

## **4. DIE ANSÄTZE DER QUALITÄTSSICHERNDEN INFRASTRUKTUR: DIE INFRASTRUKTUREN**

### **4.1. Berufsverbände**

Bislang bestehen hinsichtlich der qualitätssichernden journalistischen Infrastruktur noch immer sehr große Defizite – es läßt sich nur von Ansätzen sprechen. Davon zeugen bereits die vielen Studenten, die in schneller Folge in verantwortungsvollen Posten als Berichterstatter in den größten Medien Lettlands einander ablösen. Wie in allen Transformationsländern<sup>1</sup> fand Anfang der neunziger Jahre ein Generationswechsel im lettischen Journalismus statt. Mindestens 59% der Journalisten hatten diese Berufstätigkeit erst nach 1991 angefangen<sup>2</sup>. Nur in wenigen Unternehmen wird in den allerletzten Jahren von den Bewerbern eine abgeschlossene Hochschulausbildung verlangt. Da die Nachfrage nach neuen Arbeitskräften groß ist, die Gehälter demgegenüber relativ niedrig bleiben (insbesondere im Vergleich zur Öffentlichkeitsarbeit)<sup>3</sup>, erhalten die Berufsanfänger, die im besten Falle nur Grundkenntnisse der journalistischen Arbeit und oft kein Berufsethos besitzen, leicht eine Beschäftigung im Pressebereich<sup>4</sup>. Ähnlich wie in benachbartem Estland<sup>5</sup>, unterbrechen viele junge Menschen ihr Studium an den Universitäten.

Mit den Defiziten wegen der mangelnder Berufserfahrung und/oder journalistischen Aus- und Fortbildung wird die Herstellung professioneller Qualität, insbesondere bei Selektionsentscheidungen<sup>6</sup>, zu einem ernstem Problem. So z.B. fallen die Proportionen zwischen analytischem und pamphletischem Material auf den Meinungsseiten der Zeitungen allzuoft zugunsten des Pamphlets aus, was ironischerweise leider mehr von fehlendem Wissen und Unfähigkeit zur Analyse als genremäßiger Vielfalt des Journalismus zeugt<sup>7</sup>. Die

---

<sup>1</sup> Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 241; Neverla, Kromminga 1995, S. 114.

<sup>2</sup> Vgl. Šulmane 2000, S. 64.

<sup>3</sup> Vgl. u.a. Dupuis 2000, S. 50; Sorokins 2001; Lāzo, Vahšteins, Rušeniece 2001, S. 3.

<sup>4</sup> Vgl. Domburs, Rušeniece 2001, S. 2.

<sup>5</sup> Vgl. Vihalemm 2001, S. 112f.

<sup>6</sup> Vgl. Weischenberg 1992, S. 303.

<sup>7</sup> Dabei erscheint auch der Diskussionsgenre sehr selten, z.B. zu den Staatsbürgerschaftsfragen macht es nur einen Prozentsatz von allen Publikationen der lettischen Presse aus, zudem selten mit den Erfahrungen und Meinungen der einfachen Leute. Vgl. Šulmane, Kruks 1999, S. 35, 37ff., 67.

Einlösung hoher professioneller Standards bleibt allerdings eher eine theoretische als eine praktische Frage, solange auf dem Arbeitsmarkt kein wirklicher Wettbewerb stattfindet. Ein Hauptproblem besteht nach wie vor darin, daß es im Unterschied z.B. zu Deutschland und Schweden keine Tarifverträge für Journalisten gibt, obwohl der Lettische Journalistenverband, der teils als eine Gewerkschaft agiert, seit 1992 rechtlich befugt ist, mit Arbeitgebern in Tarifverhandlungen zu treten, und in einigen exemplarischen Fällen dieses Recht sogar verwirklicht hat<sup>8</sup>. Ähnlich wie z.B. in Polen und Rußland<sup>9</sup>, treten aber die meisten jungen Journalisten, die nach der Wiederherstellung der Unabhängigkeit ihren Beruf ergriffen haben, in der Regel keiner Journalistenvereinigung bei.

Zudem ist das Bedürfnis nach Festlegung und Wahrung professioneller Standards ein neues Phänomen für den lettischen Journalismus, da man in der Vorkriegszeit nicht ausreichend Zeit zur Verfügung hatte, um sich unter Umständen freiheitlich-demokratischer Gesellschaftsordnung als ein selbstbewußter Beruf mit eigener Ausbildung, selbstproklamierten Kriterien guter Arbeit und wissenschaftlicher Grundlage<sup>10</sup> herauszubilden. Zur Zeit der Sowjetunion war der Journalismus sowieso eher eine Mission – entweder im kulturellen Widerstand oder im Dienst der offiziellen Ideologie – und nicht ein Beruf im modernen Sinne des Wortes mit einer professionellen Integrität. Viele Medienvertreter betrachteten nach der Wiederherstellung der Unabhängigkeit ihre Arbeit lange Zeit als eine Fortführung ihres politischen Engagements. So fehlt es den lettischen Journalisten, ähnlich wie den Journalisten in Rußland<sup>11</sup>, die „corporate identity“, um als selbständige Akteure auftreten zu können. Die Branche bleibt stark zersplittert aufgrund des Konformismus und der starken parteipolitischen Befangenheit der Journalisten u.a. oft wegen gewissen Drucks seitens der Medienorganisation<sup>12</sup>, der Nichtbeherrschung lettischer Arbeitssprache<sup>13</sup> und des Wettbewerbs auf dem Medienmarkt<sup>14</sup>.

---

<sup>8</sup> Vgl. Sorokins 2001; <http://journalist.yo.lv/statuti.html>; Darba koplīgums starp Latvijas Radio valsts uzņēmumu un Latvijas Žurnālistu savienību, Rīgā, 1992. gada 7. septembris. – Unveröffentlichtes Dokument.

<sup>9</sup> Vgl. Hadamik 2001, S. 161; Trautmann 2001, S. 226.

<sup>10</sup> Vgl. Luhmann 1996, S. 55; auch S. 70ff. vorliegender Arbeit.

<sup>11</sup> Vgl. Trautmann 2001, S. 232.

