerweile in der Informationsbeschaffung an dritter Stelle – hinter TV und Radio¹⁶³. Ebenso wie in Estland ist die Nutzung der Printmedien vor allem höheren und mittleren Bevölkerungsschichten zuzurechnen, der Hörfunk und das Fernsehen sind dagegen die eigentlichen Massenmedien¹⁶⁴.

Die Zeitungsvielfalt war nur vorübergehend. Als die etablierten politischen und wirtschaftlichen Mechanismen zu funktionieren begannen¹⁶⁵, bald setzte ein Konzentrationsprozeß ein, der nur die wirtschaftlich Tragfähigen überleben ließ. Keine 1988

¹⁵⁷ Skudra 1997a, S. 209. 2001 waren es schon wieder 310 Zeitungsexemplaren auf je Tausend Einwohner Lettlands. Vgl.: <http://www.delfi.lv/archive/index.php?id=2427762>

¹⁵⁸ Vgl. Mjartāns 1992, S. 20.

¹⁵⁹ Skudra 1997a, S. 211.

¹⁶⁰ Vgl. Graf 1998, S. 344.

¹⁶¹ Vgl.: Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 3.

¹⁶² Vgl. Briksche 1994, S. 152.

¹⁶³ Vgl. u.a. Graf 1998, S. 344.

¹⁶⁴ Vgl. Vihalemm 2001, S. 112.

¹⁶⁵ Vgl. Kleinwächter 1995, S. 85.

gegründete Zeitung wurde 1991 noch herausgebracht. Die Parteizeitungen hatten sich nicht etabliert. Von den insgesamt 45 neuen Zeitungen des Jahres 1989 erschienen 1991 lediglich noch 6; 1990 wurden 41 gegründet, von denen es 1991 noch 17 gab.¹⁶⁶ So entstanden in den Jahren 1988 - 1991 z.B. 27 Periodika, die sich allgemein mit kulturellen Problemen oder mit einzelnen Kulturfeldern beschäftigten¹⁶⁷. In Riga erschienen noch im Frühjahr 1994 nicht weniger als sechs lettischsprachige Zeitungen¹⁶⁸. Es entwickelte sich rasch die religiöse Presse, wie die Zeitung „Svētdienas Rīts” mit der Auflage 22 - 50 Tausend Exemplare in den ersten Jahren¹⁶⁹, da in der Zeit der Sowjetherrschaft in Lettland nur der Kirchenkalender unter Schwierigkeiten überleben konnte. Ähnliches betraf die erotische Presse, ein Typ von Presseerzeugnis, der in der sowjetischen Zeit verboten gewesen war. Eine wachsende Zahl von Anzeigenblättern erschien, da es 1987 lediglich eine derartige Publikation gab¹⁷⁰. Auch die Publikationen mit mehr Informationen über die Kriminalität („Kaujas Postenī“ u.a.) waren am Anfang äußerst populär¹⁷¹, später z.B. Wochenzeitung “Kriminālā Latvija” [Kriminelles Lettland] (seit 2002). Die Wochenzeitungen ersetzten zunächst Spezialzeitschriften, wie u.a. populäre Ökologiezeitung „Elpa“ [Der Atem] (1990 - 1995), Zeitung für die Seeleute “Jūras Vēstis” [Die Meeresnachrichten] (1991 - 1998) und „Izglītība un Kultūra“ [Die Bildung und Kultur] (seit 1994), früher „Skolotāju Avīze“ und “Izglītība”. Es existierten noch einige postsowjetische Wochenblätter wie die Gewerkschaftszeitung „Arods“ [Das Gewerbe] (1989 - 1993) und „Tēvzemes Avīze” (1990 - 1992) [Die Vaterlandszeitung], früher „Dzimtenes Balss“. Zu den bedeutendsten und informativsten und dann auch zu der einzigen englischsprachigen Zeitung in den baltischen Staaten etablierte sich von der Volksfrontzeitung „The Awakening“ die Rigaer Wochenzeitung „The Baltic Observer“ (seit 1992), später als „The Baltic Times“, die von GmbH „Baltic News“ herausgegeben wird. Auch die exillettischen Wochenzeitungen „Brīvā Latvija“ [Freis Lettland] für Europa und „Laiks“ [Die Zeit] für Amerika werden fortan in Riga zum Druck vorbereitet¹⁷².

Allmählich kam für die lettischen Massenmedien wieder das Zeitalter der Werbung, der

¹⁶⁶ Briksche 1994, S. 145.

¹⁶⁷ Ebenda, S. 146.

¹⁶⁸ Vgl. u.a. D’Inka 1995, S. 248.

¹⁶⁹ Hoyer, Lauk, Vihalemm 1993, S. 351.

¹⁷⁰ Vgl. Briksche 1994, S. 147.

¹⁷¹ Vgl. *Laiku Avīze* (1991-07-01).

¹⁷² Vgl.: Šaitere, Tekla: Redaktores trīs “i” : Ligita Kovtuna kļuvusi par vienu no diviem laikrakstu Brīvā Latvija un Laiks galvenajiem redaktoriem. In: *Diena* (2002-01-03), S. 14.

„nichtbesungenen Heldin der Demokratie“¹⁷³, die größere Unabhängigkeit der Redaktionen gegenüber den Eigentümer und Abonnenten sichert. Die Medienindustrie hatte sich zum selbständigen Wirtschaftszweig entwickelt, dessen Anteil am Bruttoinlandsprodukt schnell wuchs. So stiegen die Einnahmen der Medien Lettlands von Werbung 1995 - 1998 vierfach: von 12 auf 48 Millionen US-Dollars¹⁷⁴. 2001 stieg der Werbemarkt der lettischen Medien um ganze 14% im Vergleich zum Vorjahr und wurde mit 61 Millionen Euro zum größten unter den baltischen Staaten (gegenüber 57 Millionen in Litauen und 48 Millionen in Estland)¹⁷⁵. Das Verhältnis des Publikums zur Medienwerbung verbesserte sich aber nur allmählich: 1994 waren 34% positiv und 45% negativ eingestellt¹⁷⁶, 1995 entsprechend 51% und 32%¹⁷⁷, 1997 37% und 56%¹⁷⁸. Der wichtigste Werbekanal für das lettische Publikum ist dabei immer das Fernsehen gewesen, von den Zeitungen gefolgt: für 45% und jeweils 27% 1995, 36% und 33% 1997, 33% und 29% 1998, 36% und 32% 1999, wobei der Vertrauensgrad gegenüber Werbung in den Zeitungen öfters (1994 und 1997 - 1999) etwas größer war¹⁷⁹. Die Anzeigenpreise der lettischen Medien stiegen in den letzten drei Jahren um 5-7% pro Jahr, und die Entwicklung des Werbemarktes überstieg stets die Inflation dieser Anzeigenpreise¹⁸⁰. So spricht alles dagegen, daß die Werbemärkte des Baltikums aufgrund der geringen Bevölkerungszahl als zu klein angesehen werden¹⁸¹.

In 1992 erschienen noch fast die Hälfte aller in lettischer Presse veröffentlichten Anzeigen in

¹⁷³ Goubis 2001, S. 6.

¹⁷⁴ Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 54.

¹⁷⁵ <http://www.financenet.lv/news/abroad/index.php?id=26899> Pro-Kopf-Ausgaben für Medienwerbung waren 2001 in Lettland 26 Euro (in Estland – 35, in Litauen – 16, in Deutschland – 260 Euro). In Lettland wird mehr für die Fernsehwerbung ausgegeben, in Estland hingegen für die Werbung in der Presse. Das gilt auch für die Jahre 1996 - 2000. Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1997, S. 52; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 49; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 54; Emor AS 2001, S. 41, 59, 95. In Estland existiert übrigens nach der Einschätzung des Weltverbandes der Zeitungen (WAN) die freundlichste Umwelt für die Zeitungen in Mittel- und Osteuropa. Vgl.: <http://www.delfi.lv/archive/index.php?id=2427762>

¹⁷⁶ Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 29.

¹⁷⁷ Baltic Media Facts Ltd 1996, S. 40.

¹⁷⁸ Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 53.

¹⁷⁹ Baltic Media Facts Ltd 1995, S. 29; Baltic Media Facts Ltd 1996, S. 40; Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 53; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 1999, S. 50; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 56.

¹⁸⁰ Vgl.: Slokenbergs, Armands: Kas notiks ar reklāmas tirgu? In: *Diena* (2002-01-28), S. 15.

¹⁸¹ Vgl. Klein 1994, S. 21; Mjartāns 1994, S. 44.

„Diena“-Gruppe. Die Tageszeitung „Diena“ war die einzige in Lettland, in der die Anzeigen 40-60% der Druckfläche ausmachten, bei der Mehrzahl der Zeitungen demgegenüber nicht mehr als 10%.¹⁸² 1993 war der Anteil der Werbung 35% von den Gesamteinnahmen der Zeitung „Diena“¹⁸³. Ab diesem Jahr stieg die Gesamttitelzahl auf dem Pressemarkt wieder¹⁸⁴. Zudem erscheinen die Tageszeitungen im Vergleich zur Sowjetzeit mit etwa dreimal größerem Seitenumfang, auch die tägliche Sendezeit von Hörfunk und Fernsehen hat sich deutlich verlängert. Dennoch, wie auch das Beispiel der AG „Diena“ zeigte, mußten die Verleger ihre geschäftlichen Aktivitäten über den Medienbereich hinaus ausweiten, insbesondere dann, wenn sie keinen finanzkräftigen ausländischen Partner¹⁸⁵ finden konnten oder wollten. So kamen 50% der Einnahmen der AG „Diena“ 1993 nicht von der Haupttätigkeit in den Medien, sondern von finanziellen Operationen, darunter von der Teilnahme an einer Fremdfirma – der Bank „Latvijas Industriālā Banka“¹⁸⁶. Als eine Goldader für viele Jahre erwies sich für diesen Konzern der Handel mit dem Geschirr, den Servietten und Tischtüchern einmaligen Gebrauchs, den Kerzen etc. – traditionell der größte Einnahmenposten¹⁸⁷, obwohl „Diena“ als unabhängige Publikation für einflußreiche, gebildete und aktive Leute schon 1993 zur auflagestärksten Tageszeitung in Lettland mit dem 24%-Anteil auf dem Tagespressemarkt wurde¹⁸⁸. Schon 1994 verdoppelten sich die Einnahmen von Werbung für die Zeitung „Dienas Bizness“, für „Diena“ – „eine der besten Zeitungen im Baltikum“¹⁸⁹ – waren sie 32% von den Gesamteinnahmen (39% aus dem Abonnement und 28% aus dem Einzelverkauf mit durchschnittlicher Auflage 100 000 Exemplare¹⁹⁰) – der höchste Umfang unter der lettischen Tagespresse. Insgesamt verringerten sich die Auflagen der Tageszeitungen, dennoch war „Diena“ profitabel, obwohl die Ausgaben für Papier um 30%, für Druck um 25% und für die Post um 64% im Vergleich zum Vorjahr stiegen.¹⁹¹ 1995 – das Jahr der lettischen Bankenkrise – war das erste, als der ganze Gewinn der AG „Diena“ von der wirtschaftlichen Tätigkeit erzielt wurde. Die Auflage der Zeitung

¹⁸² Briksche 1994, S. 152.

¹⁸³ Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 3.

¹⁸⁴ Vgl. Skudra 1997a, S. 211.

¹⁸⁵ Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 2001, S. 245; Neverla, Kromminga 1995, S. 108.

¹⁸⁶ *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 3, 13. Das erwies sich während der Bankenkrise 1995 als verheerend und betraf u.a. die Glaubwürdigkeit der Zeitung.

¹⁸⁷ Vgl. u.a.: Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *AS Diena gada pārskats '95*. o.A., S. 3.

¹⁸⁸ *a/s Diena 1993. Gada pārskats*. o.A., S. 4f.

¹⁸⁹ D'Inka 1995, S. 252.

¹⁹⁰ Ebenda, S. 253.

¹⁹¹ Vgl.: *AS Diena Gada pārskats 1994*. o.A., S. 3ff.

„Diena“ mit der neuen Beilage „Izklaide“ [Die Unterhaltung] blieb stabil, obwohl die Reduzierung des Zeitungsmarktes noch fortging.¹⁹² 35-40% von Einnahmen bildet die Werbung, und die Zeitung ist profitabel¹⁹³. 2002 hat „Diena“ 24% des Werbemarktes der Tagespresse Lettlands und liegt damit nach wie vor überzeugend an der Spitze¹⁹⁴. Auch die Folgen der russischen Bankenkrise (1998) auf den lettischen Werbemarkt wurden 2001 endgültig überwunden.

Von Anfang an entwickelte man in „Diena“ verschiedene thematische Seiten und Beilagen, dasselbe trifft auch für „Lauku Avīze“ und „Neatkarīgā Rīta Avīze“ (insbesondere seit 2000, als ein modernes Layout und Farbendruck auch für diese Tageszeitung, u.a. erstmalig in lettischer Presse qualitative Infografiken von der Nachrichtenagentur Reuters, eingeführt wurden und sie sich hinsichtlich der Auflage wesentlich erholt hatte¹⁹⁵) zu. Die Vielfältigkeit und auch die Qualität thematischer Beilagen und Seiten, darunter über Wissenschaft und Technologien, wird am höchsten in „Diena“ gehalten, von der Thematik her der dominierenden Position dieser Zeitung in den Städten, insbesondere in Riga entsprechend, gegenüber der auf dem Lande führenden „Lauku Avīze“¹⁹⁶ mit der mehr ländlichen Thematik und nicht weniger hohen Qualität. Insgesamt ist aber in den letzten Jahren ein ständiger Auflagenfall der Tagespresse zu beobachten – von 252 Millionen Exemplaren der gesamten Jahresauflage 1994 auf 185 Millionen 1998¹⁹⁷, und seit 1998 reduzierte sich ihre Leserschaft von 81% auf 71% 2000¹⁹⁸. Auf solchem Hintergrund entfalteten die führenden Zeitungen verschiedene aktive Marketingmaßnahmen, insbesondere für junge Leute: Wettbewerbe, Leserklubs, Konferenzen (auch als Outreach-Aktivitäten im Dialog mit Publikum für die Qualitätssicherung¹⁹⁹), das Abonnieren der Zeitung per Telefon, Wohltätigkeitsaktivitäten,

¹⁹² Vgl.: *AS Diena gada pārskats '95*. o.A., S. 5, 12.

¹⁹³ Vgl. Kalniņa, Liepiņa, Slišāne 2001; Ēlerte 2001.

¹⁹⁴ Vgl.: Arāja, Dita: Pērn Dienai veicies labi. In: *Diena* (2002-03-23), S. 5. Nach wie vor ist es aber bei „Diena“ der Zustand deutscher Abonnementzeitungen nicht erreicht, wenn ganze zwei Drittel der Erlöse aus dem Anzeigengeschäft erzielt werden und nur das restliche Drittel aus den Vertriebs Erlösen stammt – vor allem aus Abonnements. Vgl.: Hellack, Georg: Presse, Hörfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. In: *IN Press Sonderthema*, SO 11 – 1992, S. 10.

¹⁹⁵ Vgl. u.a.: Neatkarīgajai pieaug abonentu skaits. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-05-03), S. 1.

¹⁹⁶ Vgl. Emor AS 2001, S. 36; <http://www.diena.lv/pardienu/dienvietir.htm>

¹⁹⁷ Vgl. Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 58.

¹⁹⁸ Emor AS 2001, S. 30.

¹⁹⁹ Vgl. Ruß-Mohl 1996, S. 104.

Homepages²⁰⁰ etc.

In diesem Trend des Zeitungsmarktes ist das lettische Phänomen der nach Leserzahl zweitgrößten Zeitung „Lauku Avīze“, die keine Tageszeitung ist und somit auf dem Markt der Tagespresse nicht direkt konkurrieren kann, bemerkenswert, denn in Estland und Litauen gibt es so was nicht. Eigentlich hatte die Entwicklung dieser Zeitung die Etablierung sowohl einer starken zweiten Tageszeitung als Konkurrenz für „Diena“ als auch einer allgemein-informativen Wochenschrift verhindert, weil „Lauku Avīze“ selbst Merkmale der beiden synthetisiert, zudem ganz bewußt wie ihrerzeit „Jaunākās Ziņas“ und „Atpūta“²⁰¹, und den entsprechenden Marktplatz erfolgreich besetzt hat, insbesondere auf dem Lande. Dort hatte „Lauku Avīze“ (seit 2000 ebenso in Farbe gedruckt) allmählich „Neatkarīgā Rīta Avīze“ (früher „Neatkarīgā Cīņa“) verdrängt. Die Grundlagen dieses Erfolgs sind vor allem das Anzeigengeschäft, die eigene Werbeagentur und viel praktische Lebenshilfe für alle Schichten der Landbevölkerung²⁰². Ein besonderer Schwerpunkt der Zeitung ist sowohl die hervorgehobene Vertretung der Leserinteressen, u.a. im Dialog mit Publikum als eine Art Ombudsman und in innerredaktioneller Auswertung der Leser-Reaktionen (Post) für die Qualitätssicherung²⁰³, in gut gemachten Interviews mit den Vertretern des ganzen politischen Spektrums als auch historischer und beletristischer Lesestoff. Vor allen Dingen ist die Zeitung äußerst informativ. Auch die kleinen Kreiszeitungen mit ihrem „natürlichen“ Meinungsmonopol vor Ort und den Auflagen je etwa zehn Tausend Exemplare spielen seit 1992/1993 eine zunehmende Rolle für die ländliche Bevölkerung, hauptsächlich aus wirtschaftlichen Gründen²⁰⁴. Als Fehlschlag erwies sich dabei die Herausgabe der dritten überregionalen Tageszeitung „Jaunā Avīze“ [Die Neue Zeitung] (1998 - 2001). „Um als Unternehmen erfolgreich zu sein, muß man etwa 30 000 Exemplare verkaufen. Die „Jaunā Avīze“ wird vom Herausgeber künstlich über Wasser gehalten und genauso die russischen Zeitungen,“ wußte Herausgeber von „Lauku Avīze“ Viesturs Serdāns schon 1999²⁰⁵.

Kulturelle Periodika und Kinderzeitschriften bekommen seit 1992 Subventionen, zunächst

²⁰⁰ Vgl. u.a.: www.nra.lv; www.laukuavize.lv; www.chas-daily.com

²⁰¹ Vgl. S. 62, 64 dieser Arbeit.

²⁰² Vgl. Skudra 1997a, S. 214.

²⁰³ Vgl. Ruß-Mohl 1996, S. 104.

²⁰⁴ Skudra 1997a, S. 218; Emor 2001, S. 30; Brikše, Vasiļjevs 1999, S. 87.

²⁰⁵ Dupuis 2000, S. 71. Der Herausgeber von „Diena“ Arvils Ašeradens nannte im Gespräch mit dem Verfasser dieser Arbeit etwas höhere Grenze – 50 000 Exemplare.

unregelmäßig, nach der Gründung des staatlichen Kulturkapitalfonds 1997 systematisch. Außerdem wurde die gesamte Presse 1992 von der Einkommensteuer befreit²⁰⁶. Diesen Umstand wußte AG „Diena“ und 11 andere Medienunternehmen in ihrer ganzen Handelstätigkeit zu benutzen, was zuerst 1995 - 1996 als umstritten sich erwies.

Nach der Privatisierung hatte sich „Diena“ lange Zeit immer mehr in die Richtung der sogenannten populären oder Boulevardpresse, jedenfalls keiner Qualitätspresse, entwickelt²⁰⁷. Erstens, die informativen und analytischen Qualitätsstandards wurden gesenkt²⁰⁸; zweitens, der kritische Abstand in der Auffassung verschiedener gesellschaftspolitischer Vorgänge wurde verloren; drittens, die Zeitung wurde zum Presseorgan hauptsächlich einer ziemlich engen wirtschaftlich-politischen Gruppierung, beziehungsweise, zum Verkünder deren Informationen und Ideen²⁰⁹.

²⁰⁶ Vgl. u.a. Briksche 1994, S. 152.

²⁰⁷ Es folgt übrigens **auch** der allgemeinen Tendenz in der westlichen Presse. Wie Wolf Schneider es formuliert: „In der Tat nähern sich Boulevard- und Tageszeitungen immer stärker einander an. Das hat gute Gründe: Das private Fernsehen befriedigt im Reality-TV immer mehr, immer zynischer und immer aggressiver die niedrigen Instinkte der Menschen, so daß der gedruckte Sex&Crime-Journalismus nicht mehr mithalten kann und stark an Auflage verliert – die Boulevardjournalismus muß seriöser werden. Die Abo-Zeitungen müssen zunehmend kämpfen um die Gunst der Leser – und so erwägen sie, von ihrer allzu großer Seriosität ein bißchen abzustreifen.“ Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 128. Stephan Ruß-Mohl sieht es ähnlich: „Es wird auch künftig nur ein kleines Marktsegment geben, in dem sich hohe Standards journalistischer Qualität durchsetzen und Aufklärung gelingt.“ Vgl.: Deutschland 2000 : Acht Experten blicken nach vorn. In: *Deutschland* (1999), Nr. 6, S. 36. Ojārs Skudra meint: „Der russische und der lettische Pressemarkt jeweils für sich sind zu klein für eine intellektuelle, qualitativ anspruchsvolle Presse.“ Vgl. Skudra 1997a, S. 217. Ob es dem so ist, läßt sich dennoch u.a. im Hinblick der Erfolge von Tageszeitungen „Jaunākās Ziņas“ und „Segodnja“ während der ersten Unabhängigkeit bezweifeln. Dazu s. S. 61ff., 68 der Dissertation. Vielmehr kommt es gelegentlich in der Presselandschaft „zu Überschneidungen beider Typen“ (Jürgen Wilke) – des Leitmediums, das eine Richtung vorzeichnet, Einstellungen lenken will, ohne sich nach dem Publikum zu richten, und des Zielgruppenorgans, das auf bestimmte Zielgruppe, an deren Lebensstil ausgerichtet und ausgesprochen bedürfnis-, ja serviceorientiert ist. Vgl. Wilke 1999, S. 304f.

