

MASS MEDIA IN ROMANIA AND ETHICS OF THE PRESS

Ioana-Narcisa Crețu, Assoc. Prof., PhD, "Lucian Blaga" University of Sibiu

Abstract: After the revolution from 1989 in Romania appeared over 1200 new publications. Some of it does not give today any longer, but different always appear. The Romanian newspaper market approximately 1500 publications, most weekly papers, 200 daily papers, 14 of it appear in Bucharest and between one and five in the biggest cities of the Romanian counties. Despite that, even if it is a variety of the Romanian press, there is not yet a completely free press - see also the report for 2009 of the organization Freedom House. Regarding the independence of the press, 66% of the demand persons in Romania believe that in the general in Romania the media of the policy are certain, 41% however have the opinion that the media independence can be limited and only 22% believe that this is not at all.

Key words: *mass media, newspaper market, Romania, policy, freedom of the press.*

1. Voraussetzungen

Nach der Wende sind in Rumänien über 1200 neue Publikationen erschienen. Einige davon gibt es heute nicht mehr, aber es erscheinen stets andere. Der rumänische Zeitungsmarkt umfasst ungefähr 1500 Publikationen, die meisten sind Wochenzeitungen, 200 Tageszeitungen, 14 davon in Bukarest und zwischen 1 und 5 in den Hauptstädten der Kreise Rumäniens. Trotz der Vielfalt der rumänischen Presse kann man noch nicht von einer gänzlich freien Presse sprechen (siehe Bericht der Organisation *Freedom House*).

2. Nationale Medienlandschaft

2.1. Printmedien

Die bestverkaufte Tageszeitung in Rumänien bleibt die Boulevardzeitung *Libertatea* - mit einem Mittelwert von 1.300.000 Lesern pro Ausgabe (Januar 2007-Januar 2008), dann folgen:

- die überregionalen Tageszeitungen *Jurnalul Național* (742.000 Leser), zwei Sportzeitungen *Gazeta Sporturilor* (678.000 Leser) und *Pro Sport* (536.000 Leser), dazwischen ist *Evenimentul Zilei* (546.000 Leser),

- *Adevărul* (377.000 Leser), *România liberă* (221.000 Leser), *Cotidianul* (199.000 Leser), *Gândul* (191.000 Leser), eine Wirtschaftszeitung *Ziarul financiar* (186.000 Leser), dann *Ziua* (186.000 Leser) und die kostenlose Zeitung *Curentul* (74.000 Leser).

Die bestverkaufte Wochenpublikation ist die Zeitschrift mit TV-Programmen *Pro TV Magazin* (828.000 Leser). Danach kommen: die Sonntagsausgabe der Boulevardzeitung *Libertatea* (*Libertatea de Duminică* – 764.000 Leser) und die Sonntagsausgaben der beiden Sportzeitungen (*Gazeta Sporturilor de Duminică* – 582.000 Leser bzw. *Pro Sport de Duminică* – 553.000 Leser).

Die bestverkauften Monatszeitschriften sind 2 Zeitschriften für Hobby und Haushalt (*Practic în bucătărie* – 1,005 Millionen Leser und *Practic – Idei pentru Casă și Grădină* – 446.000 Leser), dazwischen ist die Frauenzeitschrift *Femeia* (461.000 Leser).

Zu der Auflagenentwicklung der Printmedien muss gesagt werden, dass die Gesamtzahl noch bis 2008 relativ konstant geblieben ist jedoch, wie überall, mit einem Trend zur Abnahme.

In Rumänien kämpft der Printsektor seit Beginn der Wirtschaftskrise mit großen Schwierigkeiten. In den vergangenen Wochen wurden 3 der Tageszeitungen „Cotidianul“, „Ziua“ und „Gardianul“ eingestellt, nachdem deren Auflage stark gesunken war. „Evenimentul zilei“, liegt mit einer Auflage von knapp 45.000 auf Platz drei der meistgelesenen Tageszeitungen in Rumänien, hinter „Adevărul“ und „Jurnalul Național“. Die Auflage sank 2009 um 3,7 Prozent, bei „Capital“ betrug der Rückgang 9,1 Prozent. Rumäniens erfolgreichste Tageszeitung „Adevărul“ ist die einzigste aus diesem Segment, deren Auflage 2009 stieg – um 14,1 Prozent auf über 120.000.