<sup>12</sup> Vgl. u.a. Dupuis 2000, S. 121. Kennzeichnend ist, daß gleichzeitig die Selbstzensur von den Journalisten bis zu 80% als häufigster Faktor genannt wird, der journalistische Freiheit, Unabhängigkeit und Objektivität beeinflusst. 69% der Journalisten bemängeln, daß man im lettischen Journalismus im Auftrag politischer Interessen arbeitet und eigene Meinungen aufdrängt, 57% – daß die oppositionellen Meinungen nicht genügend reflektiert werden. Als Themen, bei deren Behandlung der Druck seitens der Medienorganisation ausgeübt wird,

Es existiert auch seitens der Politik kein schriftliches Programm außerhalb der Mediengesetze, das die Rolle der Presse in einer demokratischen Gesellschaft definiert; es fehlt überhaupt an Kommunikationspolitik im Sinne des gesamten Medienbereichs – nicht nur der öffentlich-rechtlichen Medien und der Öffentlichkeitsarbeit der staatlichen Behörden. Die vorher, in der Sowjetzeit, nicht existierende Tradition im demokratischen Umgang mit der Presse wird nur allmählich entwickelt. Insbesondere bis 1993 versuchte die Regierung nicht selten, wie über alle osteuropäischen Länder hinweg erkennbar, die Medien mit der Begründung zu disziplinieren, daß sie „verantwortungsbewußt“ zu berichten haben und der demokratischen Regierung helfen müssen, das Volk zu mobilisieren, so wie sie es einst im Kampf um die Unabhängigkeit getan haben<sup>15</sup>. Auch die oben geschilderte Situation der inneren Pressefreiheit<sup>16</sup> trägt nicht gerade zur professionellen Motivation der Journalisten bei<sup>17</sup>.

Denn im großen und ganzen bilden Unabhängigkeit zur eigenverantwortlichen Linie und Unabhängigkeit von Druck zusammen mit der Professionalität (d.h., der Informationsfunktion gerecht zu werden, daß die Voraussetzung für Partizipation gegeben ist bzw. Ausgewogenheit gewährleistet wird), die positive Antwort auf die Frage: Besteht bei den Journalisten und Journalistinnen ein Bewußtsein über den öffentlichen Auftrag ihrer Arbeit?<sup>18</sup> Damit läßt sich die Frage verbinden, ob es eine gesellschaftlich konsentrierte Leitidee gibt, die auf dem Wege

---

nennen lettischsprachige Journalisten das Geschäft, die Innenpolitik und die Parteien, russischsprachige Journalisten hingegen die Staatsbürgerschaftsfragen, die Exekutive und kommunale Selbstverwaltungen. Ebenda, S. 53f.; Šulmane 1999, S. 4.

<sup>13</sup> Vgl. Šulmane 1999, S. 4; Muižnieks, Nils: Minorities and the Media in Latvia : A Research Paper for the London-based Article XIX to be incorporated into a forthcoming comparative study covering the Council of Europe countries. – Unveröffentlichtes Manuskript.

<sup>14</sup> Die Veränderungen im Journalismus in den letzten Jahren werden vorwiegend mit schärferem Wettbewerb assoziiert. 68% der Journalisten geben an, daß der Journalismus schärfer im Wettbewerb untereinander wurde. Vgl. Dupuis 2000, S. 53; Šulmane 1997.

<sup>15</sup> Vgl. Graf 1998, S. 345; Neverla, Kromminga 1995, S. 109.

<sup>16</sup> Vgl. Kapitel 3.3.3.

<sup>17</sup> Ein Beleg dafür sind u.a. die meistens fehlenden oder sehr wenigen offen gestellten Fragen der Journalisten auf den lettischen Pressekonferenzen. Auch bürgergesellschaftliche Aktivitäten, wie z.B. Streiks, erhalten relativ wenig Aufmerksamkeit von den Medien. Die Journalisten verstehen sich offenbar nicht als Anwälte ihres Publikums.

<sup>18</sup> Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 240.

der Verrechtlichung und/oder mit Hilfe der Selbstregulierung durchzusetzen und zu optimieren ist, und nach der die Medienlandschaft ausgestaltet wird<sup>19</sup>. Wie oben ausgeführt wurde<sup>20</sup>, ist die Idee von Wiederherstellung und Entwicklung der nationalen Unabhängigkeit sowie des demokratischen Rechtsstaats – der Republik Lettland – zur Leitidee der Mehrheit der lettischen Gesellschaft geworden. Dennoch nehmen große Teile der Gesellschaft nur schwer beides zusammen an, was mit der national-autoritären und sowjetisch-diktatorischen Vergangenheit zu erklären ist. Die Gestaltung der Demokratie und die gesellschaftliche Integration<sup>21</sup> setzen in Lettland notwendigerweise eine gemeinsame Bewältigung dieser Vergangenheit<sup>22</sup> u.a. über **unabhängige Medien, Verständnis ihrer eigenständigen Aufgabe und Verantwortung sowie Wahrung hoher journalistischer Standards**<sup>23</sup> voraus.

---

<sup>19</sup> Vgl. u.a. ebenda, S. 244.

<sup>20</sup> Vgl. Kapitel 2.1 und Kapitel 3.2 vorliegender Arbeit.

<sup>21</sup> Nach wie vor bleibt der Mythos vom wilden Kapitalismus auch unter den Journalisten verbreitet, daß die privaten Medien keine integrierende Funktion in der Gesellschaft ausüben können, da sie nur private Interessen vertreten. Dasselbe gilt für Kommerzialisierung der Medien, die sogar von den Experten für den Unprofessionalismus der Journalisten und das Ausbleiben öffentlicher Diskussionen verantwortlich gemacht wird. Vgl. Šulmane, Kruks 1998, S. 23, 37, 40.

<sup>22</sup> So beurteilen 83% der lettischsprachigen Journalisten die Sowjetzeit äußerst negativ, die meisten russischsprachigen Journalisten dagegen nach wie vor positiv, sogar positiver als insgesamt die sowjetische Generation. Umgekehrt ist es bei der Beurteilung der jetzigen Ausrichtung der Entwicklung in Lettland. Vgl. Šulmane 1999, S. 5ff.