²⁰⁸ Nur seit Mai 2002 ist eine wöchentliche Seite „Die Gedanken“ für intellektuelle Debatten zu aktuellen Fragen der EU-Integration u. desgl. m. eingeführt worden.

²⁰⁹ Mehr dazu in den Kapiteln 3.2 und 3.3.3 dieser Arbeit. Dabei wird aber vergessen, daß die Zukunft der Zeitung vor allem in unparteiischer und umfassender Information liegt und daß „zu große Nähe den Blick auf den anderen verstellt“. Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 256, 283. „Nun gehört es zu den Rechten des Verlegers, die Grundlinie einer Zeitung zu bestimmen,“ dennoch „obendrein ruiniert es den Ruf und die ökonomische Basis von Medien, wenn sie sich durch dick und dünn an bestimmte politische Gruppen binden“; sie werden „dort, wo sie wirklich rabiat Politik machen, ungläubwürdig“. Vgl. Löffelholz 2000, S. 190.

Solche ziemlich ähnliche Entwicklungen bezüglich sowohl der Zeitung „Diena“ als auch früher „Atmoda“²¹⁰ haben offensichtlich gemeinsame, sogar allgemeine Ursachen. Die Glaubwürdigkeit – das größte Kapital der Medien – der Presse Lettlands war dabei seit 1996 auffallend, etwa zweimal, niedriger als für Hörfunk und Fernsehen, jeweils 22-30% gegenüber 48-59% und 46-53%²¹¹, nur in letzter Zeit hatten sich diesen Zahlen zur 53% gegenüber 64% verbessert²¹². Diese Prozentpunkte zeigen den jeweiligen Vertrauensgrad in der Bevölkerung. Die Medien insgesamt haben dabei die besten Noten im Vergleich zu allen anderen öffentlichen Institutionen. Auf die Frage, in welchem Maße man Vertrauen hat, daß die Medien als Gesamtheit kompetente, faire und gerechte Entscheidungen treffen, antworten dennoch 62% der Bevölkerung und 73% der Parlamentsmitglieder: „Ziemlich wenig oder überhaupt nicht“²¹³. Kompetenz und Fairneß der Medien wird als relativ niedrig bewertet, ihr Einfluß auf politische Entscheidungen – als mittelmäßig. 51% der Bevölkerung, 68% der Beamten in den Ministerien und 78% Parlamentsmitglieder meinen, daß „Journalisten kein Interesse an ernsthafter Politikanalyse haben – sie suchen nur Skandale“.²¹⁴ Gewiß ist das nicht gerade Qualitätsstempel für die Medienarbeit. Berührt sind dabei nicht nur Berufsethik und journalistische Professionalität, es geht auch um die Glaubwürdigkeit des Journalismus beim Publikum und damit auf lange Sicht um die Marktchancen medialer Produkte²¹⁵. Am Ende schrumpft die verkaufte Auflage zusammen. In den letzten Jahren, wie hier eben ausgeführt wurde, ist ein ständiger Auflagenfall zu beobachten. Zum Vergleich: In Estland hat man mit einem potenziell kleineren Leserkreis fast dieselben Zeitungsauflagen und sogar teilweise höhere²¹⁶, was nicht nur mit Unterschieden im Lebensstandard zu erklären ist.

²¹⁰ Vgl. S. 118 der Dissertation.

²¹¹ Vgl. Skudra 1997a, S. 217; Rutkēvičs, Ainārs: Zūd ticība tiesu varai. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-12-28), S. 2.

²¹² Sabiedriskās domas aptauja par politisko un ekonomisko situāciju Latvijā : Galvenie rezultāti. o.A. : “Latvijas Fakti”, Februar 2002, S. 22. – Unveröffentlichtes Manuskript.

²¹³ Tisenkopfs 2001, S. 46.

²¹⁴ Ebenda, S. 82f.

²¹⁵ Vgl. Ruß-Mohl, Fengler 2000b, S. 8. „Wo Medien jedoch Menschen bewusst beeinflussen und bevormunden, verlieren sie ihre Glaubwürdigkeit und langfristig auch ihr Publikum.“ Vgl. Stolte 2001, S. 63.

²¹⁶ Vgl. Emor AS 2001, S. 32f, 154f. 2000 hatte man in Estland mit 237,3 Zeitungsexemplaren auf je Tausend Einwohner 73 Exemplare mehr als in Lettland. Vgl.: <http://www.delfi.lv/archive/print.php?id=2427762> Zudem waren Letten noch vor ein paar Jahren die größten Zeitungsleser der Welt: 96% hatten jeden Tag eine Zeitung gelesen. Vgl.: Tidbits. In: *CITY PAPER – The Baltic States* (2002), Nr. 58, S. 97.

Leider hat sich der Gesichtspunkt im analytischen Material der Zeitung „Diena“, offenbar von der Schriftleitung geführt, obwohl der Zeitungsverleger – die AG „Diena“ – vom schwedischen Kapital kontrolliert wird²¹⁷, immer mehr in Interessen einer wirtschaftlich-politischen Gruppierung eingeschränkt und hat damit nach und nach einen breiteren ideellen Einfluß verloren²¹⁸. Es ist offenbar auch Folge eines fehlerhaften Rollenmusters gewesen, das, statt nur den öffentlichen Dialog anzuregen, die Hilfe zur Lösung der gesellschaftlichen Probleme vorsieht („solutions journalism“)²¹⁹. Die Zeitung, im ganzen genommen, hat deshalb in großem Maße die ehemalige progressive Vorhutrolle in der Entwicklung der Medien und der Gesellschaft Lettlands verloren. Sogar in der Informationsfülle ist nicht selten eine eingeeengte Sicht spürbar²²⁰, zu schweigen überhaupt, daß man lebendige Reportagen darüber, wie es „dem kleinen Mann“ geht, fast gar verschwunden sind²²¹. Dennoch, was die anderen Massenmedien angeht: Den Einfluß des Meinungsführers nicht nur hinsichtlich der gesellschaftlichen „Tagesordnung“²²², sondern auch in der Bildung der „Tagesordnung“ für andere Medien²²³ zu gewinnen, ist es in letzter Zeit nur der Wochenschausendung der privaten Fernsehanstalt LNT „Nedēļa” [Die Woche] (seit 1996) gelungen. Dies sieht man bei der Themensetzung wie z.B. über die sogenannten „Oligarchen“ in Lettland. Gerade solche Monopollage eines tonangebenden (d.h. von anderen am meisten zitierten) Druckmediums,

²¹⁷ Es gibt aber deutliche Anzeichen, spätestens seit 1999, wenn es 51% der Aktien und damit formelle Kontrolle von AG „Diena“ erwarb, daß dieser westlicher Verlag in erster Linie Geld verdienen und nicht in politische Abhängigkeiten begeben will. Es folgt dem Grundsatz, daß die westlichen Anteilseigner in der Regel in die Redaktionspolitik nicht einmischen.

²¹⁸ Dennoch findet „Diena“ nach wie vor als seriöse national bzw. überregional verbreitete Zeitung ihre Leser bevorzugt in den einflußreichen und meinungsführenden Schichten der Bevölkerung, bei Politikern, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und in der Wirtschaft. Vgl.: Hellack, Georg: Presse, Hörfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. In: IN Press Sonderthema, SO 11 – 1992, S. 10.

²¹⁹ Vgl. Ruß-Mohl 2000a, S. 20; Ločmele 1999.

²²⁰ Vgl. Ločmele 1999; Kalniņa, Liepiņa, Slišāne 2001.

²²¹ Solches Defizit der Genre-Vielfalt (eines von Qualitätsmaßstäben) ist zudem für die gesamte lettische Presse charakteristisch, weil Genre-Vielfalt (Reportage, Diskussion, Porträt-Interview) ein höheres Professionalismus-Niveau der Journalisten erfordert, was fehlt. Vgl. Kruks 2001, S. 5.

²²² U.a. die Nachrichteninhalte werden von den Rezipienten aufgrund der Vorgaben der Medienproduzenten für entsprechend wichtig gehalten. Dadurch entsteht eine Rangordnung wichtiger Ereignisse im Bewußsein der Rezipienten. Vgl. Thomaß 2001, S. 56.

²²³ Vgl. Noelle-Neumann 1999, S. 555; Ruß-Mohl, Fengler 2000b, S. 11. So hat „Diena“ in Lettland ähnlichen Stellenwert wie „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ in Deutschland, die „Themen setzt statt nur über sie zu berichten“ und „entscheidet, was ein Thema ist“. Vgl.: Broder, Henryk B.: Die „taz“ unserer Tage : Auf dem Weg vom Börsenblatt zur Hip-Hop-Zeitung – die „FAZ“. In: *Der Tagesspiegel* (2000-07-31), S. 31.

sogenannten Leitmediums²²⁴, wenn bloß eine Ausgabe „Herr der Lage“ ist, schafft die Bedingungen dafür, diese Situation in Interessen engerer Kreise auszunutzen. Das ist ja kein Merkmal einer vollwertigen und gesunden Vielfalt der Gesichtspunkte in der Gesellschaft und damit keine gute Voraussetzung für einen freien Gedankenaustausch. Das Ausbleiben des Wettbewerbs verursacht einen ständigen Fall der Pressequalität und auch Probleme bei tiefgehend interessierten Lesern, eine qualitative Information zu erhalten²²⁵, – das führt ja dazu, daß die Gestalter der entsprechenden Publikation in die Selbstzufriedenheit verfallen. Es sieht so aus, daß dieses im Laufe der Zeit gerade mit der Zeitung „Diena“ passiert ist. Dabei, wegen des bedeutenden Einflusses von „Diena“ (auch weil, daß die Zeitung hohe professionellen Standards, hohen Seriositäts- und Qualitätsanspruch u.a. als Forum für intellektuelle Debatten und Integration erhoben hat²²⁶), der eine besondere Verantwortung an die Gestalter dieser Publikation stellt, wurden auch andere Medien negativ beeinflusst. Solche Entwicklung wurde zum Symbol einer Tendenz, die unabhängige Beobachter, z.B. der renommierte amerikanische Analytiker Paul Gouble, mit Recht als „Vergelbung“ (hin zur Yellow Press) der Presse Lettlands²²⁷ bezeichnet haben.

²²⁴ Vgl. u.a. Noelle-Neumann 1999, S. 558.

²²⁵ Unter diesem Begriff versteht man die Verwirklichung seitens der Medien nicht nur reiner Informations-, sondern auch regulativer Funktionen – Hilfe für das Publikum beim Verstehen und Interpretation aktueller Veränderungen und Teilnahme der Journalisten an der Konstruktion sozialer Realität. Dies ist eine Voraussetzung für das Entstehen der Qualitätspresse. Vgl. Vihalemm 1995, S. 235f. Dafür braucht man in Lettland höhere journalistische Standards und höheres Vertrauen den Medien seitens der Gesellschaft und Institutionen. Vgl. auch Tisenkopfs 2001, S. 79.

²²⁶ Vgl. Ēlerte 1998, S. 352. Neben der in lettischer Presse üblichen innerredaktionellen Blattkritik wurden von Anfang an in verschiedenen Stadien der Produktion von „Diena“ differenzierte Qualitätssicherungsinstrumente betrieben: im journalistischen Produktionsprozeß Quellenvielfalt, Überprüfung an Nachrichtenwerten (man hatte z.B. Themen schriftlich formuliert, welche die „Diena“-Leser aufregen) und Konkurrenzprodukten (beim Themenwahl), Absicherung durch zweite Quelle und Quellenkritik (bei der Recherche), Writing Coaches und Gegenlesen (beim Schreiben und Redigieren/Präsentation) und für Rückkopplung/Korrektur die Leserforschung (innerredaktionell) und Corrections-Spalte (im Dialog mit Publikum). Nur Überprüfungs- und Gegenrecherche bleibt aus. Später kamen im Dialog mit Publikum auch Aktionsjournalismus besonders berühmter Reporter und Medienjournalismus dazu, ebenso in „Lauku Avīze“. Vgl. Ruß-Mohl 1996, S. 104. Auch zuletzt wurden neue interne Qualitätskriterien für die Nachrichtentexte von „Diena“ festgelegt, um ihre Konkurrenzfähigkeit zu steigern in der Situation, wenn viele Informationen kostenlos zugänglich sind. Vgl.: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 6. Auch im Nachrichtendienst des privaten Fernsehsenders LNT werden die Nachrichtenwerte einem festgeschriebenen Muster innerer Redaktionskontrolle unterstellt und die Journalisten entsprechend gefördert und honoriert.

²²⁷ Vgl.: Goubles : Baltijas prese kļūst “dzeltenāka”. In: *Diena* (1999-09-18), S. 8. Ähnliches hatte bezüglich Estland dessen Präsident Lennart Meri geäußert. Vgl.: Upleja, Sanita: Meri ASV kritizē igauņu presi. In: *Diena*

Man muß ja schlußfolgern, daß es für die weitere Entwicklung der Tagespresse Lettlands das Erscheinen nicht nur einer ökonomischen, sondern stärker publizistischen Konkurrenz zu „Diena“, die als sich stets entwickelnde Erstanbieter am Markt wegen der „Anzeigen-Auflagen-Spirale“ im Prinzip eine uneilholbare Position hat²²⁸, von unumgänglicher Not ist. Es ist möglich, daß es eine solche Konkurrenz endlich allmählich in Gestalt der von der AG „Preses nams“ veröffentlichten Tageszeitungen „Neatkarīgā Rīta Avīze“ und „Rīgas Balss“ entsteht. Oder – das Phänomen der vitalen, eben sich stets entwickelnden „Lauku Avīze“ wird auch diesmal einmischen. Damit könnte sowie der Pressemarkt und der Arbeitsmarkt der Journalisten lebendiger als auch der Ideenwettbewerb ohne ein Wahrheitsmonopol gesunder werden. Somit könnte das von der Erdöltransportaktiengesellschaft „Ventspils nafta“ seit 1998 in „Preses nams“ investierte Kapital (bis jetzt die größte einheimische Investition in das Pressegeschäft) eine positive Bedeutung haben, weil ohne Kapital gewiß keine Pressewirtschaft und keine Entwicklung jener möglich wäre. Wenn dabei mit Dumpingpreisen gehandelt wird²²⁹, kann das auch als eine Nebenerscheinung des wirtschaftlichen Wettbewerbs – der bewegenden Kraft – gesehen werden. Auch im Vergleich zu Estland und (weniger) Litauen besteht in Lettland noch kein wirklicher publizistischer Wettbewerb in der politischen Tagespresse. Damit die Presse Lettlands neuen Erfolg erzielen könnte, sollte man aber, der Prognose des Verfassers dieser Dissertation entsprechend, zumindest einige Voraussetzungen erfüllen. Erstens, in der AG „Preses nams“ sollen die Verhältnisse zwischen der Redaktion und dem Verleger frei und professionell geregelt werden, was noch nicht der Fall ist²³⁰. Zweitens, „Neatkarīgā Rīta Avīze“ sollte ihre Qualität steigern (mit Recht kann man nach wie vor fragen, ob diese Zeitung endlich qualitativ wird²³¹). Drittens, als Partnerin im Wettbewerb soll „Diena“ ihrerseits an Qualität nicht mehr verlieren (dieser Prozeß ist 2001/2002 u.a. mit der Stärkung der Meinungsseiten gestoppt

(1999-10-16), S. 7.

²²⁸ Vgl. Weischenberg 1992, S. 250.

²²⁹ Vgl.: Ašeradens, Arvils: Prezidenta ziņojums. In: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 4.

²³⁰ Dazu ferner im Kapitel 3.3.3 dieser Arbeit.

²³¹ Das Grundproblem bleibt dabei: Einerseits will „Neatkarīgā Rīta Avīze“ sich als Substitut für (Erstanbieter) „Diena“ anbieten, andererseits muß sie alternative Angebote machen, um sich von „Diena“ zu unterscheiden. Beides gelingt für diese Konkurrenzzeitung bisher nur sehr bedingt, obwohl angeblich u.a. die Wertausrichtung in der vom Aufsichtsrat der AG „Preses nams“ bestätigten Entwicklungskonzeption der Zeitung formuliert wurde und eine „Gruppe der Analytiker“ für den investigativen Journalismus im Verlag tätig ist. Vor allem fehlt in „Neatkarīgā Rīta Avīze“ eine ernsthafte Analyse. Vgl. Weischenberg 1992, S. 250f.

worden).

Es ist dabei hinzuweisen, daß für Printmedien, insbesondere für Tages- und Wochenzeitungen, heutzutage im Zeitalter des Fernsehens im Wettbewerb mit dem Rundfunk und den neuen Medien im Internet, das sich in Lettland auch bezüglich der Nachrichtenverbreitung entfaltet, die Hauptmöglichkeit des Bestehens und der Entwicklung gerade in der Qualitätsverbesserung bei der Informationsaussonderung und bei der Umschau und Analyse der Nachrichten liegt²³². Einer Umfrage der „BMF Gallup Media“ zufolge interessieren sich die Leser in Lettland für innenpolitische Vorgänge viel mehr als für Freizeitlektüre²³³. Unersetzlich ist dabei der investigative Journalismus²³⁴. Die Grundinformation wird gesammelt und an die Redaktionen von den Nachrichtenagenturen geliefert – in Lettland wird das in erster Linie von der nationalen Agentur GmbH LETA geleistet²³⁵. Auch die zunächst estnische, seit 2001 der finnischen Wirtschaftszeitung

²³² Es ist u.a. von der Gefahr die Rede, daß sich die Bildungselite Lettlands von den lettischen Medien möglicherweise immer mehr gerade wegen der fehlenden Qualität abwendet und nur den ausländischen Angeboten, insbesondere im Internet, zuwendet. Vgl. Brikše, Vasiljevs 1999, S. 86. Paradox, aber gerade in diesem Punkt kann man den beiden Autoren nicht zustimmen, daß die Senkung der Medienqualität hinsichtlich der Analyse und statt jener mehr Unterhaltung nur als Folge des Drucks der Marktkräfte zu sehen ist. Vgl. Brikše, Vasiljevs 1999, S. 86f. Zu den drei gängigen Verfahren der Qualitätsbewertung gehört ja nicht nur Expertenurteil, sondern auch Publikumsgunst und indirekte Indikatoren. Stephan Ruß-Mohl fügt hinzu: „Die Marktkräfte bedürfen zur Qualitätssicherung der Ergänzung durch Professionalisierung – und Professionalisierung heißt nicht zuletzt: besseres redaktionelles Management.“ Qualitätsmaßstäbe im Journalismus sind von Publikum/Zielgruppe (Alter, Bildung, Interessen (special/general), Einkommen, Schicht usw.), Funktionen (Information, Orientierung, Kritik und Kontrolle, Integration, Unterhaltung usw.), Selbstverständnis der Journalisten (neutraler Vermittler („Transportarbeiter“), Anwalt, „Vierte Gewalt“ usw.), Medium (Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk, Fernsehen usw.), Aktualität/Periodizität (live, stundenaktuell, tagesaktuell, wöchentlich, monatlich) und Genre (Nachricht, Reportage, Feature, Kommentar usw.) abhängig. Sehr sinnvoll kann es sein, Medienprodukte innerhalb desselben Marktsegments zu vergleichen. Vgl. Ruß-Mohl 1996, S. 102, 103, 107, 109. Jeder Rezipient befindet sich gleichzeitig in zwei Rollen – des Marktteilnehmers und des Staatsbürgers, entsprechend unterschiedlich sind in beiden Rollen Informationsnachfrage (Eigenbedarf, Eigennutz – gegenüber politischer Teilhabe), Qualitätsmaßstab (einerseits Einschaltquote, Verkaufsauflage, andererseits Expertenurteil), Entscheidungsregel („Abstimmung am Kiosk“ und Mehrheitsvotum), Informationslieferung (Holschuld und hingegen Bringschuld) und Infrastrukturbedarf (gering, dagegen – größer als am Markt). Vgl. Ruß-Mohl 1994b, S. 248.

²³³ Dažādu rubriku lasīšana presē. In: *Diena* (2000-02-12), S. 3.

²³⁴ Vgl. u.a. Schneider, Raue 1998, S. 44.

²³⁵ Es arbeiten auch lettische Fotoagentur A.F.I. und bis vor kurzem (2001), als es dem „Baltic News Service“ (BNS) verkauft wurde, – auf die Features spezialisierte Agentur „NIP Media“. Vgl. Domburs, Rušeniece 2000.

„Kauppalehti“ („Kauppalehti OY“; Gruppe „Alma Media“) gehörende Nachrichtenagentur BNS hat sich als GmbH BNS - Latvia in Lettland etabliert. Die Tages- und Wochenausgaben der Presse haben ihrerseits in dieser Konkurrenzsituation und in der Informationsgesellschaft die führende und unersetzliche Rolle in der Hinsicht, daß diese als Wegweiser funktionieren, welche den Leuten bei der Orientierung helfen, konkret – die Presseausgaben schaffen das Orientierungsvermögen in riesiger Informationsfülle der sich ständig wandelnden und immer mehr weiter vernetzten Welt. Das bedeutet, man soll ja einen Direktionspunkt geben – ja, auch eine bestimmte Einstellung, welche sich aus einer früher geleisteten und zuverlässigen Aussonderung und Analyse der Information ergibt. Dabei soll die Ausgabe gut übersichtlich sein, um die Möglichkeit einer schnellen Orientierung zu bieten – öfters einer schnelleren als in der Information aus dem Internet. Für Printmedien bedeutet das einen großen Vorzug. Nur in einer solchen Weise wird es ja für die Tages- und Wochenpresse schon in allernächsten Zeit möglich sein, mit der Operativität, Anschaulichkeit und dem Beiseinseffekt des Fernseh- und Hörfunks zu konkurrieren. Dasselbe betrifft auch die Konkurrenz mit den weit angebotenen Möglichkeiten zum Informationserwerb seitens des Internets.