2.1. Fernsehen

Der Fernseher ist die vertrauteste Informationsquelle, jedoch die Reichweite der privaten Sender liegt bei 50 bis 72% der Bevölkerung, während das öffentlich-rechtliche bei beinahe 100%. In den Städten ist jedoch der Marktanteil des öffentlichen Fernsehers (*TVR1* und *TVR2*) nur von 35% und liegt hinter den privaten Sendern.

Der wichtigste private Sender ist *ProTV*, mit einer Reichweite von 72% der Bevölkerung und einem Marktanteil von 15,3%. Es folgen *Antena 1*, *Prima TV*, *B1TV*, *Realitatea TV*, *National TV*. Während die Privatsender *ProTV* und *Antena 1* auch viel Geld in die Kasse klingeln lassen und hiermit an erster Stelle im Gewinnranking der Fernsehbranche stehen (mit 41,79 Millionen Euro, bzw. mit ungefähr der Hälfte davon), hat der öffentlich-rechtliche Sender ein Defizit angemeldet (8,4 Millionen Euro im Jahr 2007). Die Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunkes sieht jedoch besser aus, *Radio România* hatte keine Verluste, sondern Gewinn gehabt, wenn auch bescheiden (2007).

2.2. Radio

Seit 1990 hat sich – ähnlich wie beim Fernsehen – die Radiolandschaft erheblich verändert. Außer dem öffentlich-rechtlichen Sender der mehrere Programme anbietet, gibt es über 150 private lokale Hörfunkangebote und diverse sonstige Sender (konfessionelle oder ausländische Sender). Die Lokalradios senden meistens Musik und kurze Nachrichten.

Die wichtigsten private Sender sind:

- *Europa FM*, mit einem Marktanteil von 14,7% auf Landesebene und 17,2 in den Städten. Es folgen *Kiss FM*, *Radio21* und *Pro FM*.
- der höchste Marktanteil, außerhalb von Bukarest, hat jedoch der nationale Radiosender, mit einem Marktanteil von 20,2%.
- in Bukarest ist der private Sender *Radio 21* an der Führung mit einem Marktanteil von 22,4% (2006)

Davon:

- haben *Europa FM* und *Radio 21* den höchsten Profit für das Jahr 2007 unter den Radiosendern gehabt.
- von den internationalen Sendern hat die *Deutsche Welle* Gewinn gemeldet, während *BBC România* Verluste hatte und ab den 1. August 2008 die Sendung eingestellt hat.

3. Freiheit der Presse

Im Bericht der Organisation Freedom House steht Rumänien an 92. Stelle und gehört zu den Ländern mit einer teilweisen freien Presse. Die Untersuchung betrifft 195 Länder aus der ganzen Welt und Rumänien teilt ihren Platz mit Ecuador, Panama und Peru.

Auf dem Zeitungsmarkt ist der größte Besitzer die schweizerische Gruppe Ringier (ihr gehören die bestverkaufte Boulevardzeitung, eine Sportzeitung und eine Tageszeitung), dazu gehörte bis Februar 2010 die bestverkaufte Wirtschaftswochenzeitung *Capital* und weitere Publikumszeitschriften (mit Fernsehprogrammen, Zeitschriften für Frauen und für Freizeit).

Das Schweizer Verlagshaus hat sich jedoch seit Anfang des Monats von 2 in Rumänien herausgegebenen Publikationen getrennt. Ringier verkaufte die Tageszeitung „Evenimentul zilei“ und das Wirtschaftswochenblatt „Capital“ an die neu gegründete Firma „Editura Evenimentul și Capital“, deren Mehrheitsgesellschafter der Medienunternehmer Bobby Păunescu ist, der unter anderem mit dem US-Medienmogul Rupert Murdoch zusammenarbeitet.

Die sehr reiche, wegen dubioser Immobilien- und Bankgeschäfte berüchtigte Großfamilie Păunescu kontrolliert bereits den Bukarester TV-Sender „B1“ über die Firma News Television. Der Sender „B1“ ist einer der wichtigsten Propagandakanäle von Staatspräsident Traian Băsescu. Ringier România erklärte, man wolle das Onlinesegment konsolidieren und sich dabei auf die Boulevardzeitung „Libertatea“ und auf die Frauenzeitschrift „Unica“ konzentrieren.