<sup>23</sup> Es geht vor allen Dingen darum, „die Minderheit derjenigen Redakteure, die ihre staatsbürgerliche Rolle sauber spielen, zu stärken und vielleicht eines Tages in die Mehrheit zu verwandeln“. Vgl. u.a. Schneider, Raue 1999, S. 14f. Auf die öffentliche Meinung, die Ansichten und das Verhalten der Leute Einfluß zu nehmen, ist offenbar für russischsprachigen Journalisten und die Journalisten der sowjetischen Generation (30% gegenüber 16% von der postsowjetischen Generation) wichtiger. Die Politiker, besonders die regierenden, bestimmen laut der Umfrage der Journalisten und der Inhaltsanalyse zufolge die Tagesordnung und die Argumentation der Medien, wobei professionelle Ethik der Journalisten ausbleibt. Gleichzeitig wird von den Journalisten anerkannt, daß die Werbung oft als Journalismus dargestellt wird. Vgl. Šulmane 2000, S. 65f.; Dupuis 2000, S. 51ff.; Šulmane 1999, S. 5ff.; Šulmane, Kruks 1999, S. 35, 37f., 92. Schwierig bleibt in diesem Zusammenhang insbesondere das Verhältnis zur Öffentlichkeitsarbeit u.a. wegen wachsender professioneller Stärke und des immer noch ethisch unregelmäßigen Benehmens dieser verhältnismäßig neuen lettischen Branche bei der Mediensteuerung und der Einflußnahme auf das Quellensystem. Das führt oft zum Dirigieren des Journalismus und nicht zu einer gleichberechtigten Partnerschaft, wo beide Seiten seriös operieren, nach den gleichen Regeln des Fair Play. Vgl. Dupuis 2000, S. 96ff.; Skudra 1997a, S. 214; Domburs, Rušeniece 2000, S. 3; Lase, Inta: Profesionāļi sola rūpēties par ētiku sabiedrisko attiecību biznesā. In: *Diena* (2001-04-28), S. 1, 4; Rulle, Baiba: Top ētikas rāmji reklāmai. In: *Diena* (2000-10-02). Inzwischen gibt es schon zwei akkreditierte selbständige Studienprogramme für Öffentlichkeitsarbeit an den Hochschulen Lettlands: ein akademisches an der Rigaer

Somit entsteht allmählich ein gesamtnationaler öffentlicher Auftrag für die Medien und eine Leitidee für die Ausgestaltung der Medienlandschaft. Folglich kann man feststellen, daß diese Leitidee von moderner nationaler Emanzipation sowohl endogen entstanden, im kulturellen Kontext an Vorerfahrungen und Modelle des journalistischen Handelns anknüpfend<sup>24</sup>, als auch vom Ausland im Zuge des Heranziehens Lettlands zur EU und NATO importiert worden ist<sup>25</sup>.

Daß solche Verstärkung vom Westen entscheidend bleibt, wird gerade durch die zurückgebliebene Selbstregulierung im Medienbereich und den unterentwickelten Diskurs der Selbstverständigung der Journalisten klar. Für die Durch- und Umsetzung der Leitidee ist bisher die Mediengesetzgebung, also es sind staatliche Akteure maßgeblich gewesen (das Vorhandensein von Leitidee erleichterte zwar die Verabschiedung der Mediengesetzgebung) und nicht die Selbstregulierung der Akteure im Mediensektor<sup>26</sup>. Es fehlt noch in Lettland vor allem an einer zivilgesellschaftlichen Vitalität, die die Unabhängigkeit der Medien unterstützt. Gerade auch die professionellen Verbände von Akteuren in den Medien (Journalisten, Chefredakteure und Verleger bzw. Herausgeber), die der journalistischen Selbstregulierung dienen, gehören im Idealfall zu den zivilgesellschaftlichen Strukturen, die Medien vor der Abhängigkeit von politischen Akteuren (Regierung und Opposition) schützen<sup>27</sup>. Akteure, die wie beispielsweise die Werbewirtschaft oder Investoren über einen maßgeblichen Einfluß auf Politik und/oder Medien verfügen, ohne zu den beiden Gruppen zu gehören, können hier als Vetoakteure bezeichnet werden<sup>28</sup>. Im lettischen Fall können vor allem die westlichen Investoren als solche positiv wirkende Vetoakteure bezeichnet werden, die die Unabhängigkeit der Medien unterstützen, da die lettischen Investoren sich, teils mit der

---

Stradins-Universität und ein professionelles an der Hochschule von Vidzeme (Vidzeme University College) in der Stadt Valmiera. Vgl.: [http://www.aiknc.lv/lv/prog\\_list2.php?id=3](http://www.aiknc.lv/lv/prog_list2.php?id=3) Im Unterschied zum Journalismus ist neulich auch ein großes Standardwerk zur Öffentlichkeitsarbeit in lettischer Sprache erschienen: Katlips, Skots M. ; Senters, Alens H.; Brūms, Glens M.: Sabiedriskās attiecības. Rīga : Avots, 2002 (Effective Public Relations).

<sup>24</sup> Vgl. u.a. Neverla, Kromminga 1995, S. 111.

<sup>25</sup> Der Beitritt zur EU wird als anstrebenswert sowohl von lettischsprachigen Journalisten und postsowjetischer Journalistengeneration als auch von russischsprachigen Journalisten und sowjetischer Journalistengeneration anerkannt. Zum NATO-Beitritt sind die Meinungen diametral entgegengesetzt. Vgl. Šulmane 1999, S. 5.

<sup>26</sup> Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 244, 247. Näher dazu s. in den Kapiteln 2 und 3 dieser Dissertation.

<sup>27</sup> Vgl. ebenda, S. 238.

<sup>28</sup> Ebenda.

Ausnahme von regionalen (lokalen) Medien, selbst stark im politischen Betrieb eingefügt hatten<sup>29</sup>.

Im Bereich der professionellen Verbände sind in Lettland zwei Organisationen tätig. Erstens, seit 1990<sup>30</sup> (bzw. 1992 mit dem neuen Statut einer Gewerkschaft) der oben erwähnte<sup>31</sup> Lettische Journalistenverband (Latvijas Žurnālistu savienība) als Nachfolgeorganisation des sowjetischen Journalistenverbandes, zudem Rechtserbin der Gewerkschaft lettischer Schriftsteller und Journalisten (1917) und des Vereins der Presse Lettlands (1937), seit 1992 Mitglied sowohl der Internationalen Föderation der Journalisten (International Federation of Journalists, IFJ) als auch der Europäischen Föderation der Journalisten. Er unterhält ein Journalistenhaus (sog. Reutershaus) in der Altstadt von Riga und arbeitet im Gewerkschafts- und Bildungsbereich insbesondere mit Journalistenorganisationen der baltischen und nordischen Staaten zusammen.<sup>32</sup> Die Organisation verleiht jedes Jahr einen angesehenen Preis für junge Journalisten “Žurnālistikas cerība” [Hoffnung des Journalismus]. Dennoch sind nur eine Minderheit – 28% – der Journalisten im Journalistenverband organisiert, der noch 1993 mehr als Tausend Mitglieder umfaßte<sup>33</sup>, davon vorwiegend langjährig Tätige (39% mit über 20 Jahre Berufserfahrung; 17% zwischen 16 und 20 Jahren). Die meisten Journalisten sprechen dem Verband Macht, Einfluß und Prestige ab.<sup>34</sup>

Zweitens, der gleich mit der zweiten Unabhängigkeit 1991 neugegründete Lettische Verband der Presseverleger (Latvijas Preses izdevēju asociācija). Dieser umfaßte bis 1993 auch die Chefredakteure<sup>35</sup> und arbeitete mit der World Association of Newspapers (FIEJ) zusammen; zuerst gab es sogar zwei gesonderte Verbände: für Zeitungs- und Zeitschriftenverleger. Da aber keine weitere Tätigkeit abgesehen von ein paar Konferenzen und unregelmäßigen Pressebällen<sup>36</sup> entfaltet wurde, blieb der Verlegerverband für die Durchführung des Diskurses zu Fragen journalistischer Standards und journalistischer Ethik, insbesondere was die Medienethik insgesamt und die Verantwortung der Verleger betrifft, ziemlich unbedeutend.