Bei den **Magazinen** haben seit 1993, als sich ein neues Zeitschriftensystem Lettlands herausgebildet hatte, die Frauenzeitschriften die Konjunktur. Viele postsowjetische Zeitschriften hatten nicht überlebt, wie z.B. die populär-wissenschaftliche Monatsschrift „Atklājums“ [Die Entdeckung] (1991 - 1992), früher „Zinātne un Mēs“ [Die Wissenschaft und wir] (1990 - 1991) und „Zinātne un Tehnika“, die Zeitschriften „Dambrete“ [Das Damespiel] und „Šahs“ [Das Schachspiel]. Dennoch für Freizeit und praktische Ratschläge sind hauptsächlich Zeitschriften geeignet, insbesondere die vielen Frauenzeitschriften, einschließlich der äußerst populären Infotainment („general interest“)-Wochenschriften „Ieva“ und „Aija“ (seit 1999)²³⁶ sowie die wöchentliche Boulevardpublikation „Privātā Dzīve“ mit der drittgrößten Leserzahl unter Zeitschriften Lettlands²³⁷, die Wochenschriften zu Fernseh- und Rundfunkprogrammen, als auch die verschiedenen Fach- und Spezialzeitschriften für den spezialisierten Informationsjournalismus. Die Druckaufträge von illustrierten Zeitschriften werden aus Kosten- und Qualitätsgründen nicht selten an ausländische Firmen gegeben, besonders in Finnland und Estland. Auch die Fülle der akademischen und populär-wissenschaftlichen Presse in lettischer Sprache ist erheblich erweitert worden, insbesondere in der Geschichts- und Archivwissenschaft, wie Vierteljahresschrift „Latvijas Vēsture“ [Die

²³⁶ Vgl. Emor AS 2001, S. 55.

²³⁷ Ebenda, S. 52.

Geschichte Lettlands] (seit 1991). Es erscheinen auch mehrere Kunst- und Literaturpresseausgaben, z.B. „Māksla Plus“ [Die Kunst plus] (seit 1997), und viele esoterische Publikationen. Dagegen existieren die ehemals sehr populären kulturellen Wochenzeitungen heute fast nicht mehr. Insgesamt verlor, ähnlich wie auch in Polen²³⁸, die Kultur, die traditionell eine wichtige Rolle spielte, da sie oppositionelle Inhalte zwischen den Zeilen hindurchschmuggelte, ihre ehemals exponierte Stellung in der Gesellschaft. Aus dem homogenen Massenauditorium bildeten sich fragmentierte Leser-, Hörer- und Zuschauergruppen. Doch bis jetzt verlegt man noch keine ernsthafte Publikumswochenschrift allgemein-informativen Typs (general interest magazin²³⁹) – das Nachrichtenmagazin vor allem für sog. „Info-Elite“²⁴⁰, obwohl die baltischen Nachbarn, Esten in Estland und Litauer in Litauen, schon seit Jahren einen solchen Lesestoff haben²⁴¹ und dieser Ausgabentyp mit seinem Anzeigen- und tonangebendem Potential²⁴² bestimmt eine Zukunft auf dem modernen Pressemarkt auch unter Umständen der Kommerzialisierung der Medien hat, da die Letten zudem die Presse hauptsächlich in ihren Büros lesen²⁴³. Dennoch verzichteten die lettischen Verleger in dieser Hinsicht merkwürdigerweise noch und nochmal auf die sowohl in der hiesigen als auch in der ausländischen Praxis überprüfte und auf Bedürfnisse des Leserkreises orientierte Typologie der Presseausgaben²⁴⁴ und dagegen sich einer überzeichneten Boulevardisierung zuwandten. Als Beispiele könnte man hier die Wochenzeitungen „Tev“ [Für Dich] (1993 - 1994), „Fokuss“ [Der Fokus] (1997 - 1999)²⁴⁵, „Domas“ [Die Gedanken] (2000)²⁴⁶ und „Jā“ [Ja] (seit 2002) nennen²⁴⁷.

²³⁸ Vgl. Hadamik 2001, S. 160.

²³⁹ Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 335.

²⁴⁰ „Ohne Information keine Kommunikation, denn schließlich muß über etwas gesprochen werden, das eine Mitteilung lohnt,“ stellt Niklas Luhmann fest. Deswegen sind „Programme“, u.a. verschiedene Presstypen, notwendig, die das, was als Information erwartet werden kann bzw. ohne Informationswert bleibt, in „Selektionsbereiche“ aufgliedern. Luhmann 1996, S. 38, 121, 129, 182f.

²⁴¹ Es geht um estnische zweiwöchentliche Zeitschrift „Luup“ und litauische Wochenzeitschrift „Veidas“, die 2000 jeweils 50 Tausend und 53 Tausend Leser erreichten. Vgl. Emor AS 2001, S. 51.

²⁴² Vgl. Noelle-Neumann 1999, S. 558.

²⁴³ Vgl.: Hiršfel'd, Sergej ; Ulsts, Kaspar : *Pressa s harakterom : Gendirektor Baltic Media Facts Latvia znaet latvijiskij media bol'se drugij*. In: *Telegraf* (2002-03-27), S. 5. Auf dem russischen Pressemarkt in Lettland entstand eine solche Publikation „Kommersant Baltic“ 2001.

²⁴⁴ Ferner dazu Mayn 1999, S. 115ff.

²⁴⁵ Vgl.: Gabre, Antra ; Jokste, Silvija: *Žurnālistikā dzīvo pēc tirgus likumiem*. In: *Rīgas Balss* (1999-03-12), S. 10.

²⁴⁶ Vgl.: Prokopova, Evita: *Neizdodas radīt ietekmīgu partijisku avīzi*. In: *Diena* (2000-09-27), S. 4.

²⁴⁷ Anders in Estland, wo Wochenzeitung „Eesti Express“ (seit 1989) eine Auflage von 50 000 Exemplaren

Es gibt seit dem Herbst 2000 bereits vier lettischsprachige Nachrichtenportale im **Internet**, darunter das erste Portal der Fernsehnachrichten im Baltikum, dennoch ist der Werbemarkt im Internet noch unterentwickelt²⁴⁸. Die größten und populärsten Nachrichtenportale sind www.delfi.lv (Anfang 2001 57 000 Besucher pro Tag), www.tvnet.lv und www.apollo.lv²⁴⁹. Für die weitere Entwicklung der lettischen neuen Medien (Online-Medien), welche die Möglichkeiten der alten Medien in ein Medium integrieren und viele eigene Entwicklungspotentiale noch nicht ausgenutzt hatten²⁵⁰, und Muldimedia (in Verbindung mit den traditionellen Medien²⁵¹), wo Fernsehen, Radio, Zeitung, Buch, Video, CD-Rom und Computer zu einer Technologie verschmelzen²⁵², bleibt die Computer- und Internetzugänglichkeit entscheidend. Die letztere wird bis zur Abschaffung der Monopolstellung des staatlichen Unternehmens „Lattelekom“ 2003 im Bereich der Telefonleitungen in großem Maße verteuert, z.B. im Vergleich zu Estland, und auch volle Digitalisierung des Telefonnetzes (2000 nur 45%) ist bis 2002 im Regierungsprogramm „e-

schon 1994 erreichte: „Wirtschaftsorientiert und mit ambizioniertem Kulturteil hat es die junge Redaktion – Durchschnittsalter 27 Jahre – geschafft, die Zeitschrift von dem Boulevard-Image zu befreien, das ihr anfangs anhaftete.“ Vgl. D’Inka 1995, S. 254. Auch in den letzten Jahren hat diese Zeitung führende Positionen auf dem estnischen Zeitungsmarkt. Vgl. u.a. Emor AS 2001, S. 30. Wochenzeitungen erreichen ihre Leser bevorzugt am Wochenende und bemühen sich engagiert, politisches, wirtschaftliches und geistiges Leben analytisch zu erschließen. Aus Sicht lettischer Verleger müssen sie aber vielmehr unterhalten. Vgl.: Hellack, Georg: Presse, Hörfunk und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland. In: IN Press Sonderthema, SO 11 – 1992, S. 12.

²⁴⁸ Dazu weiter Feists 2000; Feders, Gints: Bums ir rimis, sākas pilnveidošanās : Interneta saturs organizētāji sāk apjaust konkurences rašanos. In: *Diena* (2000-10-30), S. 17; Rulle, Baiba ; Feders, Gints: Interaktīvās reklāmas tirgus rāpjas laukā no bērna autiņiem : Latvijā internets vēl tikai iekaro vietu reklāmas tirgū. In: *Diena* (2000-10-30), S. 18.

²⁴⁹ Vgl. Emor AS 2001, S. 136; Lisovskis, Normunds: Bagātību sala. In: *Kapitāls* (2000), Nr. 11, S. 15; Feders, Gints: Populārāko interneta adresu saraksta galvgalī – portāli. In: *Diena* (2001-02-19), S. 16. Zur jeweiligen Entwicklung in Estland und Litauen s. Möldre 2000; Macevičiūtē 2000.

²⁵⁰ Davon zeugt u.a. der Aufruf der lettischen Massenmedien zu Parlament und Regierung „Medien für Informationsoffenheit und e-Verwaltung in Lettland“ von 13. September 2001, wo die Einrichtung eines Internetportals für öffentliche Information u. desgl. m. gefordert wird, und die innovative und international viel beachtete Arbeit des Rigaer Zentrums für Kultur der neuen Medien (Rīgas Jauno mediju kultūras centrs RIXC), s. www.rixc.lv. Vgl. auch Raudseps 2001b; Crichton, Michael: Lauf, Leser, lauf schneller : Die neuen Medien und die Beschleunigung des Erzählens. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (2000-04-15), S. I, II.

²⁵¹ Vgl. S. 147, 150f., 157 der Dissertation. Sowohl die lettischen Nachrichtenagenturen LETA und BNS als auch Lettisches Fernsehen und das LNT-Fernsehen bieten eigene Nachrichten auf ihren Internet-Seiten an: www.leta.lv, <http://bnsnews.bns.lv>, www.ltv.lv und www.lnt.lv.

²⁵² Vgl. Bergsdorf 2000, S. 224f.

Lettland“ ebenso vorgesehen²⁵³. Sonst besteht eine ernste Gefahr, daß sich die Bevölkerung durch unterschiedlichen Zugang zum Internet und damit zur Information in zwei ungleiche Gruppen teilt²⁵⁴. So hatten in 2000 13% von Einwohnern Lettlands das Internet benutzt (2002 – 16%, von den Beschäftigten – schon 21%²⁵⁵), darunter mehr als Hälfte in Riga, 1999 – 6% und 1998 – 4%, den Computer hingegen jeweils 29%, 25% und 23%²⁵⁶. Einen Computer besaßen 1995 nur 2% der Bevölkerung, 1999 – 6%, 2000 – 10 - 12%²⁵⁷. Einen Internet-Anschluß zu Hause hatten in 2000 nur 1% der Haushalte²⁵⁸. Somit ist Lettland nach der Nutzung des Internets den führenden – nordischen – Staaten um 3 - 4 Jahre zurückgeblieben, auch 1,5 - 2 Jahre dem nordischen Nachbar Estland; Litauen hingegen bleibt ihrem nordischen Nachbar – Lettland – 1 - 1,5 Jahre zurück²⁵⁹.

²⁵³ Vgl. u.a. Emor AS 2001, S. 10; Virtmanis, Andris: Interneta demogrāfija : Tarifu samazināšana ir būtisks solis attīstībā. In: *Diena* (2000-09-25), S. 15, 17; Mozerts, Vitālijs: Kāda bērnība internetam? : Galvenie šķēršļi interneta attīstībai – izmaksas. In: *Diena* (2000-10-30), S. 17; Feders, Gints: Labā griba valsts informatizācijā : IT speciālisti nupat izstrādāto programmu e-Latvija vērtē visnotaļ cerīgi. In: *Diena* (2000-10-30), S. 15; Sociāli-ekonomiska programma eLatvija (<http://www.lem.gov.lv/Lv/News/Inform/e-Latvija.stm>)

²⁵⁴ Vgl. Briķše, Vasiļjevs 1999, S. 79.

²⁵⁵ Vgl.: Latvijā internets attīstās straujāk nekā Igaunijā. In: *Diena* (2002-05-23), S. 6.

²⁵⁶ Vgl. Emor AS 2001, S. 134, 136; Feders, Gints: Interneta burbulis vēl nesprāgs : Straujāk nekā lietotāju skaits palielināsies pašreizējo lietotāju darbošanās ilgums internetā. In: *Diena* (2001-02-19), S. 15.

²⁵⁷ Skudra 1998, S. 397; Baltic Media Facts Gallup Media (Balti Meediateabe AS) 2000, S. 46; <http://www.lia.lv>

²⁵⁸ Vgl.: Feders, Gints: Labā griba valsts informatizācijā : IT speciālisti nupat izstrādāto programmu e-Latvija vērtē visnotaļ cerīgi. In: *Diena* (2000-10-30), S. 15.

²⁵⁹ Vgl.: Virtmanis, Andris: Interneta demogrāfija : Tarifu samazināšana ir būtisks solis attīstībā. In: *Diena* (2000-09-25), S. 17.

3.2. Die Medien im politischen System des Landes

Der Prozeß der demokratischen Stabilisierung und desto mehr noch – der Herausbildung eines Rechtsstaates – ist in Lettland, der Verfassung zufolge eine klassische parlamentarische Demokratie, noch nicht zu Ende. Davon zeugt auch eine in den soziologischen Umfragen öfters festgestellte Entfremdung zwischen Macht und der Gesellschaft²⁶⁰, fehlende politische Offenheit bei der Erörterung und Verabschiedung wichtiger politischer Entscheidungen²⁶¹, ebenso das unreife System demokratischer politischer Parteien²⁶², die wirkungslose gesetzliche und gerichtliche Macht²⁶³ sowie leider auch die zunehmende Bedrohung tatsächlicher, nicht nur deklariertes Pressefreiheit²⁶⁴. Darüber hinaus, Lettland befindet sich als assoziiertes Mitglied vor einer weiteren Integration in die Europäische Union, welche, ebenso wie die Wiederherstellung der Unabhängigkeit des Landes, die ganze Gesellschaft und die geostrategische Lage im Nordosten Europas, insbesondere in den Beziehungen zu Rußland, identitätstiftend berührt und durchwirkt²⁶⁵. Es wird ja offensichtlich bezüglich des EU-Beitrittes eine Volksabstimmung stattfinden²⁶⁶, weil der Beschluß politisch viel zu

²⁶⁰ Vgl. Tisenkopfs 2001, S. 46f; Skudra 1997a, S. 217; Tisenkopfs 1999, S. 93ff; Iedzīvotāju uzticēšanās līmenis valsts un sabiedriskajām institūcijām (visi respondenti). In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-12-02), S. 1.

²⁶¹ Vgl. Tisenkopfs 2001, S. 66.

²⁶² Vgl. Zīle 2001, S. 274-306; Zepa 1999.

²⁶³ Vgl. u.a. Jundzis 1998b, 179-187; Rutkēvičs, Ainārs: Zūd ticība tiesu varai. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-12-28), S. 1f.

²⁶⁴ Vgl. Kapitel 3.3.3 dieser Arbeit. So widerspricht auch z.B. die politische Wirklichkeit Rußlands, u.a. hinsichtlich der Medien, der eigenen Verfassungsprinzipien, ganz im Sinne der sowjetischen Rechtstradition. Vgl. Trautmann 2001, S. 204f.

²⁶⁵ Vgl. u.a. Huterer, Krumrei 2001, S. 32f; Freter-Bachnak 2001; Henning, Strupišs 1995; Lejinš 2000; Vilpišauskas, Steponavičiene 2000; Zīle 2000; Dimants 2000a; Lettland 2000 2000; Stellungnahme der Kommission zum Antrag Lettlands auf Beitritt zur Europäischen Union 1997; Jundzis 1998b, S. 77-100; Dimants 2001c; Gūtmanis 2001; Dimants 1999; Dimants 2000c; Dimants 1997b; Veser, Reinhard: Kurs auf die EU : Lettland erhofft sich mehr Sicherheit und fürchtet zugleich den Identitätsverlust. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (2001-03-10), S. 16; Scharlack, Ulrich: Eine delikate Mission für den Kanzler : Schröder sichert den Balten Unterstützung bei Westintegration zu, will Moskau aber nicht verärgern. In: *Der Tagesspiegel* (2000-06-07), S. 7; Directorate General for External Relations: Europe and the New Independent States, Common Foreign and Security Policy (The European Commission) (Hrsg.): *Latvia : Accession Partnership*. o.A.; *Stratēģija integrācijai Eiropas Savienībā*. o.A., 2000.

²⁶⁶ Dabei wurde im Februar 2002 laut regelmäßiger Umfrage die niedrigste Zahl der Befürworter (36%) des Beitritts Lettlands zur EU erreicht, dagegen waren Gegner 43% und unentschieden noch 21% von Respondenten. Dazu ferner Dimants 2001b, S. 107; Dimants 2001g, S. 43f; Eiropas Komisija radījusi eiroskepsi. In: *Eiropas Ziņas* (2002-03-21), S. 3; Borovkovs, Aivars ; Žīgure, Anna: Eiropas Savienība ir liels bizness. In: *Rīgas Balss* (2001-

bedeutsam ist, um ihn nur den Politikern zu überlassen. Folglich, breitere Gesellschaftskreise sollen sich wiederum auf neue wichtige Veränderungen vorbereiten²⁶⁷, und die Massenmedien Lettlands müssen als Träger der gesellschaftlichen Anpassung auf neue ihre Bedeutung, Rolle (darunter ethische Verantwortung) und eigene Anpassungsleistungen in der Transformationsgesellschaft erkennen²⁶⁸. Die Bildung des Mehrparteiensystems schafft ihrerseits neue Bedingungen für die Widerspiegelung in Nachrichten, Kommentaren und Analysen der Tätigkeit der parlamentarischen Demokratie, und mehr oder weniger bewußt gewinnt hier die parteiliche Zugehörigkeit der Politiker eine immer zunehmendere Bedeutung.

Das Selbstverständnis der Medien, ebenso wie z.B. in Estland²⁶⁹, muß geändert werden: nicht nur eine in den letzten Jahren wenigstens teils erfolgreiche Erfüllung der „Watchdog“(Wächter)-Aufgabe hinsichtlich des Staatsregierens (Massenmedien als Kontrolleure der politischen Akteure) ist gefordert, sondern auch die bisher viel weniger wahrgenommene Erfüllung der zweiten Aufgabe – entsprechend eigenständiger Funktion der Medien den Bürgern eine breite und umfassende Einsicht in die Vorgänge zu geben, insbesondere in der Presse einen kontinuierlichen und vielseitigen Meinungsaustausch zu gestalten (Massenmedien als Foren der politischen Akteure), und so, möglichst ohne spezifisch politische oder ideologische Auseinandersetzungen, die „Tagesordnung“ der Politik zu beeinflussen und an der Gestaltung der Politik teilzunehmen, damit die Bürger das politische Geschehen beobachten und am demokratischen Regieren überhaupt vollwertig teilnehmen können²⁷⁰. Ein problemlösender Journalismus, der sich in die Politik involviert,

02-15), S. 13.

²⁶⁷ Dazu ferner Dimants 1998; Dimants, Ainar: Communication Strategy of the Latvian Government on Informing the Public on the European Union and the Accession of Latvia to the EU. In: http://euintegration.net/file_db.php?id=33 Eine besondere Verantwortung nehmen „Lauku Avīze“ und lokale Zeitungen wahr, welche die Leser auf dem Lande am meisten erreichen, wo die Zahl der EU-Gegner am höchsten bleibt. Vgl.: Vidzupe, Kristine: The Role of Central and Regional Media in the Reflection of the EU Idea. In: <http://www.politika.lv/index.php?id=102560&lang=lv> Oft fehlt in lettischer Informationsarbeit über den EU-Beitritt die Erkenntnis, daß die Prozesse der Meinungsbildung durch Massenmedien in diesem klassischen Fall der gewünschten stabilen Einstellungs- und Verhaltensänderung sehr langfristig und stufenweise verlaufen, und daß sie deswegen von Wechselwirkung zwischen verschiedenen Elementen eines Kommunikationssystems abhängig sind: den Massenmedien, Parteien, Behörden, Unternehmen, dem Publikum. Vgl. Noelle-Neumann 1999b, S. 522f, 526, 533, 550f, 560f; Schenk 1999, S. 178, 181; Thomaß 2001, S. 50, 52.

²⁶⁸ Vgl. Tisenkopfs 2001, S. 80; Dupuis 2001, S. 3; Ruß-Mohl 1994, S. 256ff.; Vihalemm 2001, S. 116.

²⁶⁹ Vihalemm 2001, S. 117.

²⁷⁰ Vgl. Tisenkopfs 2001, S. 79f, 82; Luhmann 1996, S. 51, 188; Sarcinelli 2000, S. 33; Thomaß 2001, S. 48;

hat nicht mehr die nötige Distanz, um seiner gesellschaftlichen Kritik- und Kontrollfunktion gerecht zu werden²⁷¹. Zudem ist auch in Lettland bei der „Aufdeckung politischer Skandale“ die Stoßrichtung häufig unklar, so daß die Berichterstattung – statt investigative Funktionen zu erfüllen – eher zur Politikverdrossenheit und Desintegration beiträgt²⁷². Dabei wäre die Überwindung des bisherigen Selbstverständnisses als „vierter Macht“ hilfreich, denn die Medien sind ein Teil der Bürgergesellschaft und nicht der Staatsmacht, und ihre öffentliche Aufgabe heißt, dieser Gesellschaft zu dienen²⁷³. Somit gehen wir zusammen mit Jürgen Habermas davon aus, daß sich die Massenmedien den Verpflichtungen, die ihnen aus ihrem journalistischen Auftrag erwachsen, normalerweise nicht konfliktfrei entziehen können, weil „in die Kommunikationsstrukturen selber das Gegengewicht eines emanzipatorischen Potentials eingebaut ist“²⁷⁴.

