

Medien und Politik in der Slowakei

Vortrag von

Juraj Ainer, Präsident der Slowakischen Sektion der Vereinigung Europäischer Journalisten, gehalten

am 25. Januar 2000 in der Europäischen Akademie Berlin.

1. Einleitung zum Thema

Ein guter Freund der Slowakei (er heisst Erhard Busek) betont immer wieder: „Aus Wien nach Košice ist es näher als aus Wien nach Innsbruck“. Zwischen Wien und Bratislava liegt eine Fahrstunde im Auto. Die Slowakei ist für die Österreicher der nächste Nachbar geographisch und historisch, und das hat auch viel mit der Mentalität, mit der Erfahrung, mit der Kontaktfähigkeit zu tun. Die Slowakei war, als Teil der Tschechoslowakei, auch direkter Nachbar Deutschlands, in gewissem Sinne ist sie es auch geblieben. Was ich für absurd halte, ist die Tatsache, dass wir den Deutschen und Österreichern noch immer erklären müssen, wer eigentlich die Slowaken sind und was sie „dort drüben“ treiben. Falls jemand glaubt, schuld seien die Medien, weil sie zu wenig informierten, muss man hinzufügen: ja, aber es sind die deutschen und österreichischen Medien. Denn wer liest schon in diesen Ländern slowakisch? Nach meiner nicht sehr zuverlässigen persönlichen Statistik kann man in der slowakischen Presse mindestens 15-mal mehr über Deutschland oder Österreich lesen als in der deutschsprachigen über die Slowakei. Sicher, das Land ist relativ klein, und Gott sei Dank passiert in ihm auch nicht viel Dramatisches und Explosives, was den Medien Stoff bietet. Ganz eindeutig kann man sagen - wir haben zu diesem Thema mehrere „bilaterale“ Seminare, Konferenzen und Diskussionen gehalten und haben uns geeinigt: Für die Slowaken sind die Deutschen und die Österreicher gute alte und wichtige Nachbarn. In der absoluten Mehrheit der Artikel in der deutschsprachigen Presse war die Slowakei bis vor Kurzem mit Meèiar, mit dem Atomkraftwerk Mochovce und mit Instabilität identifiziert worden. Da kann ich Sie beruhigen: Meèiar ist nicht mehr und noch immer nicht Regierungschef und wurde auch nicht zum Präsidenten gewählt, Mochovce wird nicht explodieren, und die heutige Regierung ist genauso gut (oder genauso schlecht) wie jede andere in Europa.

2. Kurzgeschichte der slowakischen Medienlandschaft

Die freie slowakische Presse ist fast genauso alt wie die „westliche“. Es wäre nur fraglich, inwieweit die Presse im vorigen Jahrhundert demokratisch war. Die slowakische zeigte jedenfalls sehr starkes Engagement für die Rettung der nationalen Identität. In den Kriegsjahren 1939-1945 war die Lage in der Slowakei ähnlich wie in der näheren Umgebung. In der Übergangsperiode 1944-1948 kam es zu einem schnellen Aufschwung der freien Presse. Erst nachher hat das kommunistische Regime das Land für 40 Jahre beherrscht.

Dazu muss man sagen: Die kommunistische Periode war keineswegs monolithisch. Zum einen waren nicht alle Jahre gleich, die 60-er Jahre waren beispielsweise relativ liberal: Zum zweiten gab es drei Strömungen: die offizielle - aber auch da hat man gelernt, wie man das Wichtige den Lesern mitteilen kann (Prinzip „zwischen den Zeilen lesen“) -, die im Untergrund (Charta 77, die Kirche u.v.a.) und die im Ausland. Die demokratische Kontinuität konnte man halten.

Eine Tradition hat man nach der Wende im November 89 geerbt: die Parteipresse. Jede Zeitung stand irgendeiner Partei nahe. Teilweise ist es auch heute noch so. Beispiel: die *Pravda* war kommunistisch, heute ist sie links. Die *Smena* gehörte immer der Jugend, heute ist sie rechts. Dazu zwei Bemerkungen: Die Entwicklung der Parteienlandschaft ist bei Weitem noch nicht am Ende, was ein etwas verwirrendes Bild erzeugt. Zweitens decken sich die Begriffe „links“ und „rechts“ nicht ganz mit denen in den „westlichen“ Ländern.

3. Finanzielle und rechtliche Voraussetzungen

3.1. Finanzielle Lage

Die Beziehung Staat - Medien hat Geschichte. Im kommunistischen Regime hat „der Staat“ die Titel, den Inhalt, aber auch die Auflage bestimmt: Die Quoten für Papier hat man noch 2 Jahre nach der Wende – 1991 - geregelt.