---

<sup>29</sup> Vgl. Kapitel 3.2 der vorgelegten Arbeit.

<sup>30</sup> Vgl. u.a. Skudra 1997a, S. 207.

<sup>31</sup> Vgl. auch Kapitel 3.3.3, S. 197.

<sup>32</sup> Vgl.: <http://journalist.yo.lv/intro.html>

<sup>33</sup> Vgl.: Latvijas Žurnālistu savienība (Hrsg.): Informācija 1993. gada martā.

<sup>34</sup> Vgl. u.a. Dupuis 2000, S. 50f.; Upleja 2001; Sorokins 2001.

<sup>35</sup> Vgl. Skudra 1997a, S. 211.

<sup>36</sup> Vgl.: [www.nagla.lv](http://www.nagla.lv)

Eine Ausnahme war die erneute Verleihung der Journalismus-Preise „Preses nagla“ [Der Pressenagel] auf dem Presseball 2000<sup>37</sup> aus, was auf einen Neuanfang der Arbeit des Verbandes hoffen ließ. Dazwischen gab es neben ein paar Organisationen privater elektronischen Medien mit ihren Aktivitäten von kurzer Dauer (Latvijas Elektronisko masu mediju asociācija, Latvijas Kabeļu televīzijas asociācija) noch eine lettische Medienstiftung<sup>38</sup> (Latvijas Mediju fonds, dann als Mediju centrs), die u.a. Medienpreise „Medijs“ [Das Medium] verlieh und auch die Fachpresse herausgab<sup>39</sup>.

Seit 2000 organisiert weiter die norwegische Pressevertriebsfirma „Narvesen“ jährliche Pressetage mit Verleihung der Verlegerpreise („Izdevēja balva“) für die populärsten Journalisten und Verleger<sup>40</sup>. Nach wie vor stiftet die größte Mediengruppe Schwedens, die Bonnier-Gruppe, zusammen mit der Wirtschaftszeitung „Dienas Bizness“ seit 1997 einen Journalistenpreis für den besten Artikel des Jahres in der lettischen Presse.<sup>41</sup> Dieser Preis spielt – wie auch der schon erwähnte Preis des Journalistenverbandes für junge Journalisten und die jährlichen (seit 1997) Preise des Nationalen Rates für Fernsehen und Hörfunk für die Rundfunkjournalisten, Produzenten und Kritiker – eine recht positive Rolle für die Erhöhung journalistischer Standards, denn bei deren Verleihung stimmen die professionellen Kriterien und eine gute Publizität. Das Ansehen solcher Würdigung leidet in Lettland vor allem deswegen, weil sie unregelmäßig erfolgt, wie es mit anderen hier genannten Preisen oft geschehen ist. Auffallend bleibt auch, daß im jeweiligen Medium sehr oft nur über die eigenen Preisgewinner berichtet wird, statt die gesamten Erfolge des Berufs zu feiern.

Das Fazit: Insgesamt verlangt das jetzige Niveau sowohl des professionellen Selbstverständnisses wie auch des Diskurses der Selbstverständigung dringend neue zivilgesellschaftliche Initiativen in der Gestalt von professionellen Verbänden.

---

<sup>37</sup> Vgl.: Preses naglas sadalītas labākajiem. In: *Diena* (2000-12-11), S. 3; Prese izklaidē. In: *Diena* (2000-10-23), S. 9.

<sup>38</sup> Vgl. Skujiņš 1996, S. 178f.; Latvijas Media fonds 1994. gada februārī. o.A.

<sup>39</sup> Vgl. Kapitel 4.3 dieser Arbeit.

<sup>40</sup> Vgl.: Būs preses dienas. In: *Diena* (2002-05-13), S. 5.

<sup>41</sup> Vgl. Skudra 1997a, S. 213, 215; Laikraksts Dienas Bizness kopīgi ar Latvijas Preses izdevēju asociāciju izsludina pieteikšanos uz konkursu Labākais raksts Latvijas presē 2000. gadā. In: *Diena* (2001-01-18), S. 2.

## 4.2. Ausbildungsstätten

Die wichtigste Rolle bei der Journalistenausbildung kommt in Lettland traditionell den Universitäten zu, weil die Absolventen des journalistischen und kommunikationswissenschaftlichen Studiums eher langfristig im Journalismus bleiben, obwohl nur eine Minderheit der im Journalismus Tätigen ein Journalistikstudium abgeschlossen hatte<sup>42</sup>. Akkreditierte<sup>43</sup> akademische Studienprogramme für Journalistik und Kommunikationswissenschaft gibt es an der Abteilung für Kommunikationsstudien der alten Universität Lettlands (Latvijas Universitāte, LU) und am Lehrstuhl für Kommunikationsstudien der Rigaer Stradins-Universität (Rīgas Stradiņa universitāte, RSU), früherer Medizinischen Akademie Lettlands, wo 1998 ein selbständiges Studienprogramm für Journalistik gegründet wurde<sup>44</sup>. Das letztere ist im Bereich der universitären Ausbildung der Journalisten die einzige Konkurrenz für die während der Sowjetzeit etablierte zentrale Ausbildungsstätte an der LU<sup>45</sup>. RSU bietet aber nur ein Bachelorprogramm an, die LU hingegen auch ein Masterprogramm für die Kommunikationswissenschaft allgemein, einschließlich der Öffentlichkeitsarbeit. Schon 1992 wurde das neue Curriculum der Journalistik an der LU ausgearbeitet<sup>46</sup>, dabei war die Unterstützung seitens einiger Exillettinnen vonnöten, die das Studium der Kommunikationswissenschaft im Westen abgeschlossen hatten. Später fand ein reger Austausch von Lehrkräften statt und es wurden Studienreisen nach USA und die westeuropäische Länder organisiert. Eine Fachbibliothek wurde an der LU und eine große Fachzeitschriftensammlung in der Bibliothek der RSU eingerichtet. Zum bedeutendsten Problem für die weitere Etablierung des Journalistikstudiums ist dennoch die chronisch fehlende Zahl lettischer Doktoren in der Kommunikationswissenschaft geworden, die ebenso wie die Politikwissenschaft in Lettland erst entstehen muß<sup>47</sup>. Ebenso fehlt es an Lehr- und Fachbüchern in lettischer Sprache.