Zur Unabhängigkeit/Abhängigkeit der Presse muss gesagt werden, dass „Cotidianul“ zum Medienimperium „Realitatea-Cașavencu“ des Unternehmers Sorin Ovidiu Vântu gehört, das außerdem mehrere TV- und Radiosender (TV-Sender: Realitatea TV, The Money Channel, Romantica, Radiosender: Radio Realitatea FM und Radio Guerrilla), eine Nachrichtenagentur sowie das populäre politische Wochenblatt „Academia Cașavencu“, umfasst. Die erfolgreichste Tageszeitung Rumäniens „Adevărul“ gehört dem früheren Erlunternehmer Dinu Patriciu, der 2008 seine Anteile an Rumäniens zweitgrößtem Ölunternehmen Rompetrol verkauft hat, erklärte, er wolle sich nun verstärkt kulturellen Projekten widmen.

ProTV ist Teil der Mediengruppe CME, während *Antena*, zusammen mit dem TV-Sender *EuforiaLifestyle*, zum Medienimperium *Intact* der Familie Voiculescu gehört.

Besitzer von Europa FM ist der französische Unternehmer Legardere gehört (durch die Aktiengesellschaft *Europa Development International – R SA*), andere private Sender im Besitz verschiedener Medienmogulen, außer der schon genannten Familien, ist auch Silviu Prigoană ein wichtiger Name, ihm gehören die weniger bekannten Radiosender Etno FM, Sport FM und die TV-Sender Etno TV und Taraf TV.

4. Ethik der Medien

Es ist nicht zu übersehen, dass sich heute der ursprüngliche Informationsjournalismus zu einem Unterhaltungsjournalismus gewandelt hat. Andrea Bachmann-Stein in einer Analyse der Titelseiten der SZ spricht von Infotainment (setzt sich zusammen aus „Information“ und „Entertainment“) und Häppchenjournalismus. Damit meinen die Medienkritiker vor allem die Auflösung des Zeitungsaufbaus und der journalistischen Texte. Im Bereich der Printmedien wird in diesem Zusammenhang häufig das Schlagwort „Boulevardisierung“ gebraucht, um zum Ausdruck zu bringen, dass Zeitungsinhalte zunehmend in den Unterhaltungsbereich wandern. Im Fernsehen ist es genauso, Mirela Lazăr analysiert die Nachrichtensendung im TV-Bereich und spricht von „Noua televiziune și jurnalismul de spectacol“ (Polirom, 2008).

In Deutschland gibt es zur Zeit 351 Tageszeitungen mit einer Gesamtauflage pro Tag von 25,3 Millionen und trotzdem ist die Boulevardzeitung „Bild“ aus dem Springer-Verlag die meistgelesene Tageszeitung in Deutschland mit 3,3 Millionen Exemplaren (und somit die meistgelesene Zeitung in ganz Europa und die dritte in der Welt). „Bild“ setzt häufig die Themen für Agenturen, Fernsehsender und andere Zeitungen, steht aber wegen extremer populistischen Zuspitzung in der Kritik. Hingegen haben die anderen Qualitätszeitungen bescheidenere Auflagen: die SZ-430.000 Stück, die FAZ-368.000, die Welt 264.000. Populärste Wochenzeitung bleibt die liberale „Zeit“ mit 491.000 Exemplaren. Auch in Deutschland geht die Medienkrise nicht an den Zeitungen nicht vorbei, sinkende Auflagen und Anzeigenerlöse machen einem Großteil der Verlage zu schaffen.

Trotz der Konkurrenz durch den Rundfunk und das Internet liegt die Reichweite der Printmedien immer noch bei 71,4 Prozent. Nicht zu vergessen, dass der deutsche Zeitschriftenmarkt ein Markt der Superlative ist mit 2131 Titeln und einer Quartalaufgabe von 173 Millionen Exemplaren. Was das Fernsehen anbelangt gibt es in Deutschland 145 Sender und der tägliche TV-Konsum liegt bei 207 Minuten. In Deutschland haben auch die in vielen Ländern etablierten Gratiszeitungen keinen Erfolg.