Was der Staat noch immer kontrollieren kann, ist die Mehrwertsteuer. 1990 gab es die erste heftige Polemik der Presse gegen den Regierungschef Václav Klaus, der die 6 % MWSt liquidieren wollte mit dem Argument: „Die Presse ist genauso Ware am Markt wie alles andere.“ („Falls dann in der Slowakei nur die *Pravda* bleibt, ist es Entscheidung der Leser“, hat er mir damals gesagt, obwohl es klar war, dass nur die *Pravda* ein Gebäude, eine eigene Druckerei und perfekte technische Ausrüstung besaß, was mit den Lesern nicht viel zu tun hat.) Letztlich mußte er dem Druck der Medien nachgeben. Meðars Kultusminister Dušan Slobodník hat sich 1992 folgendermaßen geäußert: „Wir haben Demokratie, so bleibt uns nichts anderes übrig, als die Medien durch Geld zu regulieren“. Resultat: Manche Kulturzeitschriften, Teile der Minderheitenpresse, alle, die auf die staatliche Subvention angewiesen waren, hat man fallen lassen. Eine finanzielle Unterstützung haben nur die Treuen bekommen. Das ist längst vorbei. Aber auch das Geld steht nicht mehr zur Verfügung.

Vor einem Jahr hat die neue Regierung wieder über die MWSt gesprochen. Im Februar 1999 haben die Medien wieder protestiert. Der Gedanke, durch die höhere Mehrwertsteuer ausgerechnet von den Medien mehr Geld in die leere Staatskasse zu bekommen, ist hoffentlich für gewisse Zeit vergessen. Die 6 % (bei der allgemeinen MWSt von 23 %) sind im europäischen Kontext sowieso nicht wenig. Die Veränderung der Kaufkraft der Bevölkerung, die nach 1989 täglich 5-6 Tageszeitungen gelesen hat, um zu vergleichen, hat bewirkt, dass es heute bei nur einer Zeitung bleibt, denn nur wenige können sich mehr leisten. Der Preis war 1989 30 Heller für 6-8 Seiten, 1990 1 Krone, heute sind es für 16-24 Seiten 9-10 Kronen.

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen, das durch Konzessionärsbeiträge finanziert wird, erwirtschaftete 1998 ein Defizit von über 200 Mio. Sk. Die 1 Mio. Konzessionäre haben eine schlechte Zahlungsdisziplin. Inzwischen kam es hier zu einer neuen gesetzlichen Regelung.

3.2. Rechtliche Bedingungen

Das Mediengesetz stammt noch aus den 60-er Jahren. Es wurde nach der Wende novelliert, und im Groben entspricht es den heutigen Bedürfnissen. Es gab 14 Versuche, ein neues Gesetz durchzusetzen, alle sind bisher gescheitert. Es handelt sich aber um Formulierungsnuancen.

Der Lizenzrat ("Rat der SR für Radio und Fernsehen" - Vorsitzender ist Peter Juráš, Direktorin Jarmila Grujbárová), ein gewähltes Organ, das für die Lizenzen zuständig ist, teilt die Lizenzen zu und kontrolliert den Markt: Nach dem Gesetz darf es zu keiner Konzentration kommen.

Der Medienrat der Regierung ist eine Beratungsgruppe des Kulturministers. Heute sitzen dort der Präsident des Journalistensyndikats, aber auch des Verbandes, der Generaldirektor der STV, des Sro (Slowakisches Radio), der Markíza (Privatfernsehen), der TASR (Presseagentur) usw.

4. Die Medienlandschaft

4.1. Überblick

Die gedruckten Medien sind ausschließlich privat. Die elektronischen Medien sind teilweise „öffentlich-rechtlich“ (STV und Sro), die übrigen auch privat.

4.2. Politische Sicht

Die Kontrolle über die öffentlich-rechtlichen Medien ist in der Hand der bestimmten Räte, die vom Parlament gewählt sind. In der Regierungsetappe Meèiars und seiner Parlamentsmajorität hat man solche Organe durchgesetzt, die vor allem im STV, wesentlich weniger im Radio, eine Parteipropaganda unterstützt haben. Dies ist vorbei. Der TV-Sender Markíza ist objektiv-kritisch, heute der Regierung näher als der Opposition. Die Fernsehgesellschaft VTV ist im Wandel, heute der SD $\frac{1}{4}$ (den Sozialdemokraten) etwas näher als den anderen. Das Radio Twist, um mindestens die Wichtigsten zu erwähnen, war und ist objektiv und kritisch.