Schneider, Raue 1998, S. 15, 22; Jūsu Neatkarīgā: Varas viedoklis mums ir otršķirīgs. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-05-08), S. 2. Wolf Schneider spitzt noch zu: „... was die Bürger wissen müssen, um die Mächtigen zu kontrollieren zu können, das muß, alles andere kann in der Zeitung stehen ..“ Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 245. Elisabeth Noelle-Neumann fügt hinzu: „Ein auf Kritik und Enthüllung verengtes journalistisches Rollenverständnis muß erweitert werden. Im Vordergrund der journalistischen Berufsrolle muß die umfassende Information stehen, eine Information, die der Realität so nahe wie möglich kommt.“ Denn, obwohl die selektive Wahrnehmung seitens des Publikums nur bei positiven Nachrichten stattfindet: „Die Nachrichtenideologie des Negativismus ist weder kommerziell zu begründen, noch ist es kommerziell zu rechtfertigen, durch einseitige Betonung negativer Inhalte Wirklichkeit verzerrt darzustellen.“ Noelle-Neumann 1999b, S. 544, 570f. Gewiß: „Mächtige zittern zu sehen erzeugt ein berauschendes Gefühl. Leider verleitet es schwache Charaktere zur Selbstüberschätzung und zur Kritiklosigkeit gegenüber der eigenen Zukunft.“ Mertes 2001, S. 71.

²⁷¹ Vgl. Ruß-Mohl 2000a, S. 20.

²⁷² Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 242; Hochstätter, Matthias: Helmut Kohl, das Opfer : Wie ein Forscher in der „WamS“ den CDU-Skandal erklärte. In: *Der Tagesspiegel* (2000-07-14), S. 39.

²⁷³ Tisenkopfs 2001, S. 79f.; Ostrovska 1999; Dorsch 1984, S. 15; Wilke, Noelle-Neumann 1999, S. 247. Wichtig ist, daß der Anteil der Artikel der lettischen Presse, die auf die Pressearbeit von Staatsbehörden zurückgehen im Vergleich zu Volksfrontzeit größer wurde, derjenige, der von Bürgerorganisationen generiert wurde, demgegenüber kleiner. Insgesamt wird in den politischen Nachrichten vor allem die Tätigkeit der Exekutive geschildert. Solche waren 1998 - 1999 ein Drittel der Artikel auf den ersten Seiten der lettischsprachigen Presse, jeweils 40% und 50% der politischen Nachrichten im Hörfunk und Fernsehen. Bezeichnend ist, daß die Medien auch der „Tagesordnung“ der Exekutive folgten. In den Nachrichtensendungen des Fernsehens war der Anteil der politischen Nachrichten zudem äußerst niedrig – nur 18%, im Hörfunk – 30%. Vgl. Ostrovska 2001. Die Proportion der Auslandsnachrichten ist noch kleiner. Vgl. Točs, Veinberga 2000. So ist durch die einseitige Verteilung der Zuwächse zugunsten der Unterhaltung eine Marginalisierung der Politikberichterstattung eingetreten. Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 239.

²⁷⁴ Habermas 1999, S. 573f. Niklas Luhmann fügt hinzu, daß in der Medienberichterstattung Unruhe gegenüber Ruhe aus Gründen des professionellen Könnens der Mediengestalter bevorzugt wird: „Mit dieser Art

In der ordentlichen Information zu Alltagsvorgängen sind bereits mehrere Mitbewerber entstanden, in erster Linie schon Fernseh- und Hörfunksendungen. In der Analyse aber, welche unter anderen Medien die erstrangige spezifische Aufgabe der Presse darstellt, und in der daraus ergebenden Bildung der öffentlichen Meinung gibt es zwischen den Presseausgaben im wesentlichen keinen Wettbewerb, um proaktiv, nicht reagierend und reflektierend, eine bestimmte und den realen Herausforderungen Lettlands entsprechende, also eine ernste „Tagesordnung“ der breiten Öffentlichkeit aufzustellen. Solche Merkmale sind außerhalb der Tageszeitung „Diena“²⁷⁵ in der Zeitung „Lauku Avīze“ zu beobachten, besonders in bezug auf die Gestaltung der landwirtschaftlichen Politik, ebenso auch hinsichtlich der Inschutznahme der nationalkonservativen Haltung.

Das Ideenprofil und der Ausgabentyp der anderen Tageszeitung – „Neatkarīgā Rīta Avīze“ – ist bis jetzt ganz verschwommen, unbestimmt, also – schwach, wenn man einmal von der Interessenvertretung ihrer eigenen engen wirtschaftlich-politischen Gruppierung (Aivars Lembergs, Bürgermeister der Stadt Ventspils, die den größten Ostseehafen hat)²⁷⁶ und die Bekämpfung einer anderen, von den Zeitungen „Lauku Avīze“ und „Diena“ repräsentierten Gruppierung (Andris Šķēle, Ministerpräsident und stellvertretender Landwirtschaftsminister a.D., Vorsitzender der größten Parlamentspartei)²⁷⁷ absieht. Im übrigen wird das am besten in

Selbstbeobachtung reizt die Gesellschaft sich selbst zu ständiger Innovation.“ Zudem: „Der kontinuierlichen Reproduktion des „ist“ wird entgegengesetzt, wie es „eigentlich sein sollte.“ Das Mediensystem selbst kann auch Widerstand gegen die eigenen Gewohnheiten erzeugen. Vgl. Luhmann 1996, S. 141, 144, 160.

²⁷⁵ Vgl. S. 125f., 161 vorliegender Arbeit.

²⁷⁶ Vgl. Jakubāns 2000, S. 465; Prokopova, Evita: Lembergs desmitais Kluba miljonāru sarakstā. In: *Diena* (2002-06-05), S. 4; Trops, Jānis: Lembergs pērn kļuvis trīsreiz bagātāks. In: *Diena* (2002-04-02); Egle, Ināra: Apstiprinās ziņas par partiju līgumiem ar Lembergu. In: *Diena* (2002-05-14), S. 1, 4; Egle, Ināra: Lembergs arī pirms 8. Saeimas vēlēšanām plāno vienoties ar partijām. In: *Diena* (2002-05-15), S. 3.

²⁷⁷ Vgl. Aptauija 1999, S. 11; Ašeradens, Arvils ; Lešinska, Ieva: Lepns, apmierināts, drusku domīgs : Ar akciju sabiedrības Diena prezidentu Arvilu Ašeradenu sarunājas Ieva Lešinska. In: *Rīgas Laiks* (2000), Oktober, S. 11; Dreiblat, Uldis: Kā uzburt miljonus : Deklarācijas liecina, ka bijušais premjers 29 miljonu dolāru vērtu vekseli radījis kā no zila gaisa. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-04-13), S. 3; Bērziņš, Aldis ; Birģelis, Uldis: Andra Šķēles privātbiznesa ēnas pār valsti : Vai valsti no krīzes var izvest persona, kuras zaudējumi pagājušajā gadā sasniedza astoņus miljonus, bet kredītsaistības 26 miljonus latus? In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (1999-07-27), S. 3. 1993 wurde der Leitung von „Diena“ die Nähe zur liberalen Regierungspartei „Lettlands Weg“ („Latvijas ceļš“) nicht ohne Grund nachgesagt, diese Sympathie verschwand aber rasch, nicht zuletzt aus persönlichen Gründen. Zu den neuen Favoriten wurde zunächst die andere Regierungspartei zentristische Bauernunion Lettlands (Latvijas Zemnieku savienība), die Staatspräsidenten Guntis Ulmanis aufgestellt hatte und mit Schwesterpartei in

den jeweiligen Tabu-Themen anschaulich: Aivars Lembergs oder Andris Šķēle werden von jeweiligen Zeitungen fast nicht kritisiert, und umgekehrt²⁷⁸. Dabei ist nicht selten fragwürdig, nach welchen Kriterien die Politiker und politische Konfliktthemen beurteilt werden. So zeigt die Inhaltsanalyse, daß z.B. in der zweiten Hälfte 1999 auf der Meinungsseite von „Neatkarīgā Rīta Avīze“ am häufigsten die Volkspartei erwähnt wurde, und nie – positiv, demgegenüber insbesondere die Sozialdemokratische Arbeiterpartei Lettlands (Latvijas Sociāldemokrātiskā strādnieku partija, abgekürzt LSDSP), aber merkwürdigerweise gleichzeitig auch die nationalkonservative Partei „Für Vaterland un Freiheit“ („Tēvzemei un Brīvībai“/LNNK), eine ausgesprochen positive Sympathie der Zeitung genöß²⁷⁹. Dieser Trend setzte sich auch vor den Kommunalwahlen am 11. März 2002 fort: am häufigsten wurden in den Kommentaren dieser Zeitung die Volkspartei und die liberale Partei „Lettlands Weg“ („Latvijas ceļš“) negativ und die LSDSP und „Vaterland un Freiheit“ positiv eingeschätzt²⁸⁰. In den Kommentaren der Zeitung „Diena“ war in denselben Zeitperioden hingegen alles umgekehrt: vor allem die Volkspartei und dann auch „Lettlands Weg“ wurden am meisten positiv erwähnt, sogar mit einem entsprechenden Aufruf im Leitartikel am Wahltag²⁸¹,

Schweden Kontakte pflegte, und seit 1995 Gruppe um Andris Šķēle (maßgeblich dieselben Politiker von der Bauernunion), die 1998 zur regierenden europäisch-konservativen Volkspartei (Tautas partija) wurde. Nicht umsonst nahm Pressesekretär Jurgis Liepnieks als wichtigster PR-Mann des zunächst unparteilichen Ministerpräsidenten, dann des „Privatmannes“ und später auch des Parteivorsitzenden Andris Šķēle Augenzeugenberichten zufolge öfters an den Redaktionskonferenzen der Kommentatoren von „Diena“ teil. Wie Michael Mertes es präzise schildert: „Der Mitwisser wird zum Komplizen; er genießt seine vermeintliche Teilhabe am Arkanum der Macht und sonnt sich in dem trügerischem Gefühl, Politik selber mitzugestalten.“ Mertes 2001, S. 70.

²⁷⁸ Vgl. u.a. Laķis, Žigure 2000; Grīva, Māris: Dienas objektivitāte beidzas tur, kur sākas Ventspils tēma. In: *Diena* (2001-02-28), S. 2; Rodins, Askolds: Brīva prese brīvā valstī. In: *Diena* (2002-01-25), S. 2.

²⁷⁹ Vgl.: Zirnītis, Jānis: Politisko partiju publicitāte laikrakstā „Neatkarīgā Rīta Avīze“. Rīga, Rīgaer Stradins-Universität, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2000, S. 13; u.a. ein Interview mit Valentīns Kokalis in russischsprachiger Tageszeitung *Respublika* (1999-10-29).

²⁸⁰ Vgl.: Starostniece, Elīna: „Neatkarīgās Rīta Avīzes“ viedokļu un komentāru lappuses analīze pirms pašvaldību vēlēšanām. Rīga, Rīgaer Stradins-Universität, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001, S. 12; Slišāne, Liene: „Neatkarīgās Rīta Avīzes“ viedokļu lappuses analīze pirms pašvaldību vēlēšanām : avīzes politiskās simpātijas un to pamatojums. Rīga, Rīgaer Stradins-Universität, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001, S. 13.

²⁸¹ Lokaler Zeitungsverleger, Direktor des „Diena“-Tochterunternehmens GmbH „ZL Avīze“ Vents Armands Krauklis, ein örtlicher Anführer der Volkspartei, wurde nach diesen Wahlen zum Vorsitzenden des Kreisrates in Valka. Vgl.: *AS Diena gada pārskats '2000*. o.A., S. 13.

dagegen negativ – vor allem „Vaterland und Freiheit“ und LSDSP²⁸². In den Meinungsartikeln der Zeitung „Lauku Avīze“ wurden in denselben Zeiten die Volkspartei und „Vaterland und Freiheit“ ausgesprochen oft gewürdigt (Volkspartei zudem ausgesprochen wenig kritisiert), „Lettlands Weg“ und LSDSP – meistens negativ oder neutral eingeschätzt²⁸³. Seit Mitte 2001 läßt sich in der „Diena“ plötzlich eine ungewöhnlich kritische Einstellung gegenüber Andris Šķēle feststellen (merkwürdig, daß gleichzeitig ein Trend zur Gestaltung intellektueller politischer Debatten, u.a. bezüglich der EU, in der Zeitung zu beobachten ist), was auch durch seinen neuesten wirtschaftlichen Vereinbarungen mit Aivars Lembergs zu erklären ist (diese „Oligarchen“ treffen Entscheidungen unter sich, in engem Kreis²⁸⁴). Es könnte im Prinzip dennoch eine linksliberale, sozialdemokratische Ausrichtung der „Neatkarīgā Rīta Avīze“ entstehen, da diese Ausrichtung auf dem lettischen Zeitungsmarkt noch nicht „besetzt“ ist.

Überhaupt, das Fehlen eines deutlichen Ideenprofils (aufgrund der Weltanschauung und bestimmter Werte)²⁸⁵ ist ein charakteristisches Merkmal für die postkommunistischen Presseorgane Lettlands (wie schon bekannt, „Neatkarīgā Rīta Avīze“ ist der Nachfolger von „Cīņa“ und „Padomju Jaunatne“). Das besagt, daß die Zeitung ja keine eigene Einstellung – keine eigene „Farbe“ – hat, und somit auch – die Zeitung ist, wie auch die niedrige Verkaufsrates zeigt, uninteressant, unattraktiv für Leser, und dieses unabhängig davon, ob sie der Zeitungseinstellung zustimmen würden, oder nicht. Die Leser müssen sich nicht

²⁸² Vgl.: Antoščenko, Ginta: Latvijas politisko partiju publicitāte laikraksta „Diena“ viedokļu un komentāru lappusē. Rīga, Rīgaer Stradins-Universitāt, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001, S. 15; Antoščenko, Ginta: Latvijas politisko partiju publicitāte laikraksta „Diena“ viedokļu un komentāru lappusē : Salīdzinoša analīze. Rīga, Rīgaer Stradins-Universitāt, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001, S. 15.

²⁸³ Vgl.: Ankipāne, Dace: Laikraksta „Lauku Avīze“ politiskā nostāja pirms pašvaldību vēlēšanām 2001. gada martā. Rīga, Rīgaer Stradins-Universitāt, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001, S. 20; Atlāce, Zane: Politisko partiju publicitāte laikraksta „Lauku Avīze“ viedokļu rakstos. Rīga, Rīgaer Stradins-Universitāt, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2000, S. 13.

²⁸⁴ Vgl. u.a. Bērziņš, Klinšāne-Bērziņa, Ostrovska 2000; Daukste, Krasts 2000; Bērziņš, Aldis et al.: Privatizācijas rezultāts – oligarhija : Guntars Krasts: Latvijā pastāv kāda pāri politikai stāvoša grupa, kas nosaka privatizācijas kursu. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-02-26), S. 4.

²⁸⁵ Im Unterschied z.B. zu Polen, wo man insbesondere bei großen landesweiten Zeitungen weltanschauliche und politische Unterschiede feststellen kann. Vgl. Hadamik 2001, S. 155. Dagegen sind z.B. in Litauen einige Tageszeitungen deutlich bestimmten politischen Parteien zuzuordnen, was nicht wünschenswert wäre, u.a. weil ihre Leserschaft kleiner als die der politisch unabhängigen Tageszeitungen ist. Vgl. Weidenfeld 1995b, S. 95.

unbedingt mit der Zeitungseinstellung identifizieren, jedoch eine solche Identifizierung der Zeitung auf dem Markt ist wünschenswert – unter dem Vorbehalt, daß die ideelle Richtung der Zeitung dem Leserkreis nicht zu eingengt erscheint. Für die Ausarbeitung einer solchen Identität ist dabei das Wissen und die intellektuelle Anstrengung nötig. Die Zeitung braucht ihr eigenes Ideenprofil, um ihre Einstellung deuten zu können, d.h. – die entsprechende Information auszuordnen und dieser dann die Bewertung zu geben²⁸⁶. Es entsteht sonst eine berechtigte Schlußfolgerung, daß die gesellschaftlichen Interessen, d.h. – diejenigen der Leser – der Zeitung gleichgültig scheinen. In diesem Sinne kann man sagen: eine Zeitung ohne Politik ist wie ein Beefsteak ohne Fleisch²⁸⁷. Denn ohne eine Wertgrundlage²⁸⁸ erscheint die Verwirklichung der u.a. politischen Funktionen des Journalismus: Information, Artikulation, Fokussierung öffentlicher Aufmerksamkeit (Agenda Setting), Kritik und Kontrolle, Unterhaltung, Bildung, Sozialisation und Integration²⁸⁹ unmöglich. Nicht nur die Kommerzialisierung der lettischen Medien ist der Grund, warum Unterhaltung und Nachrichten vermischt und Analyse und Bildung verdrängt, die Bildungs-, Sozialisations-, Kritik- und Kontrollfunktionen von lettischer Presse mehr oder weniger zurückgestellt werden²⁹⁰. Dabei nur in dem Maße, in dem die Medien die oben genannten Funktionen erfüllen, Defizite erkennen und gesellschaftliche Brücke schlagen, tragen sie zur Konsolidierung demokratischer Verhältnisse bei und werden zur Zentralinstanz bei der Herstellung der Öffentlichkeit, zum Sprachrohr der Zivilgesellschaft, unverzichtbar für die Integration und Meinungsbildungsprozeß²⁹¹. Wachsame Medien gehören u.a. zu den Pfeilern der Korruptionsbekämpfung²⁹², was in Lettland zusammen mit klarer Trennung der geschäftlichen und politischen Elite eine politische Aufgabe ersten Ranges bleibt²⁹³.

²⁸⁶ Thomas Löffelholz bringt es auf den Punkt: „Einer Zeitung muß es nicht nur erlaubt sein, sie muß sich dazu zwingen, ihre Meinung zu formulieren. Und ihre Überzeugungskraft wächst auch nicht, wenn sie heute so und morgen ganz anders argumentiert.“ Vgl. Löffelholz 2000, S. 188.

²⁸⁷ So ist auch z.B. der Fehlschlag der AG „Diena“ mit der Herausgabe der Zeitung „Spogulis“ (vgl. S. 146f. der Dissertation) zu erklären, denn die Chefredakteurin hat den Apolitismus zum Programm der Zeitung erklärt. Vgl.: Kehre, Anita: SPOGULIS raksta par dzīvi un cilvēkiem. In: *Spogulis* (1999-04-14), S. 4.

²⁸⁸ Niklas Luhmann: „Die Beleuchtungseinstellung kann auf Grund von ideologischen oder normativen Vorurteilen variiert werden; aber sie ist auch bei strenger Bemühung um Neutralität angesichts bekannter Wertkonflikte unvermeidlich.“ Vgl. Luhmann 1996, S. 140ff, 153.

²⁸⁹ Vgl. u.a. Dorsch 1984, S. 16; Thomaß 2001, S. 46.

²⁹⁰ Vgl. Skudra 1997a, S. 213; Skudra 2001, S. 2.

²⁹¹ Thomaß 2001, S. 47, 51.

²⁹² Vgl.: Köllner, Patrick: Strategien zur Korruptionsbekämpfung. In: *Internationale Politik* (2001), Nr. 8, S. 72.

²⁹³ Vgl.: Plamše, Kristīne: EP akcentē korupciju Latvijā : Eiropas Parlaments aicina pasteidzināt Latvijas

Neben dem politisch-administrativen System (Politik und Verwaltung) als auch dem Wirtschaftssystem und soziokulturellem System (Gesellschaft/Kultur) erzeugt in westlichen Gesellschaften ein unterschiedliches und eigenständiges Teilsystem Medien/Journalismus²⁹⁴ die Information, Kritik und Kontrolle sowie Transparenz, prägt und gestaltet auch den öffentlichen Diskurs in und über Wirtschaft und Gesellschaft²⁹⁵. Somit „entstehen die Welt- und Gesellschaftsbeschreibungen, an denen sich die moderne Gesellschaft innerhalb und außerhalb des Systems ihrer Massenmedien orientiert“, „und nur so ist es möglich, die moderne Gesellschaft .. an einer allzu starken Bindung an etablierte Strukturen zu hindern“²⁹⁶. Die Durchsetzung der Pressefreiheit wird so zur Voraussetzung weiterer Autonomiegewinnung von Öffentlichkeit vor politischer Bevormundung²⁹⁷.

Dabei ist es in Lettland – im Vergleich zur Zeit der Wiederherstellung der Unabhängigkeit, als man eine aktive politische Beteiligung seitens der Gesellschaft beobachten konnte – zu einer gewissen Degeneration des politischen Prozesses gekommen. Das Problem liegt vor allem darin, daß die mehr technokratisch orientierte politische Elite und politische Parteien mehr von Sponsoren und damit auch von wirtschaftlichen Gruppierungen als von ihren Wählern abhängig sind. Das einzig Positive in dieser Hinsicht ist, daß noch eine Rivalität zwischen diesen Gruppierungen besteht. Denn was würde geschehen, wenn sich die bedeutendsten Gruppierungen zusammenschließen würden? Ein solcher Zusammenschluß könnte zu einer Bedrohung selbst der jetzigen, begrenzten Pressefreiheit führen – derjenigen Freiheit, die sich immerhin gegen die rivalisierende Gruppierung zu richten erlaubt²⁹⁸. Mit der

piekļūšanu ES fondiem. In: *Diena* (2002-03-26), S. 1, 6; Voika, Inese: Vai Pasaules Banka pareizi izmērijusi valsts sagrābšanu Latvijā : Daži jautājumi tālākai diskusijai par pētījumu. In: *Uz Delnas* (2001), Nr. 1, S. 8f.