In Rumänien hat die Agentur für Beobachtung der Presse Active Watch den Medienkonsum untersucht. Laut der Studie vertraut die Bevölkerung Rumäniens dem Fernsehen, es folgt das Radio, die Printmedien und das Internet sind an letzter Stelle. Bei den Jugendlichen zwischen 15 und 20 Jahren sieht es anders aus, an erster Stelle ist die Internetnutzung und an letzter Stelle die Printmedien. Im Durchschnitt sitzen während der Woche die meisten Rumänen zwischen 1 und 3 Stunden vor dem Fernsehen, am Wochenende zwischen 3 und 6 Stunden. Zu den Hauptgründe geben die meisten (69%) an fern zu sehen um sich zu informieren, für Unterhaltung (54%), um Zeitvertrieb (41%). Jedoch lesen nur 26% der Befragten regelmäßig (fast täglich) eine Zeitung und ein wichtiger Anteil (26%) lesen überhaupt keine. Die meisten sind an Informationen aus dem sozialen Bereich interessiert (24%), 19% an die Prominentenwelt, 17% an Sport und Serviceinformationen, die wenigsten an Kultur und Außenpolitik. Als Störfaktoren haben die meisten im Fernsehbereich die Werbung (23%) identifiziert, die Aggressivität und Brutalität (12%), die Nachrichten über Kriminalität (3%) und 5% der Zuschauer sind von den Inhalten der politischen Talkshows gestört. Die meisten finden, dass zu oft Nachrichten über Unfälle, Privatleben der Politiker oder anderer Prominenten in den Medien erscheinen. Die Meisten der Befragten sind der Meinung, dass die in den Medien vorkommende Aggressivität (in den Nachrichten oder in den Spielfilmen) auf das Publikum Einfluss hat, aber auch auch die Nachrichten über Politiker, die Meinung der Journalisten zu politischen Themen oder das Erscheinen der Politikern in den Medien. Die Gefragten glauben aber nicht selbst von den Medien beeinflusst zu sein, obwohl 70% zugeben Nachrichten in dem Medien gehört oder gelesen zu haben in dem das Ziel zu erkennen war, das Publikum zu manipulieren.

Hinsichtlich der Pressefreiheit glauben 66% der gefragten Personen, dass im allgemeinen in Rumänien die Medien von der Politik bestimmt sind, 41% sind jedoch der Meinung, dass die Pressefreiheit nur im geringen Maß beschränkt werden kann und 22% Prozent glauben, dass dies gar nicht möglich sei.

4. FAZIT

Während gut gemachter Journalismus und fundierte Hintergründe eher eine Setenheit der rumänischen Presse sind, steht der Trend zur Boulevardisierung journalistischen Angebote im Vordergrund, die reißerische Schlagzeilen, zugespitzte Geschichten und Bildergalerien mit Hunderten Fotos in den Zeitungen produzieren. Das ist nicht nur ganz extrem in den rumänischen Boulevardzeitungen wie z. B. *Can Can* und *Click!* zu finden (die 2007-2008 eine Auflage von 392.000 Exemplaren, bzw. 330.000 Exemplaren hatten und noch nicht eingestellt wurden), sondern eine Kritik, die scheinbar sogar an Spiegel Online laut wurde.

5. Quellen:

ACTIVE WATCH - Agenția de Monitorizare a Presei: Evaluarea nivelului de competență în mass media, Bukarest, Juni, 2008

CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT: Structurile de proprietate și influența lor asupra independenței și pluralismului în mass media. România. Republica Moldova: Media ownership and its impact on media independence and pluralism, Ljubljana, Peace Institute, Institute for Contemporary Social and Political Studies, 2004

BACHMANN-STEIN, A.: Infotainment und Häppchenjournalismus. Sprach und mediehistorische Überlegungen zum Wandel von Presstexten. In: Heinz-Helmut Lüger/Hartmut E.H. Lenk (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik, Verlag Empirische Pädagogik, Landau, 2008. ISBN 978-3-937333-99-1.

ALLGEMEINE DEUTSCHE ZEITUNG, Nr. 4328/13.02.2010

MAGAZIN-DEUTSCHLAND.DE, 6/2009 Dezember-Januar *Die Welt der Medien*

www.brat.ro

www.hotnews.ro

www.mediafax.ro