Die Tageszeitung Nový èas ist Boulevard - dazu komme ich noch - politisch objektiv. Die Pravda steht links, ist aber nicht in den Händen der Partei, der sie am nächsten steht. Sme ist stark rechts, sehr kritisch, logisch näher der Demokratischen Partei und den Christdemokraten als anderen. Národná obroda ist prinzipiell und konsequent „überparteilich“, Slovenská republika ist politischer Boulevard, hetzerisch, in der Nähe der HZDS Meèiars und der SNS (Nationalpartei), positiv orientiert auf die Slowakische Kriegsrepublik. Új szó ist eine Tageszeitung der ungarischen Minderheit, aber ohne wesentlichen Einfluß der ungarischen Minderheitspartei.

Von den Wochenzeitschriften kann man allgemein sagen, dass sie kaum politisch abhängig sind. Mit Ausnahmen, selbstverständlich. Die HZDS hat eine aggressive Zeitschrift Extra. Dortiger Chefredakteur ist der frühere HZDS-Propagandist bei den stark emotionalen Abendnachrichten der STV. Neu

erscheint nun die politische Zeitschrift Slovo (Das Wort) - früher Neues Wort der SD^{1/4} und vorher der Kommunisten. Pravda hat ihre Wochenendbeilage in eine attraktive Illustrierte umgewandelt: Moment. Die großen Wochenzeitschriften sind jedoch im Besitz westlicher Firmen und deshalb politisch voll neutral, besser gesagt unpolitisch. So Slovenka, Život, Eurotelevízia, das ungarische Vásárnap usw. Genauso die Monatszeitschriften, wie Rodina, Dorka, Eva, Playboy, Hustler uva.

Unabhängig und lesenswert ist die Wochenzeitschrift The Slovak Spectator.

Die wichtigsten politischen Sendungen im TV, Kroky (Die Schritte) im STV 1 (Sonntag mittags) und Sito (das Sieb) in Markíza (Montag abends), sind Diskussionen mit Vertretern verschiedener Parteien. Sito sehen 25 % der Bevölkerung (1 Mio.), Kroky 11 % (die Hälfte davon). Ähnliche Debatten mit Vertretern aller Parlamentsparteien machen heute alle Sender.

Eine besondere Spezialität ist ein katholischer Sender: In Banská Bystrica ist seit schon 6 Jahren Radio Lumen tätig, finanziert von der Bischofskonferenz der USA.

Die öffentliche Meinung: der Einfluß der Medien auf diese ist eindeutig. Neue Ergebnisse: „Die beliebtesten Politiker“: Die Reihenfolge ist identisch mit einer anderen, die zeigt, wieviel Minuten welcher Politiker am Bildschirm zu sehen war.

4.3. Besitzer

Es ist schwierig, hier eine Transparenz herzustellen. Grund: Der Verlag heißt irgendwie. Sagen wir X. Welche Firmen in diesen Geld hineinstecken, ist schwer herauszufinden. Man kennt einige Namen. Die Personen sind auch in verschiedenen Firmen beteiligt. Manchmal ist der Hintergrund eines Besitzes kompliziert. Markíza gehört teilweise (zu 49 %) den amerikanischen Central Europa Media Enterprises (CME), 51 % gehörten noch vor Kurzem der STS (Slovenská televízna spoločnosť), 50.5 % davon hat im Vorjahr der Direktor Pavol Rusko an die GmbH Mirox überführt, deren 100-prozentiger Besitzer er persönlich ist. Die Sache ist rechtlich nicht abgeschlossen und ist nicht eindeutig zu beurteilen. VTV hat ein gewisser Ladislav Milko gekauft (Mitglied der SD^{1/4}). Er behauptet, dafür nicht ganz 15 Tausend DM bezahlt zu haben. Die Einrichtung inklusive Technik gehört aber jemand anderem. Der frühere Besitzer Poór gilt als „Riche nouveau“ und war Funktionär der HZDS. Einen Einfluß der SD^{1/4} kann man spüren, wenn auch in einer dezenten Weise. Nový čas, einst Organ der Demokratischen Partei, dann im Besitz einer österreichischen Immobilienfirma (mit Grabherr Mayer verbunden), gehört nun Gruner+Jahr Hamburg. Herausgeber der Práca sind die Gewerkschaften. Národná obroda hat eine komplizierte Entwicklung genommen: Der erste Herausgeber war das Regierungsamt (1990 bis 1991), der zweite AG+Hersant, nachher die Rheinische Post, dann die VSŽ (Ostslowakische Eisenwerke in der Zeit, als die Führung nahe zu Meciar stand, ihr Einfluß war aber nicht besonders stark), letztlich seit 1998 Wywar Invest (und zwei andere Gruppierungen von jungen Unternehmern), dazu ist die TV Markiza gekommen, Slovenská republika (HZDS-nahe Personen), Új szó ist bei der Rheinischen Post geblieben.