---

<sup>42</sup> Vgl. u.a. Kalniņa, Liepiņa, Slišāne 2001.

<sup>43</sup> Die Akkreditierung erfolgt mit maßgeblicher Teilnahme der Experten aus anderen baltischen und westlichen Universitäten. Dazu ferner, auch mit Evaluierungsberichten in englisch: [www.aiknc.lv](http://www.aiknc.lv)

<sup>44</sup> Vgl.: [http://www.aiknc.lv/lv/prog\\_list2.php?id=3](http://www.aiknc.lv/lv/prog_list2.php?id=3); [http://www.lu.lv/szf/komu\\_nod.html](http://www.lu.lv/szf/komu_nod.html);  
[http://www.aiknc.lv/en/prog\\_view.php?id=4181](http://www.aiknc.lv/en/prog_view.php?id=4181); [http://www.aiknc.lv/en/prog\\_view.php?id=4743](http://www.aiknc.lv/en/prog_view.php?id=4743);  
[http://www.aml.lv/AML/departement\\_of\\_communication\\_studies.htm](http://www.aml.lv/AML/departement_of_communication_studies.htm);  
[http://www.aiknc.lv/en/prog\\_view.php?id=4191](http://www.aiknc.lv/en/prog_view.php?id=4191)

<sup>45</sup> Vgl. S. 95f. der vorgelegten Dissertation.

<sup>46</sup> Vgl. Neverla, Kromminga 1995, S. 113; Klein 1994, S. 23; Schmid 1998, S. 99, 238.

<sup>47</sup> Vgl. Skudra 1997a, S. 202.



Neben der Fachkompetenz in eigener Branche wird für den Erfolg auf dem Arbeitsmarkt des Journalismus von den qualifiziert ausgebildeten Journalistinnen und Journalisten immer mehr gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Sachkompetenz in der sozialen Reflexion und sozialen Analyse<sup>48</sup> gefordert. Diese Qualifikationslücke hingegen wird sich wohl nicht so schnell schließen lassen, denn der Journalismus ändert sich nur langsam – die Inhalte hingegen schnell<sup>49</sup>. Für die journalistische Ausbildung an den Universitäten bedeutet es, daß die Konzentration nur auf die Kommunikationswissenschaft unzureichend und das interdisziplinäre Studium anderer sozialen (wie der Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft und Soziologie) und humanitären Wissenschaften (Philosophie, Geschichte, Kulturwissenschaft) gleich notwendig ist.

So wurde im Journalistikprogramm an der RSU die Spezialisierung in der Wirtschaft und den internationalen Beziehungen eingeführt – zwei Felder, auf denen besondere Defizite auf dem lettischen Arbeitsmarkt der Journalisten erkennbar sind. Allmählich wird dort auch um die bisher noch nicht existierenden speziellen Programme für die Ausbildung der Journalisten ethnischer Minderheiten nachgedacht<sup>50</sup>.

Im Bereich der journalistischen Fortbildung sind sowohl auf der Grundlage der unregelmäßigen Projekte ein privates Lettisches Bildungszentrum für die Medienmitarbeiter (Latvijas Mediju darbinieku mācību centrs), das mit der European Journalism Trainig Association zusammenarbeitet, und der Lettische Journalistenverband als auch das Baltic Media Centre in Dänemark tätig<sup>51</sup>. Es gibt in Lettland aber keine Journalistenschule, wo nach dem Studium eines anderen Faches die Berufsausbildung möglich wäre.

Somit kann man schlußfolgern, daß die Strukturen der journalistischen Ausbildung im wesentlichen personell zu stärken und mit entsprechenden Inhalten – vor allem im Bereich der allgemeinen sozial- und humanitärwissenschaftlichen Bildung, gleichzeitig aber auch in den neuen Informationstechnologien und in der Medienwirtschaft, wo die größten Defizite an

---

<sup>48</sup> Vgl. u.a. Vihalemm 1995, S. 237; Lāzo, Vahšteins, Rušeniece 1999, S. 3.

<sup>49</sup> Vgl. Neverla, Kromminga 1995, S. 111; Klein 1994, S. 23.

<sup>50</sup> Vgl.: Muižnieks, Nils: Minorities and the Media in Latvia : A 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. 8.

<sup>51</sup> <http://www.lmdmc.lv/investigative/index.htm>; <http://journalist.yo.lv>; [www.bmc.dk](http://www.bmc.dk); [www.ejta.nl](http://www.ejta.nl)

Kenntnissen liegen, – auszufüllen sind. Ein zweieinhalbjähriges professionelles Studienprogramm in der Medienwirtschaft bietet schon seit ein paar Jahren die private Hochschule Albert College in Riga an<sup>52</sup>.

Besonders gilt für Lettland, daß in die Aus- und Fortbildung der Journalisten und Medienproduzenten klare Berufsstandards und die Diskussion ethischer Grundsätze verstärkt einbezogen werden müssen<sup>53</sup>, weil dieser Diskurs nicht entwickelt ist, wobei die Bedeutung der Medienmacher für nahezu alle Lebensbereiche zunimmt.

---

<sup>52</sup> Vgl.: [www.alberta-koledza.lv](http://www.alberta-koledza.lv)

<sup>53</sup> Vgl. Kommunikationsordnung 2000, S. 40.

### 4.3. Medienjournalismus und Fachzeitschriften

Die Gestaltung des Diskurses um hohe journalistische Standards und daher der kritischen Leserschaft setzt die Entwicklung des Medienjournalismus für die Macht- und Selbstkontrolle und damit für die Qualitätssicherung im Medienbetrieb voraus<sup>54</sup>: sowohl in den Massenmedien für die breite Öffentlichkeit als auch vor allem in der Fachpresse für die Branche. Beides hat sich in Lettland bisher nur in Ansätzen entwickelt<sup>55</sup>. Es gibt sogar keine Medienseiten in lettischer Tagespresse, von eigenen Medienressorts, die wie in Deutschland dem Kulturressort entwachsen wären<sup>56</sup>, gar nicht zu sprechen. In den allerletzten Jahren hat sich nur Fernsehkritik in den großen Zeitungen und Programmzeitschriften ein wenig etabliert, dennoch bleibt sie oft unprofessionell wegen der fehlenden Kenntnissen/Ausbildung der Kritiker. Im Lettischen Fernsehen entstand hingegen für eine Zeitlang die Sendung “Ceturta vara” [Die vierte Macht], wo man vor allen Dingen die Presse behandelt hat, und dieses Thema wird im privaten Fernsehen TV5 bei Diskussionssendung “Ideja online” [Die Idee online] einmal pro Woche fortgesetzt.