²⁹⁴ Es steht aber, auch in Lettland, in einer Art symbiotischem Tauschverhältnis mit dem politischen System, wie es Ulrich Sarcinelli beschreibt: „Politik zumal im demokratischen System braucht Publizität und damit die Medienöffentlichkeit. Medien sind ihrerseits auf den – möglichst exklusiven – Zugang zu Informationen seitens der Politik angewiesen. [...] Mehr denn je ist für Medien entscheidend, was öffentliche Aufmerksamkeit erreicht.“ Vgl. Sarcinelli 2000, S. 33. Und „moderne Demokratie wird durch Massenmedien erst möglich“, dennoch Politiker und Journalisten „einander nur Partner sein können, wenn sie füreinander Gegner bleiben“. Vgl. Mertens 2001, S. 67, 71.

²⁹⁵ Vgl. Mayn 1999, S. 345; Ruß-Mohl 2000b, S. 252.

²⁹⁶ Luhmann 1996, S. 174f.

²⁹⁷ Thomaß 2001, S. 52.

²⁹⁸ Vgl. Tērauda 2000, S. 2f.; Feists 2000, S. 18; persönliche Aufzeichnung eines anonymen Interviews mit einer Reporterin der Zeitung „Diena“ am 09.05.2000. Oligopolitische Strukturen der Medien verhindern auch das

„Neatkarīgā Rīta Avīze“ und „Lauku Avīze“ ist das seit dem Sommer 2001 passiert. Das ist nicht nur ein Problem der Medienpolitik, sondern primär eines der Entwicklung der Demokratie und der politischen Kultur²⁹⁹. Die Bürgergesellschaft hat in Lettland offenbar noch nicht die volle Reife erreicht, zudem erodiert die Machtbasis traditioneller Institutionen wie der Parteien, Gewerkschaften, Kirchen und Verbände in der ganzen westlichen Gesellschaft³⁰⁰. Wichtiger als bürgerrechtlichen, Bevölkerungs- und Staatsinteressen sind lettischen Parteien zu oft ihre eigenen Interessen bei Privatisierungen und dergleichen³⁰¹. Ein bezeichnendes Beispiel dafür war die Bildung der ideologisch unsinnigen und damit auch handlungsunfähigen Regierung von Nationalkonservativen und Sozialdemokraten nach den Parlamentswahlen 1998, obwohl schon gleich nach den Wahlen die Möglichkeit bestand, eine ideologisch homogenere Regierungskoalition zu bilden. Außerdem ist schlicht und einfach nicht wahr, daß sich nach Abschluß der Privatisierung alles selbsttätig in Richtung einer Verbesserung der politischen Kultur ordnen kann. Die Entwicklung der politischen Parteien beeinflußt auch die Qualität der Medien, solange diese von den wirtschaftlich-politischen Gruppierungen abhängig bleiben³⁰². Das betrifft sowohl die Presse, als auch die privaten

Durchdringen der Themen und Meinungen aus der Bevölkerung zu den politischen Entscheidungsträger. Vgl. Thomaß 2001, S. 52. Niklas Luhmann spricht auch für Lettland: „Eine Tendenzpresse kann es geben – wenn es **nicht nur** sie gibt, sondern man sich auch unabhängig informieren kann. Sie ist im übrigen typisch subventionsbedürftig, wird also durch den Markt des Wirtschaftssystems nicht unterstützt.“ Vgl. Luhmann 1996, S. 51. Katrin Voltmer: „Nun steht insbesondere der Presse durchaus frei, eine redaktionelle Linie zu verfolgen und in der politischen Auseinandersetzung für eine der konkurrierenden Parteien Position zu beziehen. Dieser Handlungsspielraum steht allerdings normativ unter dem Vorbehalt, daß hierdurch die Qualität der vermittelten Information nicht beeinträchtigt wird.“ Vgl. Voltmer 2000. Das wichtigste Kapital jedes Mediums bleibt dabei das Vertrauen des Publikums. Aus dieser Sicht darf es nicht sogar Eindruck entstehen, daß Berichterstattung eines unabhängigen Mediums politischen Eingriffen ausgesetzt ist. Vgl. u.a.: Veinberga, Sandra: Varas manevri un mediju nevainība. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-05-08), S. 2. Das Gegenteil ist der Fall in Lettland gewesen. Ansätze zu einem Verständnis von Medien und einem unabhängigen Journalismus als öffentlicher Kontrollinstanz in einer demokratischen Gesellschaft sind dennoch graduell wesentlich stärker als z.B. in der Ukraine, wo Medien, vor allem das Fernsehen, noch „bloße Mittel in der politischen Auseinandersetzung“ sind, deren politische Beherrschung oder Bekämpfung der Normalfall ist. Vgl. Maeder-Metcalf 2001, S. 60.

²⁹⁹ Vgl. Kleinwächter 1995, S. 87; Graf 1998, S. 367.

³⁰⁰ Vgl. u.a. Ruß-Mohl 2000a, S. 21.

³⁰¹ Vgl. u.a.: Rimšāns, Jānis: Arī gudrais pārskatās. In: *Rīgas Balss* (1999-05-12), S. 5.

³⁰² Es geht um fünf, sechs Wirtschaftsgruppierungen, die auch den Medienbereich unter sich aufteilen wollen. Vgl. Skudra 1997a, S. 214. Die Tatsache, daß Medien lange Zeit Instrument der Politik waren, begünstigt solch ein Verhältnis noch. Vgl. Thomaß 2001, S. 48f. Vgl. zum Extremfall des nahen Rußlands, wo Medien seit Mitte der neunziger Jahre als Instrumente und Interessenträger der neuen Finanz- und Industriegruppen („Oligarchen“ und „Medienmogule“) und des autoritären Präsidialregimes funktionieren, und ein integriertes medien-

Fernseh- und Hörfunkanstalten. Dies kommt in den russischen Medien in Lettland verhältnismäßig weniger zum Ausdruck, da ihr Einfluß auf die Staatsmacht nicht so maßgeblich und so direkt ist.

Wenn die Politik selbst bloß zum Markt und zum Ränkespiel wird, ist es einfacher für die Medien, sich in diese Machtspiele einzuschalten und die Politik als einen Markt zu beschreiben, als eine eigene „Tagesordnung“ für die Gesellschaft aufzustellen. Man sollte aber nicht vergessen, daß diese „Tagesordnungs“-Funktion zweifellos zum Verantwortungsbereich freier Medien – sowohl der Verleger als auch von Redakteuren und Journalisten – gehört. Gerade das Ausbleiben einer systematischen Analyse und der Mangel an Ideen in den Medien fördert die Degeneration des gesellschaftlich-politischen Prozesses. Hier schließt sich der Kreis.

Ein von dem politischen System ausdifferenziertes, eigenständiges Mediensystem mit eigener Rolle und Funktionslogik – ein strukturelles Novum, das die Medien in den Transformationsgesellschaften erfahren³⁰³ – befindet sich in Lettland nach wie vor im Entstehen, von dem gesamten Transformationsprozeß abhängig, und zwar in der Konsolidierungsphase, ähnlich wie in den anderen mitteleuropäischen Staaten³⁰⁴. Nur bedingt, auch mit einigen Einschränkungen hinsichtlich der engen Koppelung der Medien zu wirtschaftlich-politischen Gruppierungen, womit das politische System versucht, Medien in ihre Zwecke zu instrumentalisieren, weist es die Merkmale des liberalen Medienmodells auf³⁰⁵, und befindet sich gleichzeitig, u.a. mit teils dysfunktionalen Leistungen für die Erfordernisse des demokratischen politischen Systems, nur ganz am Anfang der Wahrnehmung der normativen Prinzipien des Sozialverantwortungs-Modells³⁰⁶.

Zeitgleich haben die lettischen Massenmedien schon den Effekt der Mediatisierung der Politik erzielt, wenn die symbolische Politik zunehmend an Kommunikatoren, Publika und Inhalten der Medien orientiert³⁰⁷ und eine Gewichtsverlagerung demokratischer Regierungsweise von einem parlamentarisch-repräsentativen zu einem medial-präsentativen System

politisches System entstanden ist. Trautmann 2001, S. 205f, 209, 223, 225, 229.

³⁰³ Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 248.

³⁰⁴ Vgl. ebenda, S. 250f.

³⁰⁵ Weischenberg 1992, S. 88f.

³⁰⁶ Ebenda, S. 90.

³⁰⁷ Vgl. Thomaß 2001, S. 47f.

(Mediendemokratie) entsteht³⁰⁸, was besonders bei den Politikern-Unternehmern Andris Šķēle (in „Diena“, „Lauku Avīze“ und im Lettischen Fernsehen) und Vilis Krištopans (in Fernsehanstalt LNT) auch als themenzentrierte, an die massenmediale Öffentlichkeit sich orientierende, vagabundierende Konfliktbereitschaft und überhaupt Medienpräsenz als wichtige Herrschaftsgrundlage³⁰⁹ zu beobachten war. So ist beides in Lettland passiert: einerseits ist die Politik von den Medien abhängig geworden (Medien, insbesondere die Medienkonzerne³¹⁰, bestimmen mittlerweile die Bedingungen mit, nach denen die Politik zu funktionieren hat, allerdings bewahren sie ihre Unabhängigkeit gegenüber der Regierung), andererseits instrumentalisiert die Politik die Medien³¹¹. Die von der kommunistischen Kontrolle befreiten Medien des Landes sind doch zum großen Teil unter den Einfluß der neuen politischen und wirtschaftlichen Elite gerieten. Das hat komplexe, nicht nur wirtschaftliche, sondern auch medienpolitische, juristische und journalistisch-professionelle Gründe. Denn Erfolg oder Mißerfolg der Medientransformation hängt nicht nur von ökonomischen Krisenfaktoren ab, sondern ist vor allem in Strukturmängeln der politischen Ordnung sowie in den Defiziten des rechtlich-institutionellen und soziokulturellen Systems begründet³¹². Somit können die Medien statt zu einer demokratischen Transformation der autoritären Regression beitragen, wie das z.B. in Rußland geschehen ist³¹³.

³⁰⁸ Vgl. Tzankoff 2001, S. 33; Sarcinelli 2000, S. 33f.; Stolte 2001, S. 61.

³⁰⁹ Vgl. Sarcinelli 2000, S. 32, 34; Stolte 2001, S. 62; Točs, Sandris: Izprot Kremļi, aizmirst Latvijā : Vai politiskā elite apdraud Latvijas mediju brīvību? In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-04-21), S. 2.

³¹⁰ Vgl. Ruß-Mohl 2000a, S. 21; Löffelholz 2000, S. 190.

³¹¹ Vgl. Thomaß 2001, S. 49; Egle, Ināra ; Ločmele, Nellija: Latvijas ceļa politiku vēlme regulēt masu medijus liecina par viņu robiem demokrātijas izglītībā. In: *Diena* (1998-10-24).

³¹² Vgl. Trautmann 2001, S. 230.

³¹³ Ebenda. Die Oligarchen haben nämlich wenig Interesse an einer demokratischen Weiterentwicklung, blockieren weitere Transformationsprozesse. Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 249f.

3.3. Die rechtlichen Strukturen des Mediensystems

3.3.1. Die Mediengesetze und die Gewährleistung der Pressefreiheit

Zunächst ist natürlich hervorzuheben, daß, obwohl in der sowjetischen Vergangenheit kein eigentliches Mediengesetz gegeben hatte, im Laufe der Wiederherstellung der demokratischen und unabhängigen Republik Lettland die Pressefreiheit in den Gesetzen verankert und garantiert wurde, und damit wurde die Befreiung der Medien aus der Vormundschaft des Staates vollzogen³¹⁴. Davon zeugen sowohl das allgemeine „Gesetz über die Presse und andere Massenmedien“ vom 20. Dezember 1990³¹⁵, das „Gesetz über das Fernsehen und den Hörfunk“ vom 24. August 1995³¹⁶ (mit vielen, darunter mit den am 14. Oktober 1999 und am 15. Februar 2001 angenommenen Änderungen³¹⁷, um dieses Gesetz mit der EU-Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ in Einklang zu bringen, was dennoch nicht völlig abgeschlossen ist³¹⁸), das „Gesetz über die Offenheit der Information“ vom 29. Oktober 1998³¹⁹, das die Auskunftspflicht von Behörden regelt als auch internationale Verpflichtungen Lettlands (§ 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention u.a.³²⁰). Die Pressefreiheit als eine besondere Form der Rede-, Informations- und Meinungsfreiheit wird von § 100 der lettischen Verfassung seit 1998 garantiert; dieser verbietet ausdrücklich auch die Zensur³²¹. Früher, in der sowjetischen Verfassung, hat man auf verfassungsrechtliche Garantie der Informationsfreiheit bewußt verzichtet³²².

Die Grenzen der Pressefreiheit sind im § 116 der Verfassung festgelegt: nur „in den vom

³¹⁴ Vgl. u.a. Henning, Strupišs 1996, S. 79; Bušmanis, Ivars: Lietuvā kritizē grozījumus masu saziņas līdzekļu likumā. In: *Eiroziņas* (1999-10-07).

³¹⁵ Vgl.: Latvijas Republikas likums Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem. In: *Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs* (1991), Nr. 5/6, S. 29ff.

³¹⁶ Vgl.: Radio un televīzijas likums. In: *Diena* (1995-09-13), S. 10f. ; *Latvijas Vēstnesis* (1995-09-08).

³¹⁷ Vgl.: Prokopova, Evita: Radio un TV likumu pieskaņo ES prasībām. In: *Diena* (1999-08-23), S. 3; Štrausa, Solvita: Grozījumi Radio un televīzijas likumā. In: *Latvija un Eiropas Savienība* (2001), Nr. 17, S. 56f.; Grozījumi Radio un televīzijas likumā. In: *Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs* (2001), Nr. 6, S. 9ff. ; *Latvijas Vēstnesis* (2001-02-27).

³¹⁸ Vgl. Kleinwächter 1995, S. 89; <http://www.am.gov.lv/lv/index.html?id=598>

³¹⁹ Vgl.: Informācijas atklātības likums. In: *Latvijas Vēstnesis* (1998-11-06) ; *Diena* (1998-12-02).

³²⁰ Vgl. u.a. Levits 1999, S. 2.

³²¹ Vgl.: *Latvijas Republikas Satversme*. o.A. : Saeimas Kanceleja, S. 17; *Latvijas Vēstnesis* (1998-10-23).

³²² Vgl. u.a. Breunig 1995, S. 132.

Gesetz vorgesehenen Fällen“, zudem nur zum Schutz von fünf bestimmten Interessen – „Rechte anderer Menschen, demokratische Staatsordnung, öffentliche Sicherheit, Wohlstand und Sittlichkeit“³²³. Seit 1993 ist § 2352a des lettischen Bürgerlichen Gesetzbuches von 1937 wieder in Kraft, welches das Recht auf die Achtung der Würde des Individuums regelt³²⁴. Artikel 7 des „Gesetzes über die Presse und andere Massenmedien“ schränkt die Pressefreiheit ein. Das betrifft die Geheimhaltung von Staatsgeheimnissen, das Verbot von Aufrufen zu Gewalt oder den Sturz der Regierung, Kriegspropaganda, Grausamkeit, Rassismus, Nationalismus, religiöse Diskriminierung. Es ist verboten, Material der Untersuchungsverfahren ohne schriftliche Entscheidung des Staatsanwalts zu veröffentlichen, und der Schutz von Persönlichkeitsrechten und des Brief- und Telefongeheimnisses wird gewährt. Auch wirtschaftliche Geheimnisse dürfen nicht veröffentlicht werden. Im Artikel 1 wird sehr allgemein³²⁵ das Verbot der Monopolbildungen bei den Massenmedien und damit indirekt größere publizistische Vielfalt³²⁶ als oberster Wert des lettischen Mediensystems festgelegt, im Artikel 4 – die Auskunftspflicht von Behörden und gesellschaftlichen Organisationen, im Artikel 9 – die Registrierungspflicht der Massenmedien beim

³²³ Vgl.: *Latvijas Republikas Satversme*. o.A. : Saeimas Kanceleja, S. 19.

³²⁴ Vgl. Levits 1999, S. 6; Āboliņa 1999.

³²⁵ Vgl. Mayn 1999, S. 160ff.

³²⁶ Vgl. Levits 2001, S. 4. Barbara Thomaß bringt es auf den Punkt: „Dem Leitbild Vielfalt kann Funktionalität insofern zugesprochen werden, als erst aufgrund der öffentlichen Vermittlung der Vielzahl von Sichtweisen, Problemlösungsvorstellungen und Orientierungen, die in den Teilsystemen (oder Subkulturen oder Mileus) einer Gesellschaft existieren, die Integrations- und Konfliktfähigkeit einer Gesellschaft gewahrt wird. Die Funktionalität von Vielfalt zu konstatieren, erfordert Konsequenzen: Die verschiedenen Möglichkeiten, die Verfügungsgewalt über Medien zu streuen, müssen auf medienpolitischem und juristischem Wege strukturell abgesichert werden.“ Vgl. Thomaß 2001, S. 54. Dabei sind Unabhängigkeit und Pluralität Sollwerte, denen auch die etablierten westlichen Mediengesellschaften nicht immer entsprechen (können). Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 236; Raith, Werner: Der reichste Mann Italiens soll nicht der mächtigste werden : Regierung will Wirtschaftseinfluss per Gesetz zurückdrängen. In: *Der Tagesspiegel* (2000-07-25), S. 7; Kreiner, Paul: Schere im Kopf : Jörg Heiders FPÖ ist sechs Monate im Amt – harte Zeiten für Wiener Journalisten. In: *Der Tagesspiegel* (2000-08-08), S. 31. Überhaupt lebt nur ein Drittel der Weltbevölkerung mit der Möglichkeit, sich über eine freie Presse zu informieren, wobei ohne freien Zugang zur wesentlichen Informationen die demokratischen Institutionen keine Bedeutung haben, wie die Erfahrungen mit Autoritarismus in Rußland, Weißrußland, der Ukraine und Serbien zeigen. Vgl. Vogel 2001, S. 11, 13; Huterer, Krumrei 2001, S. 33; Staack 2001, S. 54, 57; Maeder-Metcalf 2001, S. 61; Hartmann, Jens: Russische Medien im Teufelskreis. In: *Die Welt* (2001-04-19), S. 8; Windisch, Elke: „Demokratie ist nur eine Worthülse“ : Präsident Putin geht mit Staat und Wirtschaft in Russland hart ins Gericht. In: *Der Tagesspiegel* (2000-07-09), S. 7; Wysling, Andres: Die abrupte Kehrtwende der „Politika“ : Das Kampfblatt des Milosevic-Regimes wird demokratisch. In: *Neue Zürcher Zeitung* (2000-10-18), S. 6; Svirko, Jurijs: Minskā aptur opozīcijas preses iespiedmašīnu. In: *Diena* (2001-01-13), S. 7.

Unternehmensregister. Dieses Gesetz wurde zunächst als Übergangslösung erlassen, welches allerdings noch nicht besonders ausgefeilt und detailliert war³²⁷.

Obwohl es später der Entwurf eines neuen Pressegesetzes vorgelegt wurde³²⁸, trat bisher aber lediglich das Rundfunkgesetz ergänzend dazu. Schon am 6. Mai 1992 verabschiedete das lettische Parlament das erste „Gesetz über Hörfunk und Fernsehen“ im Baltikum und überhaupt in einem Staat, der früher der Sowjetunion angehört hatte³²⁹. Dieses wurde durch das oben erwähnte Gesetz von 1995 ersetzt.³³⁰

Das größte allgemeine Problem vom rechtlichen Standpunkt aus waren bisher die fehlenden gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der Informanten – das **Zeugnisverweigerungsrecht** von Massenmedium, insbesondere was Untersuchungs- und Gerichtsverfahren angeht. Nur seit den Änderungen des „Gesetzes über die Presse und andere Massenmedien“ am 13. Dezember 2001 haben Journalisten, Redakteure etc. ein besonderes Recht auf Geheimhaltung ihrer Informationsquelle, d.h., das Recht, der Staatsanwaltschaft (nicht aber dem Gericht) die Angaben über den Informanten zu verweigern³³¹. Das Gesetz tritt am 1. Juli 2002 in Kraft³³². Die Generalstaatsanwaltschaft hat noch 2002, ebenso wie 1999/2000, darauf bestanden, daß das Medium oder der Journalist – gemäß dem Pressegesetz – auf Anfrage des Staatsanwalts die Informationsquelle angeben muß³³³. Zur selben Zeit wurde z.B. in Deutschland das Recht

³²⁷ Vgl. u.a. Mjartāns 1994, S. 43f.; Dupuis 2000, S. 33f.; Treijs 1992. In diesem Gesetz werden vorwiegend allgemeine Grundlagen für das journalistische Tätigkeitsfeld und insbesondere für die Presse gelegt, u.a. die inhaltliche Unabhängigkeit der Redaktion gegenüber dem Verleger (dennoch unklar, nur indirekt formuliert, als Verbot der Einmischung in die Tätigkeit der Massenmedien und die Verantwortung des Redakteurs (Chefredakteurs) für den Inhalt der Publikation; zudem wird im Artikel 15 die Redaktion, zwar durch zivilrechtlichen Vertrag, verpflichtet, „das Material des Gründers oder Herausgebers zu veröffentlichen“), die Impressumspflicht (in der Praxis wird es oft gar nicht wahrgenommen, oder es wird eine höhere Auflage im Impressum angegeben, obwohl es formell unter Aufsicht der Staatsanwaltschaft und des Justizministeriums steht), das Recht auf Gegendarstellung, die spezifischen journalistischen Rechte und Pflichten und die strafrechtliche Regelungen. Den vollen Text des Gesetzes in deutscher Sprache s. im Anhang dieser Arbeit.