4.4. Auflage und Leser

1990 war die tägliche Auflage der Tageszeitungen 1,5 Millionen. Heute ist diese Zahl unter 600.000 gesunken.

1. Nový èas, da die Boulevardzeitungen überall viel gelesen werden. In der Slowakei bedeutet „Boulevard“ nicht dasselbe wie in Deutschland oder sogar in Prag. Die Zeitung macht gute aktuelle Politik, Feuilleton, Reportage. Es kommen mehr nackte Haut, heikle Affären und Mordgeschichten hinzu, sie ist jedoch nicht geschmacklos. 1991 war es die erste Boulevardzeitung in der slowakischen Geschichte, also eine Sensation. Seitdem wird sie viel gelesen.

Im Jahr 1999 hat

1. Nový èas 53 % der Bevölkerung gelesen, Auflage 215 000
2. Pravda fast 30 % weniger: 26 %, 140 000 Exemplare
3. Sme 22 %, 80 000
4. Šport 19 %,
5. Práca 16 %, 100 000
6. Slovenská republika 14 %, 90 000
7. Új szó 7.5 % (die ungarische Minderheit stellt 11 % der Bevölkerung. Genauso wie die anderen ist diese Zeitung stark zurückgefallen.), 44 000
8. Národná obroda mit 6 %, 22 000
9. Die Wirtschaftszeitung Hospodárske noviny hat 36 000 Ex.

Die Zeitschriften:

- | | | |
|----|-------------------|---------|
| 1. | Eurotelevízia | 330 000 |
| 2. | Slovenka | 225 000 |
| 3. | Život | 210 000 |
| 4. | Plus 7 dni (Tage) | 210 000 |
| 5. | Moment | 140 000 |

Von den Wirtschaftszeitschriften: Trend 25 000, Profit 24 000.

Die Monatsschriften:

- | | | |
|----|---------|---------|
| 1. | Dorka | 175 000 |
| 2. | Rodina | 151 000 |
| 3. | Eva | 144 000 |
| 4. | Zdravie | 65 000 |

All diese Monatsschriften sind für Frauen und Familie bestimmt. Playboy mit 15 000 gehört zu den exklusiven.

Die elektronischen Medien:

Vor 2-3 Jahren kam es zum Wandel: Die meist gesehenen Programme hat nun Markíza mit 72 %, die STV 1 hat nur 40 % und STV 28 %, die VTV noch weniger. Gerade entstand eine ganz neue Fernsehgesellschaft Luna, die noch ihre Zuschauer sucht.

5. Werbung

Bildet nicht so großen Anteil an dem Verlagsbudget, wie im Westen. Grund: Die meisten slowakischen Firmen haben entweder kein Geld, oder kein Interesse. Es funktioniert auch so, daß einige Firmen den Verlag auf diese Weise unterstützen. Was fehlt, sind eben ausländische Investoren, die sich da präsentierten. Es sind sehr wenige.

Werbung im TV: Die Preise sind höher im Privat-TV Markíza als in STV. Zu den teureren Programmen in Markíza gehört z.B. Dallas, Melroce Place, im STV Sportnachrichten, Programmübersicht, Tipos Bingo, Kulturspektrum usw.

Die wichtigsten Medien in Übersicht

Tageszeitungen:

Nový èas
Pravda
(täglich.)
Sme
Národná obroda
Slovenská republika
Új Szó
Šport

Wirtschaftszeitungen:

Hospodárske noviny
Hospodársky denník (seit 1999, beide
täglich.)
Trend (wöchentlich)
Profit (wöchentlich)

Wochenzeitschriften:

Eurotelevízia
Slovenka
Život
Plus 7 dní
Vasárnap (ungarisch)

Monatzeitschriften:

Dorka
Rodina
Eva
Zdravie

Fernsehen:

STV (1,2)
Markíza
VTV
Luna
regionale Sender

Radio:

SRO
Rock FM
Twist
Fun Radio
regionale Sender