Eine kontinuierliche Berichterstattung über die Medienentwicklungen ist nur in der führenden Tageszeitung „Diena“ zu finden, wo es auch einen festangestellten Reporter bzw. eine Reporterin zu diesem Thema gibt<sup>57</sup>. Hier und in den anderen lettischen Medien wird angesichts der sich verschärfenden Konkurrenz bei der Berichterstattung über das eigene

---

<sup>54</sup> So stellt Stephan Ruß-Mohl treffend fest: “Wenn es irgendeine Instanz gibt, die sozusagen als fünfte Gewalt Medien und Journalismus kritisch begleiten kann, dann ist das der Medienjournalismus.” Vgl. Ruß-Mohl 2000a, S. 24. Denn: „Wer mächtig ist, bedarf in der Demokratie der Machtkontrolle. [...] Doch wer kontrolliert die Kontrolleure?“ Ebenda, S. 22f. Auch in Lettland wurde spätestens seit 1996, wenn der unparteiliche und medienwirksame Ministerpräsident Andris Šķēle in der Moral zu unterweisen begann, die Frage von Joseph Rován aktuell: „Die Forderung nach Anwendung moralischer Prinzipien und Auflagen in der Politik gibt Kräften, die keinerlei demokratische Legitimation haben, in den Medien und in der Justiz weit greifende und keiner Rechenschaftspflicht unterliegende Einwirkungsmöglichkeiten. .. wer überwacht die selbst ernannten Wächter?“ Vgl.: Rován, Joseph: Kanzlerakten gehören in den Privatkeller, nicht ins Amt : Frankreich ist höchst verwundert über den Umgang mit Helmut Kohl. In: *Der Tagesspiegel* (2000-08-03), S. 8.

<sup>55</sup> Vgl. u.a.: Zirnītis, Jānis: Salīdzinošs pētījums par mediju žurnālistiku (žurnālistika par žurnālistiku) Latvijas dienas presē. Rīga, Rīgaer Stradins-Universität, Lehrstuhl für Kommunikationsstudien, Jahresarbeit, 2001.

<sup>56</sup> Vgl. Ruß-Mohl, Fengler 2000b, S. 9.

<sup>57</sup> Das hat u.a. mit den amerikanischen Erfahrungen der Redaktionsleitung zu tun, da in Amerika die Berichterstattung über Journalismus und Medien, also der Medienjournalismus, bei der publizistischen Qualitätssicherung eine zentrale Rolle im Interesse der Glaubwürdigkeit spielt, sogar mit der Einführung eines von der Redaktion und dem Verlag unabhängigen Ombudsmannes. Vgl. Ruß-Mohl 2000b, S. 252ff.

Haus sowie über Wettbewerber mit anderen Maßstäben gemessen, d.h., es gelten nicht die sonst im seriösen Journalismus üblichen Standards bzw. Spielregeln und Nachrichtenwerte<sup>58</sup>. Insbesondere bei der Bekanntmachung der Ergebnisse der Abonnementskampagnen ist dies der Fall gewesen: die eigene Situation wird normalerweise besser und die der Konkurrenz schlechter dargestellt. Oft werden im lettischen Medienjournalismus nur der direkten Konkurrenz die Verstöße gegen die journalistische Ethik und andere professionellen Standards angezettelt. Man macht oftmals Werbung<sup>59</sup> in eigener Sache (d.h., die von der Redaktion offerierten Informationen haben reinen PR-Charakter und sind nicht nach journalistischen Kriterien aufbereitet, recherchiert und geprüft worden<sup>60</sup>) und gewinnt dadurch nicht, sondern verspielt die Glaubwürdigkeit im redaktionellem Teil. So werden in den meisten Zeitungen – mit Ausnahme von „Diena“ – nur positive Leserbriefe hinsichtlich eigener Arbeit veröffentlicht und auch keine eigenen Fehler bekanntgegeben bzw. in Form der Fehlerberichtigungen korrigiert. Ähnlich wie in Deutschland nimmt der Medienjournalismus seine Informations-, Orientierungs-, Kritik- und Kontrollfunktion bisher nur unzureichend wahr<sup>61</sup>, obwohl die Bereitschaft der Medien nötig ist, kritisch über die Selbstkontrolle zu berichten, damit u.a. die Arbeit der Selbstkontrollenrichtungen in der öffentlichen Diskussion Gehör findet<sup>62</sup>. So könnte man über die Rügen des Presserates berichten, wenn solche wirklich ausgesprochen würden.<sup>63</sup>

Deswegen sind medienpolitische Fachpublikationen besonders gefordert, die aus der Distanz schreiben können. So was steht in Lettland im Unterschied z.B. zu Polen<sup>64</sup> nicht zur Verfügung, abgesehen von einigen unregelmäßigen Zeitungsbeilagen, die vom Lehrstuhl für Kommunikationsstudien der Rigaer Stradins-Universität und von der Zeitung „Diena“ vorbereitet wurden<sup>65</sup>, und ein paar aus dem amerikanischen/englischen und schwedischem übersetzten Büchlein, die Anfang der neunziger Jahre erschienen sind<sup>66</sup>.

---

<sup>58</sup> Vgl. Ruß-Mohl 2000a, S. 24.

<sup>59</sup> Übrigens hatte „Diena“ in den Anzeigen Mitte neunziger Jahre sogar den Staatspräsidenten für eigene Produktwerbung mißbraucht.

<sup>60</sup> Vgl. u.a. Löffelholz 2000, S. 181, 189.

<sup>61</sup> Vgl. Ruß-Mohl 2000a, S. 25.

<sup>62</sup> Vgl. Kommunikationsordnung 2000, S. 40.

<sup>63</sup> Vgl. S. 197 dieser Arbeit.

<sup>64</sup> Vgl. Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 248.

<sup>65</sup> *Eiropas Zona* (1999-05-05). – Beilage zur Zeitung *Diena* ; *Preses loma un atbildība jaunās demokrātijās : Laikraksta Diena desmitgadei veltītā starptautiskā konference Rīgā 2000. gada 24. novembrī* (2001-01-30). –

Zwischen 1995 und 1997 hatte die Medienstiftung (Latvijas Mediju fonds) alias Medienzentrum (Mediju centrs) die Fachzeitschriften „Mediju Ziņas“ [Mediennachrichten] (1995 - 1996) und „Pro Media“ (1997) monatlich herausgegeben. Insbesondere die letztere erreichte ein vergleichsweise gutes professionelles Niveau der Debatten, und obwohl es noch an der Schärfe der Kritik fehlte, wurde diese Fachzeitschrift von der Branche lebhaft gelesen und besprochen. Die Stiftung geriet aber in organisatorische und finanzielle Schwierigkeiten; mit ihr ging auch die Zeitschrift zu Ende.