³²⁸ Latvijas Republikas likumprojekts Par presi : Projekts. In: *Diena* (1993-10-13).

³²⁹ Vgl. Skudra 1998, S. 396.

³³⁰ Zum Rundfunkrecht s. ferner das nächste Kapitel 3.3.2 der Dissertation.

³³¹ Vgl.: Avoti būs jātklāj pēc tiesas lēmuma. In: *Diena* (2001-06-21), S. 4; Rutkēvičs, Ainārs: Prese informatorus varēs atklāt tikai tiesai. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-09-29), S. 3.

³³² Vgl.: Kleckins atzinīgi vērtē prasību informācijas avotu uzrādīt tikai tiesā. In: <http://www.delfi.lv/archive/index.php?id=2330164>

³³³ Vgl. u.a.: Redakcijas viedoklis. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2002-01-25), S. 2; Funts, Kaspars: Latvijā

der Journalisten auf Geheimhaltung der Informationsquellen erweitert, offensichtlich aus gut verstandenem Interesse der Öffentlichkeit³³⁴.

Die Verwirklichung des „Gesetzes über die Offenheit der Information“ wird erheblich dadurch verhindert, daß entsprechende diesem Gesetz nachgeordnete rechtliche Akte nicht angenommen worden sind und es von verschiedenen Beamten als eine Worthülse betrachtet wird. Ihrer Ansicht nach ist das Gesetz nicht auszuführen, und folglich findet es in ihrer Arbeit auch keine oder nur wenig Anwendung.³³⁵

Am 1. April 1999 trat ein neues **Strafgesetzbuch** in Kraft, welches auch Bedeutung für den Journalismus in Lettland hat³³⁶. Es sieht harte Strafen für die Verleumdung und Aufhetzung zum Rassismus vor (Artikel 168, Artikel 28 und Artikel 78). Diese gesetzliche Regelung steht allerdings im Widerspruch zur Meinungsfreiheit. Dieser Konflikt, der vor allem marginale Presseausgaben betrifft, wird in Lettland dennoch meistens in der europäischen Tradition zugunsten Einschränkungen solcher Art entschieden³³⁷, obwohl auch harte Debatten darüber entstanden sind, u.a. nach gerichtlicher Schließung 1992, dem Vorschlag des Justizministeriums zufolge, der extrem-rechten Zeitung „Pilsonis“ [Der Staatsbürger], die sowieso fortan mit dem Titel „Pavalstnieks“ [Der Untertan] herausgegeben wurde³³⁸, und

prokuratūra, ja vien vēlas, var iejaukties preses darbā. In: *Vakara Ziņas* (2000-09-15), S. 2, 10.

³³⁴ Vgl. u.a. Schneider, Raue 1998, S. 44: „Wer recherchiert, der gehört zu den Wächtern der Demokratie.. So lästig das Forschen und Fragen auch sein mag, gehört es zu den Pflichten des Journalisten. Damit er dieser Pflicht nachkommen kann, bekommt er Rechte wie kein anderer.. Das Volk will wissen, was die Mächtigen treiben. Der Redakteur recherchiert nicht zu seinem Ruhm, erst recht nicht aus Gier nach der Sensation, sondern allein im Auftrag seiner Leser. So interpretieren Juristen unsere Verfassung.“

³³⁵ Ferner dazu Mits 2000, S. 44ff.; Valsts cilvēktiesību birojs: Informācijas atklātības likuma ievērošanas problēmas saistībā ar tiesas spriedumu pieņemību un maksu par informācijas saņemšanu. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-10-17). Noch 1999 gab es einen Konflikt zwischen dem Staatlichen Menschenrechtsbüro und der Staatskanzlei wegen der Weigerung der letzteren, die Dokumente zur Kabinettsitzungen diesem Büro zuzuliefern (vgl. Bericht der Nachrichtenagentur BNS von 5. März 1999: VCB pārmetumi Valsts kancelejai ir nepamatoti, uzskata kanceleja). Inzwischen kann jeder solche Dokumente und Gesetzentwürfe im Internet nachlesen: www.mk.gov.lv und www.saeima.lv

³³⁶ Vgl. u.a. Dupuis 2000, S. 33.

³³⁷ Vgl. Muižnieks 1999; Dribins, Leo: *Antisemitisms un tā izpausmes Latvijā : Vēsturisks atskats*. Rīga : Latvijas vēstures institūta apgāds, 2001 (Latvijas Vēsturnieku komisijas raksti = Symposium of the Commission of the Historians of Latvia. Bd. 4), S. 149ff.; Kučinskis, Jānis: *Jaunā pasaules kārtība un mēs pašī*. Jēkabpils : o.A., 2000, S. 208f.

³³⁸ Vgl. Hoyer, Lauk, Vihalemm 1993, S. 250f.

nach antisemitisch gefärbter Publikation „Die Juden beherrschen die Welt“ im August-Heft 2000 der Wirtschaftszeitschrift „Kapitāls“ [Das Hapital], deren Chefredakteur nachher zurücktrat, die ganze Auflage vom Verlag selbst aus dem Handel ausgenommen und eine strafrechtliche Verfolgung des Chefredakteurs eingeleitet wurde³³⁹. Ähnliches betrifft die Popularisierung des Drogen-Gebrauchs in der Jugend-Presse³⁴⁰.

Es wurden u.a. für Medien in entsprechenden gesonderten Gesetzen andere relevante Bereiche, wie z.B. das Urheberrecht (1993 und 2000), die Werbung (2000)³⁴¹, der Wettbewerb (1997), geregelt³⁴².

In den letzten Jahren hat sich die Gerichtspraxis in den Fällen, wenn einerseits die persönliche Würde eines Politikers und andererseits die Meinungsfreiheit der Presse berührt werden, nicht problemlos, dennoch positiv entwickelt, d.h., entsprechend den Deutungen des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte zugunsten der Pressefreiheit, wie z.B. im Senats-Urteil des lettischen Obersten Gerichts im Rechtsstreit zwischen einem früheren Wirtschaftsminister und der Zeitung „Diena“³⁴³. Die Politiker müssen gerade wegen ihrer öffentlichen Ämter Kritik in den Medien tolerieren.

Dennoch gibt es gerade seit dem letzten Jahr besorgniserregende Fälle der **Gewalt gegen einzelne Journalisten**, besonders gegen Kriminal-Berichterstatter, darunter ein Mord in der

³³⁹ Vgl.: Lisovskis, Normunds: Žīdi valda pasauli. In: *Kapitāls* (2000), Nr. 8, S. 16-24; „Kapitāls” bez aizspriedumiem. In: *Kapitāls* (2000), Nr. 10, S. 12-16; Rodins, Askolds: Stulbums valda žurnālu. In: *Diena* (2000-08-04), S. 2; Točs, Sandris: Esi neveiksminieks? Lasi žurnālu „Kapitāls“! In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2000-08-07), S. 2; Elkin, Abik: „Koričnevaja čuma“ pojavilas' v každom gazetnom kioske! In: *Vesti segodnja* (2000-08-05); VCB nenosoda Kapitāla redaktoru. In: *Diena* (2000-09-07), S. 3.

³⁴⁰ Vgl. u.a.: Valsts cilvēktiesību birojs: Izteiksmes brīvība vai narkotiku propaganda? Latvijas normatīvajos aktos nav kritēriju narkotiku propagandas noteikšanai. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-10-27).

³⁴¹ So ist im Fernsehen und im Hörfunk die Tabak-Werbung völlig und die Alkohol-Werbung teils (mit Ausnahme von Bier und Wein) verboten, in der Presse hingegen nicht. Vgl. Emor AS 2001, S. 102, 121, 47, 66. Von den einen Wahlen zu anderen wird immer konkreter die Wahlwerbung durch ein spezielles Gesetz geregelt. Vgl. u.a.: Arāja, Dita: Liberalizē grozījumus likumā par priekšvēlēšanu aģitāciju. In: *Diena* (2002-05-16), S. 3; Pirms vēlēšanām – vairāk politiskās reklāmas. In: *Diena* (31-05-2002), S. 3.

³⁴² Vgl. Baltic Media Facts Ltd 1997, S. 71.

³⁴³ Vgl. u.a.: Laikraksts Diena neatsauks viedokļus. In: *Diena* (1999-10-29), S. 2; Krastiņš, Jānis: Apgabaltiesa atkārtoti apmierina Strujeviča prasību pret Dienu. In: *Diena* (2002-06-04), S. 1, 4.

drittgrößten lettischen Stadt Liepāja³⁴⁴, und gegen ganze Medien, insbesondere in der zweitgrößten Stadt Daugavpils mit einer klar dominierenden russischsprachigen Bevölkerungsmehrheit, zudem nach dem Sieg einer lokalen autoritären Unternehmers-Partei bei den Kommunalwahlen³⁴⁵. Die Arbeitsbeschränkungen und Angriffe, denen die Journalisten ausgesetzt sind, dienen dabei als Indikatoren für die Verwirklichung der Kommunikationsfreiheiten in der Praxis³⁴⁶.

Insgesamt gehört die lettische Medienordnung zu solchen Medienordnungen, die den Marktzutritt neuer Anbieter erlauben³⁴⁷. Dennoch kann man nicht in Lettland eine aktive und gezielte staatliche Medienpolitik, die die entsprechenden Strukturen durch klare Mediengesetzgebung, Lizenzerteilung, Wettbewerbsgesetze etc. schafft, feststellen, die dazu führt, das sich der ökonomische Wettbewerb auch im publizistischen Wettbewerb umsetzt³⁴⁸. Klare Mediengesetze sind dabei unumgänglich, damit Medien und Journalisten den offenen Unterwerfungsgelüsten und subtilen Steuerungsambitionen des Staatsapparates und wirtschaftlicher Machtzentren entgegenwirken können³⁴⁹. Denn das Merkmal Freiheit richtet sich vor allem auf Strukturen, die die politische Unabhängigkeit der Medien sicherstellen. Demzufolge müßte es Ziel einer aktiven Medienpolitik sein, die politischen Eingriffe in die Berichterstattung zu verhindern, um zu gewährleisten, daß die Medien ihre Kontrollfunktion wahrnehmen können und Kritik an den politischen Machträgern artikuliert werden kann.³⁵⁰ Eher zögernd und halbherzig wird dieses Ziel in Lettland von der Politik verfolgt, und erst durch die Hoffnung auf eine EU-Mitgliedschaft findet eine Angleichung der Gesetze an die

³⁴⁴ Vgl.: Latvijas Cilvēktiesību un etnisko studiju centrs = Latvian Centre for Human Rights and Ethnic Studies (Hrsg.): Human Rights in Latvia in 2001 = Cilvēktiesības Latvijā 2001. gadā. o.A., 2002, S. 11.

³⁴⁵ Vgl. ebenda, S. 11f.; Rancāne, Anna ; Egle, Ināra: Sprādzienis sagrauj žurnāla redakciju. In: *Diena* (2000-11-09), S. 1, 8; Rancāne, Anna: Aizturēti iespējamie uzbrucēji laikraksta izdevējam. In: *Diena* (2000-10-21), S. 10; Rancāne, Anna ; Egle, Ināra: Daugavpils domē – žurnālistu akreditācija. In: *Diena* (2001-08-03), S. 3; Rancāne, Anna: Pilsēta pēc vienas stabules : Gada laikā pēc sprādziena žurnāla Kapital Latgali redakcijā, kas notika īsi pirms Riharda Eigima vadītās partijas uzvaras pilsētas domes vēlēšanās, medijiem kļuvis tikai grūtāk. In: *Diena* (2001-10-08), S. 5; ASV vēstniecības pārstāve interesējas par preses brīvību. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-12-14), S. 3.

³⁴⁶ Breunig 1995, S. 128, 135f.; D’Inka 1995, S. 256.

³⁴⁷ Vgl. Thomaß 2001, S. 54. Ebenso wie in Polen gibt es jetzt keinerlei rechtliche Beschränkungen in bezug auf die Beteiligung ausländischer Investoren. Vgl. Hadamik 2001, S. 153.

³⁴⁸ Vgl. Thomaß 2001, S. 55; Karmasin 1999, S. 203ff. Dazu s. auch das nächste Kapitel dieser Arbeit.

³⁴⁹ Vgl. Neverla, Kromminga 1995, S. 116.

³⁵⁰ Vgl. Voltmer 2000.

EU-Richtlinien statt.

3.3.2. Probleme bei Etablierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Das wichtigste Problem im mediengesetzlichen Bereich, das noch nicht gelöst worden ist: Der Status der öffentlich-rechtlichen Massenmedien – also des Lettischen Fernsehens und des Radio Lettlands – entspricht nur im Wortlaut des Gesetzes, und auch nur teils³⁵¹, dem in Westeuropa³⁵². Davon zeugt schon die im Gesetz vorgesehene Regelung der Bewilligung der (chronisch defizitären) Haushalte, die völlig von der Regierung bzw. vom jeweiligen politischen Willen der parlamentarischen Mehrheit abhängig ist³⁵³, nicht aber von einer

³⁵¹ Im Artikel 5 des „Gesetzes über das Fernsehen und den Hörfunk“ von 1995 werden Lettisches Fernsehen und Radio Lettlands als „öffentlich-rechtliche Sendeanstalten“ benannt, die gleichzeitig aber als „nichtgewinnbringende Staatsunternehmensgesellschaften agieren“, und zwar in Form einer Staats-GmbH. Direkter Vorgänger des neuen Gesetzes waren die Übergangsbestimmungen über elektronische Massenmedien, die am 30. August 1994 an die Stelle des Gesetzes von 1992 traten, mit dem, ebenso wie seit Januar 1990 in Estland, das Staatliche Komitee für Fernsehen und Hörfunk abgeschafft und zwei selbständige Staatsunternehmen – Lettisches Fernsehen und Radio Lettlands – gegründet waren. 1993 wurden beide Mitglieder der Europäischen Rundfunkunion (EBU – European Broadcasting Union, mehr als „Eurovision“ bekannt, mit ihrem jährlichen Schlagerwettbewerb, woran Lettland in letzten Jahren sehr erfolgreich teilnahm) – der Organisation europäischer öffentlich-rechtlichen Sender. Im Rundfunkgesetz von 1992 war zwar ausdrücklich ausgewiesen, daß das staatliche Radio und Fernsehen unabhängig sei und keine Partei oder Organisation Programme für sich beanspruchen dürfe, aber die Generaldirektoren (d.h. Generalintendanten) der beiden Gesellschaften wurden vom Parlament (für drei Jahre) berufen. Rundfunkrat, der als Aufsichtsrat mehr als drei Jahre fungierte, hatte 23 ehrenamtliche Mitglieder von verschiedenen gesellschaftlichen, privaten und staatlichen Institutionen. Vgl. Skudra 1998, S. 396; Skujiņš 1996, S. 167ff.; Graf 1998, S. 354, 356; Kleinwächter 1995, S. 85, 89, 91; Graf 1993, S. 37.

³⁵² So hebt Dieter Stolte, Intendant des ZDF, hervor: „Die bewusste Einrichtung eines öffentlich-rechtlichen Systems unterstreicht, dass Rundfunk nicht als Instrument der Politik verstanden wurde – und wird –, sondern der publizistisch unabhängigen Vermittlung von Politik und der ebenso unabhängigen Willensbildung im Volke dienen soll. Rundfunk ist kein Sprachrohr der Politik, sondern ihr kritischer Spiegel.“ Vgl. Stolte 2001, S. 60. Dazu ferner u.a. Stoiber 2001, S. 73; *Britain 2001 : The Official Yearbook of the United Kingdom*. London : The Stationery Office, 2000, S. 266ff.; Jemberga, Sanita: BBC neatkarība ir relatīva. In: *Diena* (2002-03-02), S. 3; Veinberga, Sandra: Runas par sabiedriskās televīzijas drīzu nāvi ir pārspīlētas : Sabiedriskam medijam jābūt neatkarīgam no reklāmas un no politiķiem. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2002-02-15), S. 2.

³⁵³ Die unveränderte Finanzierungssituation des Rundfunks, die infolge einer starken pekuniären Abhängigkeit vom Staatshaushalt entsteht, bleibt ein wirksamer Hebel politischer und damit staatlicher Kontrolle. So war in der ersten Fassung des geltenden Rundfunkgesetzes nach der Empfehlung von EBU im Artikel 5 die Bestimmung eingeführt, daß das Budget beider öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten nicht weniger als im jeweiligen Vorjahr betragen kann (inclusive der Inflationsrate). Was die Inflationsrate betrifft, wurde diese

Abonnementgebühr, die überhaupt nicht eingeführt wurde, u.a. weil die Einführung der Gebühren für jede Regierung unpopulär wäre³⁵⁴. Leider macht Lettland in dieser Hinsicht keine Ausnahme unter den mittel- und osteuropäischen Staaten, wo die Umwandlung des Staatsrundfunks in ein öffentlich-rechtliches System, d.h. die Entlassung aus der Regierungs- und Staatsgewalt, noch längst nicht vollzogen ist, jedoch von direkter Zensur dennoch nicht gerechtfertigt zu sprechen wäre, sondern von staatlicher Einmischung, Selbstzensur, einseitiger und selektiver Berichterstattung³⁵⁵. Dies bestätigt auch die Bildung des Aufsichtsgremiums – des Nationalen Rates für Fernsehen und Hörfunk (NRTVP – Nacionālā Radio un televīzijas padome) –, der weder wie z.B. in Litauen von fachlichen Vereinigungen ernannt wird³⁵⁶ noch eine Repräsentation gesellschaftlich relevanter Gruppen darstellt³⁵⁷, sondern, ähnlich wie in Bulgarien, Polen, in der Slowakei und bis zur Rebellion 2000/2001

Passage des Gesetzes am 4. Februar 1999 dennoch gestrichen. Vgl. Skujiņš 1996, S. 182; Thomaß, Tzankoff 2001, S. 240; D’Inka 1995, S. 252; Kleinwächter 1995, S. 100f.; Skudra 1998, S. 396; Graf 1998, S. 355f., 358; Deputāti atkal sola LTV naudū. In: *Diena* (2001-10-31), S. 4; Grava, Uldis et al.: LTV – mērķis, ko uzvarēt. In: *Diena* (2002-05-17), S. 2. Dabei gibt der erfolgreiche Manager des privaten Fernsehens Helmut Thoma sogar für das verhältnismäßig große Deutschland zu: „... eines weiß ich ganz sicher: Ohne gesicherte Einnahmen, unabhängig von der Werbewirtschaft, kann man tatsächlich kein Fernsehen machen, das es sich leisten kann, aufzuklären, zu bilden und solche Seiten des Lebens zu zeigen, die nichts mit dem Glücksrad zu tun haben.“ In: Thoma, Helmut ; Kayser, Marc: Ich habe einen Traum. In: *Die Zeit* (2000-06-29).

³⁵⁴ Obwohl es spätestens seit 1994 darüber diskutiert wird und seit 1999 es ein offizieller Vorschlag des Nationalen Rates für Fernsehen und Hörfunk zur stufenweisen Einführung der Rundfunkgebühren (Ls 1,50 = 2,50 Euro pro Monat) gibt. Vgl. Skujiņš 1996, S. 180; D’Inka 1995, S. 254; Emor AS 2001, S. 9; Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 7f. Zur EU-Beihilfediskussion u.ä. s. ferner u.a.: Stoiber 2001, S. 72f.; Abgabe? Pauschale? : Ministerpräsidenten uneins über Zukunft der Rundfunkgebühren. In: *Der Tagesspiegel* (2000-07-30), S. 35; Arāja, Dita: Abonentmaksa par alternatīvu komercstacijām. In: *Diena* (2002-03-02), S. 3.

³⁵⁵ Ohne staatlichen Zuschuß – sondern von der Abonnementgebühr und eigenen Einnahmen – wird nur das Tschechische Fernsehen finanziert. In Polen und in der Slowakei gibt es neben der Abonnementgebühr die staatliche Mitfinanzierung, und auch in Litauen wird seit Juli 2002 ein solches System eingeführt. In Estland hat man hingegen seit März 2002 die Werbeeinnahmen für die öffentlich-rechtliche Medien verboten, dabei bleibt ihnen nur das staatliche Geld. Die unverzichtbaren staatlichen Zuschüsse befördern dabei nicht die Entstehung staatsunabhängiger Rundfunksysteme. Vgl.: *Diena* (03-03-2002), S. 3; Thomaß, Tzankoff 2001, S. 175; Weidenfeld 1996, S. 57; Weidenfeld 1995b, S. 95, 169; Kleinwächter 1995, S. 86f., 89ff.; Klein 1994, S. 22; Graf 1993, S. 38.

³⁵⁶ Vgl. Weidenfeld 1996, S. 101.

³⁵⁷ Vgl. Klein 1994, S. 16f.

auch in der Tschechischen Republik³⁵⁸, nur aus Vertretern von Parteien der Saeima besteht, spiegelt also ungefähr die politischen Mehrheitsverhältnisse und damit das Proporzdenken statt des Sachverständes wider³⁵⁹. Im Ergebnis funktionieren die öffentlich-rechtlichen Medien Lettlands im Gegensatz zu den Traditionen der EU-Länder und zum EU-Vertrag nicht völlig zugunsten der Öffentlichkeit als eine wesentliche Ergänzung zu den privaten Sendern und ein Beitrag zur Medienvielfalt³⁶⁰. Somit war auch der letztendlich wieder zurückgenommene Beschluß des Fernseh- und Hörfunkrates, der der zweitgrößten privaten Fernsehgesellschaft TV3 die Sendeerlaubnis für das gesamte Territorium des lettischen Staates mit dem Hinweis auf die begrenzten Möglichkeiten von Werbeeinnahmen bis 2001 absprach³⁶¹, aus politischen und wirtschaftlichen Gründen zu bezweifeln³⁶².

So schuf das Rundfunkgesetz von 1995³⁶³ die Rahmenbedingungen für die Einrichtung, Registrierung, Tätigkeit und Aufsicht nicht nur von öffentlich-rechtlichen, sondern erstmalig so detailliert auch von privaten elektronischen Massenmedien (Hörfunk, Fernsehen, Kabel- und Satellitenrundfunk, Computerfernsehen, Teletext u.a.). Es gab zunächst (bis 1999) die Beschränkung, daß Auslandsinvestitionen nicht 20% übersteigen dürften. Den sogenannten „Nationalen Auftrag“ erfüllen grundsätzlich die beiden öffentlich-rechtlichen Sender und regionale Fernsehanstalten, die dafür Mittel aus dem Staatshaushalt erhalten. NRTVP erarbeitet die nationale Entwicklungskonzeption für elektronische Medien (es wurden schon

³⁵⁸ Vgl. Hadamik 2001, S. 157; Thomaß, Tzankoff 2001, S. 77ff., 173, 240f.; Weidenfeld 1996, S. 122, 173; Kleinwächter 1995, S. 88f.; Mazinās politiku ietekmi uz medijiem. In: *Diena* (2001-01-13), S. 7; Roze, Lolita: Brīvībai dzimušie tur un te : Kopš *samta* revolūcijas Čehijā kas tāds nebija piedzīvots. Latvijā arī. Domās... In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-01-13), S. 14.

³⁵⁹ Die neun Mitglieder dieses Rates werden vom Parlament gewählt. So geschieht der Einfluß der herrschenden Kräfte nicht mehr über Zensur, sondern über dieses Aufsichtsgremium, das auch die Berufung der Generalintendanten leistet. Folglich wechseln die Generaldirektoren, insbesondere des Lettischen Fernsehens (seit 1992 schon viermal), entsprechend der parteipolitischen Zusammensetzung des Rates – ein Hinweis, daß ein mangelnder Grundkonsens der politischen Klasse über die Regelungen für einen öffentlich-rechtlichen Status der ehemals staatlichen elektronischen Medien besteht. Vgl. Skujiņš 1996, S. 181, 184f.; Thomaß, Tzankoff 2001, S. 241; Graf 1998, S. 355, 366; Rodins, Askolds: Tādi esam : Pēc kārtējā skandāla krīt kārtējais LTV ģenerāldirektors. In: *Diena* (2002-02-15), S. 2; Grava, Uldis ; Serdāns, Viesturs ; Līcītis, Egils: Uldis Grava : - Televīzija nevar būt neatkarīga no skatītājiem. In: *Lauku Avīze* (2002-03-19), S. 5.

³⁶⁰ Vgl. u.a.: Baltijas valstu nacionālo televīziju problēmas. In: *Eiropas ziņas* (2000-05-04).

³⁶¹ Vgl. Emor AS 2001, S. 9f.; Arāja, Dita: TV3 Latvija tiesāsies ar NRTVP. In: *Diena* (1999-08-06), S. 4; Ciemīte, Kristīne: TV3 raidīs visā Latvijā. LTV piesauc finansu krahu. In: *Rīgas Balss* (2000-09-25), S. 3.

³⁶² Vgl. Kleinwächter 1995, S. 88f., 101.

³⁶³ Wichtige Auszüge aus diesem Gesetz (in englischer Sprache) s. im Anhang dieser Arbeit.

drei Dokumente dieser Art vom Nationalen Rundfunkrat vorgelegt³⁶⁴), schlägt der Regierung den Haushaltsentwurf zur Erfüllung des Nationalen Auftrags vor, verwaltet die Teile des Staatskapitals (hundert Prozent) im Lettischen Fernsehen und Radio Lettlands, bestätigt die Satzungen und Vorstände der beiden Anstalten und setzt nicht nur die Generaldirektoren, sondern auch deren Revisionskomitees ein. Der Rat vergibt außerdem die Lizenzen für Sendetätigkeiten und die Übertragung sowie Registrierungsanzeige für Kabelrundfunk³⁶⁵.

Eine prinzipielle Frage in den Diskussionen seit 1994 bleibt die Erhaltung und Nichtprivatisierung des zweiten Programms (LTV2) des Lettischen Fernsehens³⁶⁶, wobei es in Estland und Litauen nur ein öffentlich-rechtliches Programm gibt³⁶⁷. Es war schon zum Mischkanal (LTV sowie regionale und kommerzielle Sender) geworden. Das erste Programm LTV1 prägen beispielsweise Programmbeiträge, die sich mit Fragen der Ökologie auseinandersetzen, Sendereihen über das ländliche Leben, über die Kultur sowie Theatersendungen und Filme, darunter oft Billigserien aus amerikanischer oder lateinamerikanischer Produktion. Seit den letzten drei Jahren kamen auch attraktivere und kritische politische Diskussions- und Interviewsendungen, sog. Talkshows,³⁶⁸ wie „Kas notiek Latvijā?” [Was geschieht in Lettland?] von Jānis Domburs und „Mūsu cilvēks” [Unser Mensch] von Baiba Strautmane dazu (geblieben ist die populäre Journalistenrunde „Skats no malas” [Blick vom Außen] von Kārlis Streips), die nach der führenden Fernsehnachrichtensendung „Panorāma” (mit mehr als 15% von allen Zuschauern³⁶⁹) direkt ausgestrahlt werden. So läßt sich ein Trend hin zu stärker „westlich“ orientierten Programmen feststellen³⁷⁰. Obwohl LTV1 (Einschaltquote beträgt 14,2%³⁷¹) und LTV2 (Einschaltquote

³⁶⁴ Vgl.: Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības nacionālā koncepcija. In: *Diena* (1996-02-14); Nacionālā radio un televīzijas padome (Hrsg.): *Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības nacionālā koncepcija 2000. - 2002. gadam*. Rīga : Nacionālā radio un televīzijas padome, 1999; Nacionālā radio un televīzijas padome (Hrsg.): *Latvijas elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības nacionālā koncepcija 2003. - 2005. gadam*. – o.A.

³⁶⁵ Ferner dazu Skudra 1998, S. 397.

³⁶⁶ Vgl. Skujiņš 1996, S. 177, 180; Grava, Uldis et al.: LTV – mērķis, ko uzvarēt. In: *Diena* (2002-05-17), S. 2.

³⁶⁷ Vgl. Emor AS 2001, S. 68.

³⁶⁸ Dazu ferner ebenda, S. 79f.; Tjarve, Rolands: Kāpēc skatīties neparasto. In: *Diena* (2001-11-06), S. 2; Tjarve, Rolands ; Rugāja, Ilma: Televīzijas nākotne ir ziņas un sports. In: *Rīgas Balss* (1999-11-05), S. 13.

³⁶⁹ Vgl. Emor AS 2001, S. 88.

³⁷⁰ Vgl. Klein 1994, S. 26.

³⁷¹ Vgl. Emor AS 2001, S. 71.

4%³⁷²) immer länger ausgestrahlt werden, jetzt insgesamt 21 Stunden pro Tag, verliert man dennoch immer mehr den kommerziellen Sendern im Wettbewerb auf dem Werbemarkt³⁷³. Die ersten Verschiebungen zugunsten kommerzieller Anbieter zeichneten seit dem Start des LNT-Fersehens 1996 ab, das natürlich in die Schwäche des LTV unter allen Umständen interessiert war.

Radio Lettlands (Einschaltquote von drei Programmen 32%³⁷⁴, seit 2001 vier Programme: Latvijas Radio 1, Latvijas Radio 2, Latvijas Radio 3, Latvijas Radio 4) als der führende Hörfunksender, insbesondere Nachrichtensender (Nachrichten und analytische Sendungen bilden 30% von Programm), und größter Phonogrammenproduzent mit einem Tonarchiv von 200 Tausend Einheiten und vielen Direktübertragungen, der im Wettbewerb mit den kommerziellen Anbietern seine Hörer seit 1999 nicht mehr verliert, sendet 66 Stunden pro Tag³⁷⁵, u.a. im Internet: www.radio.org.lv, wie auch mehrere andere lettische Hörfunkprogramme. Radio Lettlands nimmt auch lettischsprachige Sendungen von „Radio Freies Europa“, „Stimme Amerikas“ und Radio Schwedens in sein Programm auf. 2000 hatte der Sender 326 hauptamtliche Mitarbeiter, 1995 – noch 477. Zwei Drittel von Einnahmen macht der Zuschuß des Staatshaushalts aus, und ein Drittel sind Werbeeinnahmen. In den letzten Jahren ist die digitale Technik im Radio Lettlands aufgestellt worden, seit 2001 werden nur digitale und nicht mehr analoge Relais benutzt.

Die Einrichtung digitaler Technologie im ganzen lettischen Sendebetrieb ist vom Staatlichen Radio- und Fernsehzentrum bis zum 2006 geplant³⁷⁶.

Beim Lettischen Fernsehen machen die Werbeeinnahmen auch nur 36% gegenüber 64% des Zuschusses vom Staatshaushalt aus.³⁷⁷ Deswegen ist der in Lettland viel diskutierte völlige

³⁷² Ebenda.

³⁷³ Vgl.: Jaunienācējas atņem reklāmu LTV. In: *Diena* (2002-03-02), S. 3.

³⁷⁴ Vgl. Emor AS 2001, S. 109.

³⁷⁵ Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 1f.

³⁷⁶ Vgl.: Pauders, Māris et al.: Latvija pārliecinoši tuvojas digitālajai apraidei. In: *Sakaru Pasaule* (2002), Nr. 1, S. 39-41.

³⁷⁷ Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 5, 9.

Verzicht der öffentlich-rechtlichen Medien auf die Werbung, wie in Estland seit 2002³⁷⁸, äußerst fragwürdig, auch wenn eine Kommerzialisierung dieser Medien, u.a. Schleichwerbung³⁷⁹, vorschreitet und nicht nur Staatsferne und Gebührenfinanzierung, sondern auch Marktferne angestrebt wird. Obwohl 150 hauptamtliche Mitarbeiter des Lettischen Fernsehens schon 1998 entlassen wurden, beträgt ihre Zahl, u.a. wegen der Originalproduktion, noch 672, beim privaten Fernsehsender LNT hingegen nur 94³⁸⁰. Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens ist seit Jahren unzureichend, das sieht man besonders bei der veralteten Technik. Dabei ist diese Fersehanstalt wegen der objektiv begrenzter Zahl lettischsprachiger Zuschauer die einzige Option für die wirtschaftliche Etablierung eines nationalen lettischen Fernsehens³⁸¹.

Gleichzeitig wird aber vom Rundfunkgesetz, den EU-Bestimmungen zuwider³⁸², die Plazierung der lettischen Werbung im Programm des seit 1996 nur im Kabelnetz ausgestrahlten populären russischen Fernsehens ORT erlaubt, obwohl es den lettischen Medienmarkt für Werbung völlig deformiert. Damit beschäftigt sich seit 1998 die „TEM Art Group“, zudem ist sie zur Retranslation von ORT im ganzen Baltikum befugt³⁸³. Dabei wird von demselben Gesetz nur 25% der Sendezeit von jedem beliebigen Programm der privaten Sendeanstalten in einer Fremdsprache erlaubt, u.a. in Russisch, was nicht immer vom Rundfunkrat überprüft wurde, wie auch die tatsächlichen Eigentumsverhältnisse³⁸⁴, dennoch 2001 zur Schließung des Radio „Biznes & Baltija“ und zum Rechtsstreit um Redefreiheit geführt hatte³⁸⁵.

³⁷⁸ Vgl.: Igaunijā sabiedriskā TV bez reklāmas. In: *Diena* (2002-03-02), S. 3.

³⁷⁹ Vgl.: Ločmele, Nellija ; Arāja, Dita: Samaksāti raidījumi nav brīva TV. In: *Diena* (2000-03-28), S. 4; Arāja, Dita: Ar topošo priekšvēlēšanu aģitācijas likumu cer novērst žurnālistu blēdības. In: *Diena* (2001-09-07), S. 1, 4; Nolikums par priekšvēlēšanu aģitācijas kārtību Valsts bezpeļņas SIA „Latvijas Televīzija“ pirms 7. Saeimas vēlēšanām. – Unveröffentlichtes Dokument.

³⁸⁰ Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 3f.

³⁸¹ Vgl. u.a. Kleinwächter 1995, S. 101.

³⁸² Vgl.: Vitkus, Inese: Electronic Mass Media Landscape in Latvia and the Present Problems : For the BMC Conference on „Baltic Media on the Threshold of EU Accession“ in Riga, April 14, 2000. Unveröffentlichtes Manuskript, S. 13.

³⁸³ Vgl. Emor AS 2001, S. 78, 229, 231.

³⁸⁴ Vgl. Šulmane, Kruks 1998, S. 22; Graf 1998, S. 362f.

³⁸⁵ Vgl. Emor AS 2001, S. 10; Latvijas Cilvēktiesību un etnisko studiju centrs = Latvian Centre for Human

Momentan befinden sich die öffentlich-rechtlichen Medien Lettlands in der andauernden Phase des Übergangs in die Unabhängigkeit³⁸⁶, was heißt, daß die Umwandlung des staatlichen Rundfunks in ein öffentlich-rechtliches System allmählich vorankommt. In den letzten drei Jahren, etwas später als im Radio Lettlands, was schon seit 1992 dank der Persönlichkeitsstärke³⁸⁷ jeweiliger Generaldirektoren Arnolds Klotiņš und Dzintris Kolāts in der Tat unabhängig wurde³⁸⁸, findet es insbesondere im Lettischen Fernsehen statt, dessen Redakteure und Journalisten, besonders in der Nachrichtenredaktion, ebenso viel selbstbewußter wurden. So erreichten sie 2002 sogar die Ernennung ihres Kandidaten Uldis Grava, einen früheren Mitarbeiter des „Radio Freies Europa“, zum Posten des Generaldirektors.

3.3.3 Innere Pressefreiheit und Medienethik als Voraussetzung für Qualität der Medien

Zu einem besonders ernsten Problem ist die Gewährleistung der inneren Pressefreiheit und der redaktionellen Autonomie³⁸⁹ geworden, die eine unmittelbare Einmischung seitens des Verlegers bzw. des Eigentümers in die tägliche Arbeit der Redaktionen wie auch ein Diktat durch wirtschaftlich-politische Gruppierungen verhindern sollen. Ohne Erfüllung dieser Voraussetzung jedoch garantiert die Deklaration der westlichen Prinzipien in Gesetzen und anderen staatlichen Vorschriften von sich aus noch keine diesen Prinzipien entsprechende Praxis besonders in postkommunistischen, aber auch in westlichen Medien³⁹⁰. Im Gegenteil

Rights and Ethnic Studies (Hrsg.): Human Rights in Latvia in 2001 = Cilvēktiesības Latvijā 2001. gadā. o.A., 2002, S. 12; Krievija kritizē radio B&B apturēšanu. In: *Diena* (2002-03-19), S. 4; Neatjauno krievu radio Rīga licenci. In: *Diena* (2002-05-18), S. 3.

³⁸⁶ Vgl. Graf 1998, S. 367.

³⁸⁷ Vgl. Neverla, Kromminga 1995, S. 117; Löffelholz 2000, S. 192.

³⁸⁸ Vgl. u.a. Domburs, Rušeniece 2001, S. 3.

³⁸⁹ Ferner dazu Meyn 1999, S. 289ff.; Weidenfeld 1996, S. 122; Neverla, Kromminga 1995, S. 116; Levits 1999, S. 6; Dimants 2001a; Dimants 2001d; Dimants 2001e.

³⁹⁰ Vgl. u.a. Trautmann 2001, S. 207; Graf 1998, S. 367; Pflaumer 1998, S. 15; Ozoliņš, Aivars: Kalpa neatkarība. In: *Diena* (2000-05-09), S. 2; Rodins, Askolds: Brīva prese brīvā valstī. In: *Diena* (2002-01-25), S. 2; Avotiņš, Viktors: Ar vienu ģīmi brīvībai nepietiks. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2002-01-28), S. 2. Dabei hat sich in der Entwicklung der lettischen Tagespresse klar erwiesen, daß redaktionelle Autonomie und glaubwürdige Information finanzielle Unabhängigkeit und wirtschaftliche Prosperität des Medienunternehmens voraussetzen. Vgl. Karmasin 1999, S. 205.

sind journalistische Unabhängigkeit, innere Pressefreiheit und redaktionelle Autonomie seit dem ersten „Frühjahrstauwetter“ während und direkt nach der Zeit der Wiederherstellung der Unabhängigkeit (etwa bis 1993), als Massenmedien und Journalisten ein in jüngerer Geschichte nicht vergleichbares Maß an individueller Freiheit genossen³⁹¹, immer mehr eingeeengt worden, was insbesondere in den Möglichkeiten bei der Themensetzung und Meinungsäußerung, aber auch bei der Weitergabe der gesammelten Informationen zum Ausdruck kommt³⁹². Nur ist anstelle des Diktats der kommunistischen Partei und der Staatsmacht ähnlich wie in anderen postkommunistischen Ländern nicht selten das Diktat der Führung wirtschaftlich-politischer Gruppierungen – die sogenannte „Zensur durch den Eigentümer“³⁹³ – getreten. Dies steht aber im Widerspruch zur Praxis (wenigstens der Qualitätspresse) in den EU-Staaten und den USA³⁹⁴ und begünstigt im Endergebnis die

³⁹¹ Vgl. Kleinwächter 1995, S. 100; Laķis, Žīgure 2000.

³⁹² Vgl. Aptauija 1999, S. 11; Kalniņa, Liepiņa, Slišāne 2001; Upleja 2001; Kolāts 2001; Raudseps 2001a; Schneider, Raue 1998, S. 242f.; Kalniņa, Nora ; Liepiņa, Maija: The lack of internal press freedom in Latvia. In: <http://www.politika.lv/index.php?id=102683&lang=lv>

³⁹³ Vgl. Neverla, Kromminga 1995, S. 110; Sager 1997; Skudra 2001a, S. 2; Zvagulis, Matīsa 2000, S. 2; Dupuis 2000, S. 122; Šabads 2000; Šabads 2001a; Šabads 2001b; Preses brīvību Krievijā nomāc īpašnieku intereses. In: *Diena* (1997-08-13), S. 5; Muciņš: Latvijas presi vada VDK aģenti. In: <http://www.delfi.lv/archive/index.php?id=2420327> „Einfluß und ökonomischer Erfolg, woran Medien wie Fremdfirmen interessiert sind, sind eng mit journalistischer Unabhängigkeit und Redlichkeit verbunden, die nicht journalistische Beliebigkeit bedeutet, sondern sich in dezidierter und begründeter Meinungsäußerung und unvoreingenommener Information äußert.“ Vgl. Hübner 1998, S. 6. Dies wird besonders schroff in den Arbeitserfahrungen bei der Zeitung „Jaunā Avīze“ und den Redaktionen von AG „Preses nams“ deutlich. U.a. die Aussagen von ehemaligen Chefredakteuren von „Neatkarīgā Rīta Avīze“ und „Rīgas Balss“ Juris Laksovs und Rimants Ziedonis, ebenso dessen Stellvertreters Aivars Pastalnieks, die ihre Posten 1999 verließen bzw. entlassen wurden, bestätigen das „Diktat von oben, präziser – seitens der Ventspils-Unternehmer“ und den Willen, die Zeitung vor den Wahlen zu politisieren (s. LETA-Nachricht von 5. Oktober 1999). Dazu näher: Prokopova, Evita ; Arāja, Dita ; Lase, Inta: NRA redaktors pēc antisemītisku uzskatu paušanas aiziet no darba. In: *Diena* (1999-04-09), S. 3; Ikstena, Nora ; Blumberga, Gundega: Ārdi domas kā sienam nopļautu zāli : Nora Ikstena intervijā Gundegai Blumbergai. In: *Karogs* (2001), Nr. 3, S. 19f.; Īvāns, Dainis: Ne par latiem, bet preses brīvību. In: *Lauku Avīze* (2001-03-10); Vakara Avīzes Vakara Ziņas paziņojums. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-11-15), S. 2.

³⁹⁴ „Solche Einmischungen von Eigentümern in die Redaktionen sind nicht selten, aber selten öffentlich. [...] Doch wie selten ist es der Verleger, den der Redakteur als Feind erlebt! Die Tyrannen und die Meinungsverstümmeler sitzen *in* der Redaktion!“ Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 144, 227. Wie Wolfgang Donsbach es zuspitzt: „Die Unabhängigkeit der Redaktion gegenüber rein kommerziell motivierten Einflüssen auf Medieninhalte muss gestärkt werden, aber der Preis dafür muss eine ebenso verstärkte interne redaktionelle Kontrolle sein.“ Vgl. u.a. Donsbach 2001, S. 69, 71, 74. Weiter dazu u.a.: Dintner, Madleen S.: Mutter aller

Entstehung oligarchischer, ja sogar ausgeprägt mafiöser, nicht-demokratischer Systeme³⁹⁵.

Leider hat keine der Zeitungen und Zeitschriften in Lettland freiwillige Redaktionsstatuten³⁹⁶, in denen man die Hierarchie der redaktionellen inneren Pressefreiheit (für Chefredakteur, Abteilungsleiter und übrige Journalisten) rechtlich vorgeschrieben findet. Auch gibt es keine vertragsmäßigen Verpflichtungen (obwohl solche in den Artikeln 15 und 16 des lettischen Pressegesetzes vorgesehen sind) zwischen der Redaktion oder zumindest dem Chefredakteur und dem Verleger über den Rahmen der inneren Pressefreiheit – über die Ausrichtung der entsprechenden Publikation, über die redaktionelle Autonomie und über die redaktionsinterne Hierarchie.³⁹⁷ In diesem Punkt gab es 1998 bei der Wochenzeitung „Fokuss“ einen kurzfristigen Präzedenzfall, der, nachdem der Chefredakteur die im Vertrag festgelegten Bestimmungen über die Unzulässigkeit der Einmischung in die tägliche Arbeit der Redaktion seitens des Verlegers ausgenutzt hatte, mit der Entlassung des Chefredakteurs endete, obwohl die verkaufte Auflage der Zeitung zu dem Zeitpunkt rekordhoch war und danach schrumpfte.