Im Zuge der Vorbereitung der Parlamentswahlen 2002, vor allem um die politische Schleichwerbung in den Medien zu bekämpfen, hat das von der lettischen Soros-Stiftung finanzierte Internetportal für Gesellschaftspolitik [www.politika.lv](http://www.politika.lv) vor kurzem eine Rubrik für Medienkritik eingeführt<sup>67</sup>. Dort wurden entsprechende Debatten initiiert, denn behutsame Fortschreibung ethischer Grundsätze und die Verwirklichung einer gesellschaftsverträglichen Medienpraxis bedürfen neben der Unternehmensverantwortung<sup>68</sup> und Branchenselbstkontrolle auch einer lebendigen öffentlichen Diskussion. Nur so kann die Fortentwicklung journalistischer Standards im Einklang mit dem Werteverständnis der Gesellschaft gestaltet werden.<sup>69</sup> Gerade die öffentliche Meinung ist der Hebel, mit dessen Hilfe Verstöße gegen normative Vorgaben verhindert bzw. bestraft werden sollen<sup>70</sup>. Dennoch wurden in Lettland bisher nur einige öffentliche Konferenzen zu diesem Thema organisiert<sup>71</sup>.

Zudem ist auf eine seltsame Eigenschaft des lettischen Journalismus zu verweisen, die auch die Schatten der bisherigen politischen Kultur des Landes aufzeigt. Nämlich, große politische Skandale werden aufgedeckt, nicht aber gelöst und bis zu Ende geführt: die journalistische Recherche hört irgendwann auf, es gibt kein endgültiges Ergebnis. Der Skandal vor den Parlamentswahlen 1998 um die gestohlenen drei Millionen vom staatlichen Energiemonopol

---

Beilage zur Zeitung *Diena* ; *Academia + Media* (2001-04-04). – Beilage zu den Zeitungen *Diena* und *Neatkarīgā Rīta Avīze*.

<sup>66</sup> Vgl. z.B.: Bāgerstams, Ēriks: Preses brīvība demokrātiskā sabiedrībā. – o.A.; Starptautiskā Žurnālistu Federācija (Hrsg.): Kas ir žurnālistu autortiesības? : Ziniet savas tiesības. Rīga : LŽS, 1993.

<sup>67</sup> Vgl.: Avotiņš, Viktors: Paslēpes ar reklāmu. In: *Neatkarīgā Rīta Avīze* (2002-07-10), S. 2.

<sup>68</sup> Vgl. Karmasin 1999, S. 184.

<sup>69</sup> Vgl. Kommunikationsordnung 2000, S. 40.

<sup>70</sup> Vgl. Zerfaß 1999, S. 180.

<sup>71</sup> Vgl. z.B.: Arāja, Dita: Eksperti uzsver mediju lomu demokrātijas veicināšanā. In: *Diena* (2000-11-25), S. 1, 4.

„Latvenergo“ und danach 1999/2000 der sog. Pädophilie-Skandal waren zwei typische Beispiele dafür<sup>72</sup>. Durch die Instrumentalisierung der Medien wurden bestimmte Politiker unter Druck gesetzt und erlitten politischen Schaden, wie Andris Šķēle nach der Aufdeckung seiner Geschäfte<sup>73</sup>, das System des Filzes und der Seilschaften blieb aber im ganzen genommen unbeleuchtet. Es ist aber wichtig, daß diese Erfahrungen dennoch einen starken und zum Teil erfolgreichen Anstoß zu journalistischer Selbstverständigung und öffentlicher Diskussion in den Medien gaben, was die Unabhängigkeit des Journalismus von politischen Interessen<sup>74</sup>, legitime Geldzahlungen für eigene Informanten<sup>75</sup> und den Schutz der Informanten<sup>76</sup> betrifft.

Die Entwicklung in Lettland bestätigt somit, daß eine weitere Entfaltung der Diskurse journalistischer Selbstverständigung mit zunehmender Konsolidierung des Mediensystems zu erwarten ist, denn erst die Erfahrungen mit der (notwendig) unzureichenden juristischen Regelung der Arbeit von Medien und die Entfaltung von publizistischer Konkurrenz (neben der rein ökonomischen) sensibilisieren die Medien und die Öffentlichkeit für die Fragen journalistischer Standards<sup>77</sup>. Wobei die journalistischen Infrastrukturen zu einer „Messlatte“ für den Entwicklungslevel der Pressefreiheit und publizistischer Qualität in den Transformationsgesellschaften werden. Diese „Messlatte“ zeigt zur Zeit in Lettland aber einen noch niedrigen Stand.

---

<sup>72</sup> Dazu ferner Točs, Veinberga 2000; Domburs, Rušeniece 2001, S. 3; Domburs, Voika 1998; Bankovskis, Pēteris: Pandoras lādīte. In: *Diena* (2000-04-20).

<sup>73</sup> Vgl.: Seleckis, Vilis: Andris Šķēle – leģendas un patiesība. Rīga : Vērmanparks, 1998.

<sup>74</sup> Wie Wolf Schneider es formuliert: “.. traut keinem, der euch etwas verkaufen will ..” Vgl. Schneider, Raue 1998, S. 23.

<sup>75</sup> Vgl. ebenda, S. 44.

<sup>76</sup> Vgl. S. 182 der vorliegenden Arbeit.

<sup>77</sup> Thomaß, Tzankoff 2001b, S. 248.

#### 4.4. Medienforschung

Die Entwicklung der lettischen Medien nach der zweiten Unabhängigkeit gab den Anstoß zur kritischen Medienforschung an den Universitäten, insbesondere an der Universität Lettlands (LU), wo ein Forscherpotential am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Journalistik vorhanden war<sup>78</sup>, und zur marktorientierten Mediaforschung an den demoskopischen Firmen, vor allem an der „BMF Gallup Media Latvia“ seit dem Anfang neunziger Jahre<sup>79</sup>.

Die Forschung an der späteren Abteilung für Kommunikationsstudien der Universität Lettlands konzentriert sich auf zwei thematische Felder mit dem kombinierten soziologischen und kommunikationswissenschaftlichen Ansatz: erstens, sozial-demographisches und professionelles Porträt der lettischen Journalisten<sup>80</sup> und, zweitens, die Rolle der Massenmedien in der gesellschaftlichen Integration in Lettland<sup>81</sup>. Im ersten Fall wird die Methode der repräsentativ-statistischen Feldforschung (schriftliche Umfrage) benutzt, im zweiten – eine Kombination von der Medieninhalts- und Diskursanalyse und des Intensivinterviews (dabei arbeitet man mit der Markt- und Sozialforschungsfirma „Baltijas Datu nams“ und dem Baltischen Sozialwissenschaftlichen Institut (Baltijas Sociālo zinātņu institūts) in Riga zusammen). Verstärkt wird an der LU auch die Periodisierung des Transformationsprozesses in Lettland aus der politik- und kommunikationswissenschaftlichen Sicht behandelt<sup>82</sup>. In dem vergleichsweise neuen Lehrstuhl für Kommunikationsstudien an der Rigaer Stradins-Universität hatte man sich mehr mit den Fragen der inneren Pressefreiheit und der journalistischen Qualitätssicherung sowie mit der Kommunikation über die EU-

---

<sup>78</sup> 1987 - 1989 wurden dort lokale Zeitungen, 1990 die Leserschaft einer Theaterzeitschrift und 1992 die Rundfunkprogrammierung erforscht. Vgl. Hoyer, Lauk, Vihallemm 1993, S. 316f.

<sup>79</sup> Vgl.: Hiršfel'd, Sergej ; Ulsts, Kaspar : *Pressa s karakterom : Gendirektor Baltic Media Facts Latvia znaet latvijskij media bol'she drugij*. In: *Telegraf* (2002-03-27), S. 5. Ferner zu dieser Firma und zu ihren Forschungsergebnissen s. u.a.: [www.bmf.lv](http://www.bmf.lv); [www.mediafacts.com](http://www.mediafacts.com) Der Vorgänger auf entsprechendem Gebiet war ihres Mutterunternehmen – Lettisches Zentrum für die Sozialforschung (Latvijas Sociālo pētījumu centrs), das die Publikumsforschung des Radio Lettlands (1992), der Zeitung „Diena“ (1991) und insgesamt der lettischen Presse (1993) durchführte. Vgl. Hoyer, Lauk, Vihallemm 1993, S. 316f.

<sup>80</sup> Vgl. Šulmane 1997; Šulmane 1999; Šulmane 2000.

<sup>81</sup> Vgl. Šulmane, Kruks 1998; Turgus un sociālo pētījumu centrs Baltijas Datu nams 1998; Kruks 2000b; Kruks 2001; <http://www.lu.lv/szf/publi.html>

<sup>82</sup> Vgl. u.a. Briksche 1994; Brikshe 1994; Skudra 1997a; Skudra 2001b.

Integration kritisch auseinandergesetzt<sup>83</sup>. Ähnliche Forschung wird seit kurzem in der Vidzeme University College in Valmiera betrieben.<sup>84</sup> Eine Zusammenarbeit mit den Universitäten in Vilnius (Litauen) und Tartu (Estland) findet im Rahmen der Baltischen Assoziation für Medienforschung (Baltic Association for Media Research) statt.

Die größten Defizite der lettischen Medienforschung sind in der Wirkungsforschung zu sehen: sowohl an der dafür einzig angemessenen, dennoch bisher bei der Erforschung tonangebender nationaler Medien kontinuierlich nicht verwirklichten Methodenkombination von Medieninhaltsanalyse und Meinungsforschung<sup>85</sup> als auch an der fehlenden Vertiefung der Erforschung der Kommunikatoren, z.B. der Erhebung der Daten zur Mediennutzung der Journalisten<sup>86</sup> und der Frage, inwiefern die Kommunikatoren bei der Auswahl und Darstellung der Nachrichten von Werten oder Überzeugungen höherer Abstraktion leiten lassen<sup>87</sup>. Die letztere Problematik betrifft insbesondere die weitere Erforschung, im Sinne der Theorie der öffentlichen Meinung von Niklas Luhmann, der Agenda-Setting in den Medien, die bestimmt, worüber die Menschen nachdenken,<sup>88</sup> und der Lage der inneren Pressefreiheit<sup>89</sup>. Dabei hat die lettische Soros-Stiftung mit der Untersuchung der Schleichwerbung vor den Kommunal- und Parlamentswahlen 2001 und 2002 (zusammen mit der britischen Firma „Observer“) einen wirkungsvollen Anstoß zur kritischen Medienforschung und damit zur öffentlichen Wahrnehmung vorhandener Probleme gegeben<sup>90</sup>.

Für weitere Medienforschung ist gut, daß die größte und führende Mediaforschungsfirma in Lettland „BMF Gallup Media Latvia“ ihre erhobenen medienstatistischen Daten anderen

---

<sup>83</sup> Vgl. Dimants 2000e; Dimants 2001a; Dimants 2001e; Dimants 2001f; Dimants, Ainars: The Development of the Mass Media 1988 - 1999 : The Development of Latvian mass media since the second Independence : Thesis and Solutions. In: [http://www.politics.lv/en/psistema/frame\\_psistema.htm](http://www.politics.lv/en/psistema/frame_psistema.htm) ; 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](http://euintegration.net/file_db.php?id=33)

<sup>84</sup> Näher dazu: [www.va.lv](http://www.va.lv)

<sup>85</sup> Vgl. Noelle-Neumann 1999b, S.518, 530; Gallus, Lühe 1998, S. 118f.

<sup>86</sup> Vgl. Wilke 1999, S. 303.

<sup>87</sup> Vgl. Schenk 1999, S. 180.

<sup>88</sup> Vgl. u.a. Gallus, Lühe 1998, S. 116.

<sup>89</sup> Vgl. u.a. Dupuis 2000, S. 122.

<sup>90</sup> 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>



interessierten Forscher zur Verfügung stellt und veröffentlicht. Im April 1999 wurde von ihr das technische Eurometer-System für die Messung der Fernsehschaltquoten eingeführt<sup>91</sup>. Seit dem Januar 2001 ist sie zusammen mit ihrem Mutterunternehmen „Baltijas Datu nams“ („Baltic Data House“) Teil von „Taylor Nelson Sofres“ – der europaweit größten Marktforschungsfirma<sup>92</sup>. 250 Leute arbeiten an „BMF Gallup Media Latvia“ jeden Tag mit den Daten der lettischen Medien u.a. für die Monitoring des Werbemarktes, 1300 - 5200 Respondenten werden für die Vierteljahres- und Jahresergebnisse regelmäßig befragt<sup>93</sup>. Glaubwürdige Feststellung der verkauften Auflage bleibt dabei ein ungelöstes Problem<sup>94</sup>.

---

<sup>91</sup> 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.

<sup>92</sup> Vgl. Emor 2001, S. 7f.

<sup>93</sup> Vgl.: Hiršfel'd, Sergej ; Ulsts, Kaspar : Pressa s harakterom : Gendirektor Baltic Media Facts Latvia znaet latvijskij media bol'se drugij. In: *Telegraf* (2002-03-27), S. 5.

<sup>94</sup> Vgl. auch S. 182 vorliegender Dissertation.