Keine Zufälligkeit ist offensichtlich auch die Tatsache, daß für die Leitung der größten Zeitungen Lettlands ein autoritärer Stil und schroffe Verordnungen charakteristisch sind³⁹⁸. Dies schließt die Möglichkeit zu einer einvernehmlichen Verständigung sogar auf der Ebene der politischen Kommentatoren aus, was in Westeuropa keine seltene Erscheinung ist³⁹⁹, um gar nicht von solchen wirksamen Arten der Mitbeteiligung wie in der „Frankfurter

Nachrichtenmagazine : Ist „Time“ noch auf der Höhe der Zeit? Ein altes Medium bei AOL-Time Warner. In: *Der Tagesspiegel* (2000-05-12), S. 31; Raith, Werner: Die dunkle Vergangenheit des Silvio Berlusconi : Kam der Medienunternehmer durch Geldwäsche im großen Stil zu seinem Reichtum? / Gutachten der Notenbank. In: *Der Tagesspiegel* (2000-08-08), S. 18.

³⁹⁵ Vgl. u.a.: Ierosina kriminālietu par uzbrukumu BMF Latvija direktoram. In: *Diena* (2002-07-12), S. 3; Veinberga, Sandra: Cik ilgi Latvijai būs vajadzīga Brīvā Eiropa? In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2002-07-12), S. 2.

³⁹⁶ Vgl. Mayn 1999, S. 291.

³⁹⁷ Vgl. Weischenberg 1992, S. 276f., 301; Aptauja 1999, S. 10. Im Statut der AG „Diena“ ist die Nichteinmischung des Vorstands in die Alltagstätigkeit des jeweiligen Chefredakteurs verordnet. Vgl. u.a.: *Spogulis* (1999-04-19), S. 4.

³⁹⁸ Den lettischen Umständen entspricht die Feststellung von Siegfried Weischenberg, daß Redaktionen von Zeitungen mit einer ausgewiesenen politischen Richtung, aber auch Zeitungen mit starker Beteiligung des Verlegers an der Redaktionsarbeit häufiger autoritär geführt werden, nicht im Sinne des „demokratisch-partizipativen Führungsstils“. Kollegialverfassung bietet eher einen Schutz gegen unangemessene Einflüsse des Verlags als Chefredakteurverfassung. Vgl. Weischenberg 1992, S. 279f.

³⁹⁹ Vgl. u.a.: Dönhoff, Tatjana: The Times. In: *Max* (1996), Nr. 5, S. 152.

Allgemeinen Zeitung“ (betrifft nur die Herausgeber) oder im Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ (Beteiligungsmodell der Mitarbeiter) zu sprechen⁴⁰⁰.

In den **spezifischen postsowjetischen Verhältnissen** Lettlands bedroht gerade diese rechtlose Lage der Journalisten im Hinblick auf die Konzentration der Medien⁴⁰¹ in vielen Fällen die Pressefreiheit als besondere Form eines der wichtigsten Menschenrechte – der Redefreiheit – und versteckt sich hinter einer von Redakteuren und Verlegern lediglich deklarierten Unabhängigkeit. Daraus muß man den Schluß ziehen, daß sich in Lettland noch nicht die westliche Tradition herausgebildet hat, daß ein Verleger einen Chefredakteur für eine bestimmte Zeit anstellt und ihm im Rahmen einer bestimmten ideellen Richtung⁴⁰² freie Hand läßt oder ihn im Falle einer vorzeitigen Entlassung mit einer größeren Summe entschädigt. Lettische Chefredakteure sind bestenfalls Mitverleger (bzw. auch Mitinhaber) – dann ist das Diktat zumindest nicht so engsinzig wie in dem Fall, wenn der Verleger in der Pressebranche inkompetent ist, d.h., nicht über genügend einschlägige Kenntnisse in der Medienbranche verfügt, z.B. über die spezifische Rolle der Presse in der Medienlandschaft insgesamt.

Um einen demokratischen Rechtsstaat zu bewahren, müssen sich in erster Linie die Redakteure, vor allem Chefredakteure als „Puffer und Rückgratsverstärker“⁴⁰³, und die Journalisten mit „bestimmten Persönlichkeitsstrukturen“⁴⁰⁴ selber für die **Verrechtlichung (juristische Regelung)** der inneren Pressefreiheit einsetzen. Und sie müssen es tun, bevor es zu spät ist. Demokratie und Menschenrechte bedürfen ständiger Aufmerksamkeit und Fürsorge. Sie sind nie und nirgends geschenkt worden, sind aber dann verloren gegangen, wenn es zu wenig Demokraten und zu viel Konformisten gab. Mit der Wiederherstellung der Unabhängigkeit allein ist noch kein Problem gelöst worden und läßt sich auch in Zukunft lösen. Verstärkt wird die Begrenzung der inneren Pressefreiheit und der redaktionellen Autonomie, die sich zum Teil auch als Selbstbegrenzung – also sogenannte Selbstzensur – äußert, von einem spürbaren Mangel an allgemeiner und (weniger) professioneller Ausbildung⁴⁰⁵.

⁴⁰⁰ Vgl. Mayn 1999, S. 109, 121f.; D’Inka 1995, S. 251; Frankfurter Allgemeine Zeitung : Satzungen. o.A.

⁴⁰¹ Vgl. Kapitel 3.1.3 dieser Dissertation. „Inzwischen sind die Praktiken der Einflußnahme auf die Presse viel subtiler geworden,“ stellt Ojārs Skudra in diesem Zusammenhang fest. Vgl. Skudra 1997a, S. 214.

⁴⁰² Vgl. u.a. Mayn 1999, S. 292f.; Löffelholz 2000, S. 190.

⁴⁰³ Vgl. Löffelholz 2000, S. 190; Weidenfeld 1995b, S. 95.

⁴⁰⁴ Vgl. Neverla, Kromminga 1995, S. 117.

⁴⁰⁵ Dazu ferner im Kapitel 4.2 dieser Arbeit.

Um hier weitere Abhilfe zu schaffen, müßten einerseits das professionelle Selbstbewußtsein⁴⁰⁶ (wozu auch das bürgerlich-freiheitliche Bewußtsein gehört) und die Ethik von Journalisten wie Verlegern erhöht und andererseits die im Pressegesetz erwähnten vertragsmäßigen Verpflichtungen in der einen oder anderen Form gestaltet werden. Noch immer läßt sich eine für die Sowjetzeit typische Doppelzüngigkeit, ein Doppelstandard für „inneren“ und „äußeren“ Gebrauch, beobachten: „Ich weiß, aber ich bin nicht imstande, das zu publizieren.“ Ein allgemein angenommener Kodex journalistischer Ethik ist in Lettland immer noch nicht in Kraft getreten⁴⁰⁷. Auf diese Weise präsentieren sich die Journalisten selbst oft als nicht qualitätsgerecht⁴⁰⁸. Nach der Untersuchung der Schleichwerbung während der Kommunalwahlen im Frühling 2001⁴⁰⁹, die eine heftige Diskussion⁴¹⁰ ausgelöst hatte,

⁴⁰⁶ Dazu s. Kapitel 4.1 der Dissertation.

⁴⁰⁷ Vgl. u.a. Kļaviņa 1997. Dennoch gibt es immer wieder Versuche, ethische Normen für die Journalisten festzuschreiben. So hat die Zeitung „Dienas Bizness“ seit 1994 die Prinzipien der professionellen Ethik ihrer Journalisten sogar auf eigenen Seiten veröffentlicht. Vgl. Skudra 1997a, S. 215. Seit 1998 besteht Inhalts- und Wirtschaftskonzeption dieser Zeitung, wo u.a. die Fragen der professioneller Ethik, teils auch Interessenkonflikte, geschildert werden. Vgl.: Dienas Biznesa satura un ekonomiskā koncepcija (Konfidenciali. Nav domāts publicēšanai. Publicēšana vai publiska izplatīšana obligāti jāsaskaņo ar laikrakstu Dienas Bizness. 14.04.98). – Unveröffentlichtes Dokument. Der einzige Ethikkodex für Journalisten, der einen verbindlichen Charakter als Teil des Arbeitsvertrages hat, ist seit 1995 der Kodex der Journalisten von „Diena“. Auch die Pflicht, schnell und völlig eigene Fehler zu korrigieren, bleibt ein spezielles Merkmal dieser Zeitung. Traditionell, seit 1992, gibt es ein internes Missionsdokument, etwa „Ziele und Verantwortung“. Vgl. Aptauja 1999, S. 10; Ēlerte 2001; Dienas žurnālistu ētikas kodekss. Papildinājums ētikas kodeksam : Par cilvēka nāvi drīkst ziņot tikai pēc šī fakta oficiālas apstiprināšanas. – Unveröffentlichtes Dokument. Eigene Ethikkodizes haben auch Lettisches Fernsehen (seit 1996) und die Nachrichtenredaktion des Lettischen Fernsehens, jedoch nicht Radio Lettlands. Vgl.: Valsts bezpeļņas SIA „Latvijas Televīzija” darbinieku ētikas kodekss. – Unveröffentlichtes Dokument; Latvijas TV Ziņu dienesta darbinieku ētikas kodekss. – Unveröffentlichtes Dokument. “Neatkarīgā Rīta Avīze” (seit 2001) und einige regionalen Zeitungen der „Diena“-Gruppe hatten ihre Ethikprinzipien selbständig und detailliert formuliert und unterschrieben, nicht aber „Lauku Avīze”, die russischsprachigen Zeitungen und die Internet-Portale Lettlands. Vgl.: Lidere, Elīna ; Skujiņa, Evija: Žurnālistu ētikas kodeksi Latvijā. Rīga, Rīgaer Stradins-Universitāt, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001. Die fehlende Aufsicht bleibt das entscheidende Problem aller medieninterner Ethikkodizes.

⁴⁰⁸ Vgl. u.a. Mayn 1999, S. 350.

⁴⁰⁹ Vgl.: Ločmele, Nellija: Slēptās reklāmas monitorings presē. In: <http://www.politika.lv/index.php?id=101497&lang=lv>; Bērugs, Rihards et al.: Slēptās reklāmas monitorings Latvijas televīziju kanālos. In: <http://www.politika.lv/index.php?id=101382&lang=lv>

⁴¹⁰ Vgl. u.a.: Brauna, Anita: Ne likumu, ne ētikas. In: *Diena* (2001-05-03), S. 2; Brauna, Anita: Ēteriskā ētika. In: *Diena* (2001-05-11), S. 2.

wurde von einer Gruppe der lettisch- und russischsprachigen Medien, darunter „Dienas Bizness“, „Neatkarīgā Rīta Avīze“, „Rīgas Balss“ und „Čas“, als Reaktion ein sehr kurzer und deklarativer „Kodex der professionellen Ethik der Presse-, Hörfunk- und Fernsehjournalisten Lettlands“ unterschrieben⁴¹¹. Von der Journalistenethik, von der individuellen moralischen Verantwortung eines einzelnen Journalisten, wird in der lettischen Öffentlichkeit zwar von Zeit zu Zeit geredet. Wobei vollkommen vernachlässigt wird, daß es schließlich der Lettische Journalistenverband (mit seiner geringen Autorität⁴¹²) ist, der über einen Presserat ohne Sanktionsmöglichkeiten, jedoch mit dem moralischen Druck der Rügen⁴¹³ die Aufsicht über die Beachtung des als eine Art Konvention angenommenen „Ethischen Kodexes der Journalisten Lettlands“⁴¹⁴ ausüben sollte. Damit die **Selbstkontrolle** über (u.a. von UNO und UNESCO kodifizierten) journalistischen Pflicht zur Trennung von Nachricht und Meinung, Wahrheit der Berichterstattung, zur sorgfältigen Recherche, zur verantwortungsbewußten Auswahl der veröffentlichten Informationen und zur Achtung anderer berufsethischer Normen⁴¹⁵ gewährleistet wird. Das passiert nicht⁴¹⁶. Die noch bedeutendere Verlegerethik und

⁴¹¹ Vgl.: Latvijas preses, radio, un televīzijas žurnālistu profesionālās ētikas kodekss. – Unveröffentlichtes Dokument; Tisenkopfs 2001, S. 81; Brauna, Anita: Mediji sarosās. In: *Diena* (2001-05-15), S. 2; Avotiņš, Viktors: Labākie, vislabākie un super. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2001-05-16), S. 2.

⁴¹² Vgl. Kapitel 4.1 dieser Arbeit.

⁴¹³ Vgl.: <http://journalist.yo.lv/statuti.html>

⁴¹⁴ Es beinhaltet jedoch nichts zur Vermeidung eines Interessenkonflikts. Die Schleichwerbung wird aber verboten. Vgl.: Latvijas žurnālistu ētikas kodekss (Pieņemts Latvijas Žurnālistu savienības konferencē 1992. gada 28. aprīlī). In: *Pro Media* (1997), Nr. 1, S. 27; <http://journalist.yo.lv/etika.html> Die englische Fassung s. im Anhang der Dissertation.

⁴¹⁵ Vgl. Mayn 1999, S. 72ff.; Bergsdorf 2000, S. 232f.; Bergsdorf 1997, S. 80ff.; Stolte 2001, S. 63; Stoiber 2001, S. 70; Kommunikationsordnung 2000, S. 39f.; Luhmann 1996, S. 210; Levits 2001; Sorokins 2001. „... in der Form der professionellen Ethik, die es den Journalisten ermöglicht, ihre Mühen als Dienst an der Öffentlichkeit zu verstehen, dies als Rechtfertigung von Autonomieansprüchen und als Grund für Interessenneutralität aufzufassen und dafür kritische Standards und professionellen Konsens zu institutionalisieren. Die Einschränkung auf Journalismus / Profession / Ethik hat einen guten Sinn, wenn es um eine Selbstkontrolle des Systems der Massenmedien geht. Sie bietet auch Ansatzpunkt für eine, wie immer utopische Unabhängigkeit von den Wünschen des Publikums oder bestimmten Interessengruppen. Aber diese Leistungen müssen erkaufte werden mit einem stark eingeschränkten Begriff von Autonomie. Hier und nur hier hat es den Sinn, in einem in sich paradoxen Sinne von „relativer Autonomie“ zu sprechen.“ Vgl. Luhmann 1996, S. 189. Stephan Ruß-Mohl fügt hinzu, daß „gerade um der Pressefreiheit willen ein Qualitätssicherungsprogramm sinnvoll sein könnte, das der Journalismus in eigener Regie betreiben hätte“. Vgl. Ruß-Mohl 1996, S. 101.

⁴¹⁶ Vgl. Bitāns 1997; Sorokins 2001; Lāzo, Vahšteins, Rušeniece 2000, S. 3.

damit Medienethik insgesamt⁴¹⁷ hingegen scheint ein Tabu für öffentliche Diskussionen zu sein: da gibt es in Lettland folgerichtig, da es auch wenig auf der Ebene von Unternehmen und Branchen diskutiert wurde, im Unterschied u.a. zu Deutschland und Schweden⁴¹⁸ keine gemeinsamen Ethikkodizes, wo die speziellen Aufgaben und Verpflichtungen der Branche festgelegt würden.

Für eine offensichtlich viel unschädlichere und wünschenswertere Angelegenheit halten viele Verleger u.a. die Hinwendung zur Freizeitlektüre als zu einem qualitativ anspruchsvollen, analytischen politischen Journalismus, obwohl dafür ein bemerkenswertes Interesse des Publikums besteht⁴¹⁹. Da die Redaktionen aber mehr oder weniger die Wünsche der Verleger beachten, wird auch so die innere Pressefreiheit und die redaktionelle Autonomie begrenzt. Dies ist weitgehend eine Frage der europäischen Rechtskultur, die sowohl im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und Hörfunk als auch in den privaten Medienunternehmen noch einzuführen ist. Leser, Hörer bzw. Zuschauer haben kein Interesse an einem diktierten und gekauften Standpunkt eines „Interessenjournalismus“⁴²⁰, was in der russischsprachigen Presse

⁴¹⁷ Vgl. Zerfaß 1999, S. 165, 173, 175f.; Karmasin 1999, S. 191; Levits 2001, S. 4. „In einem freien und wettbewerbsorientierten Kommunikationsmarkt liegt die Sicherung der Gesellschaftsverträglichkeit der Medienangebote zunächst in der Verantwortung der Medienunternehmen. [...] Medienunternehmen sollten diese Aufgabe ernst nehmen und sie in den Medien als Führungsaufgabe verstehen und gestalten. [...] Die Verantwortung muß durch eine entsprechende Unternehmensverfassung fundiert werden, wobei die Zielgrößen einer solchen Verfassung als verbindlicher Bestandteil in Arbeitsverträgen wirksam gemacht werden können. [...] Sie sollten .. auch bei Investitionsentscheidungen berücksichtigt werden. [...] Die Umsetzung der dargelegten Prinzipien könnte in den Medienunternehmen Aufgabe von Aufsichtsräten sein.“ Kommunikationsordnung 2000, S. 38f.

⁴¹⁸ Vgl. Bergsdorf 2000, S. 232f.; Zerfaß 1999, S. 177ff.; Deutscher Presserat (Hrsg.): Publizistische Grundsätze (Pressekodex) / Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats / Beschwerdeordnung. o.A., 1991; <http://www.uta.fi/ethicnet/sweden.html>

⁴¹⁹ Vgl. die Umfragedaten auf der S. 164 vorliegender Arbeit.

⁴²⁰ Vgl. Skudra 1997a, S. 216; Skudra 2001a, S. 2; Tērauda 2000, S. 2f.; Kalniņa, Liepiņa, Slišāne 2001; Goubis 2001, S. 6; Levits 1999, S. 6; Kalniņš 1999; Kalniņš 2001; Ruduša, Rita: PB Latvijā saskata valsts nozagšanu. In: *Diena* (2000-09-27), S. 4. In lettischen Medien „sind alle möglichen Arten von Sponsoring sehr beliebt geworden. Dieses Thema betrifft allerdings nicht nur Finanzfragen, sondern auch die Pressefreiheit.“ Vgl. Briksche 1994, S. 152. Eine Bestechlichkeit nicht nur beim einzelnen Journalisten, sondern „auf dem Niveau des Kaufs der Zeitung“ oder des Kaufs des Einflusses bei der Entscheidungsbildung in der Zeitungsredaktion bleibt bestehen. So hat der Chefredakteur von „Neatkarīgā Rīta Avīze“ Andris Jakubāns 1995 und 1997 öffentlich zugegeben, daß für Zeitungsinterviews gezahlt werden muß. Vgl. Skudra 1997a, S. 213, 214; *Mediju Ziņas* (1995-11-29). Zuvor wurde „Neatkarīgā Cīņa“ u.a. von einem ehemaligen Kolchos unterstützt. Vgl.: <http://www.nra.lv/vesture.htm> Folglich wird nicht selten von finanzieller Abhängigkeit dieser Zeitung berichtet.

Lettlands noch verbreiteter ist als in der lettischsprachigen⁴²¹, sondern an freien Gedanken und Ansichten, die von einem Journalisten (beziehungweise von einer Redaktion) als Verfasser der entsprechenden Beiträge geäußert werden und für welche er (bzw. die Redaktion) persönlich – auch dem Pressegesetz zufolge – verantwortlich ist⁴²². Die Etablierung einer kritischen und anspruchsvollen Leser-, Hörer- und Zuschauerschaft ist entscheidend⁴²³.

Dabei ist klar, daß eine ökonomisch und sozial tragfähige lettische Medienordnung im Rahmen einer pluralistischen Medienkonzeption auch zurückhaltende (ohne materiell in den Prozeß der Qualitätssicherung einzugreifen) Politikimpulse zur Stärkung der Selbstkontrolle braucht, wenn normative Konflikte weder auf Unternehmens- noch auf Branchenebene gelöst werden können, weil dies im hart umkämpften Markt mit ethisch unsensiblen Wettbewerbern zum ökonomischen Niedergang führen würde⁴²⁴. Hier sollte offenbar eine politische Lösung angestoßen und durch sachkundige Beratung vorangebracht werden.

Vgl. u.a.: Valdmanis, Gundars: *Starp diviem dzirnakmeņiem*. Rīga : o.A., 2000, S. 142. Die Sendung „Nedēļa“ des LNT-Fernsehens, die von dem führenden Politiker Edvīns Inkēns erfolgreich produziert wird, ist ein weiteres leuchtendes Beispiel direkter, unzulässiger Einflußnahme seitens der Politik und der Öffentlichkeitsarbeit auf die Medientätigkeit.

⁴²¹ Vgl. Sorokins 2001; Aptauja 1999, S. 11; Šulmane 1999, S. 4.

⁴²² Gerade die Ausdifferenzierung setzt die Individualität frei und zwingt zur Selbstregulierung. Vgl. Luhmann 1996, S. 102. Und umgekehrt: „Wer zum Beispiel glaubwürdige und sozialverträgliche Informationen sucht, wendet sich zunächst an einen Medienanbieter, Verleger oder Fernsehsender, bei dem er verlässliche Informationen vermutet. Gerade in der stärker individualisierten Medienlandschaft wird das Bedürfnis nach solchen professionellen und verantwortungsbewußten Instanzen sowie Anbieter gegeben sein.“ Vgl. Kommunikationsordnung 2000, S. 38.

⁴²³ Vgl. Weischenberg 1992, S. 252. Immerhin sind 11,4% von der lettischen Bevölkerung der Meinung, daß die Korruption in den Medien verbreitet ist. Vgl.: SKDS (Hrsg.): *Latvijas iedzīvotāju attieksme pret korupciju* (2000. gada jūlijs). – Unvoröffentliches Manuskript, S. 9.

⁴²⁴ Vgl. Zerfaß 1999, S. 180f.; Karmasin 1999, S. 192, 194, 202; Weischenberg 1992, S. 92.