

Gary Diderich

Jedem seine Alternative

Alternative Medien – was sie sind und was sie sein wollen

Alternativ kann vieles sein. Vom Essen bis zu den Medien gibt es für alles eine Alternative. Irgendwie beruhigend, doch was heißt dieses Wort, was drückt es aus? Meist wird es im Gegensatz zum „Mainstream“ und dem „Herrschenden“ benutzt. Das kann politisch sowohl ganz rechts als auch ganz links sein. Wenn der Presseattaché der ADR im Lëtzebuurger Land des 25. Mai 2007 den Jugendlichen, die anlässlich des Jugendkonvents in der Abgeordnetenkammer die Luxemburger Medien kritisierten, recht gibt, heißt das nicht, dass beide das Gleiche meinen. Die Grundkritik ist die Gleiche: die Medien in Luxemburg und weltweit werden von der herrschenden Politik und Wirtschaft beeinflusst, teilweise bis zur „Gleichschaltung“. Aus dieser Kritik heraus sind alternative Medien entstanden. Die erwähnte Partei betitelt sich nach ihrer Namensänderung selbst „alternativ“. Ist ihre Publikation, der Pfefferkär, also eine alternative Zeitung?

Wenn das, was minoritär und nicht dem Mainstream entspricht, „alternativ“ ist, dann ist die ADR und seine Publikation sicherlich alternativ. Doch die Initiativen und Medien, die den Begriff der „alternativen Medien“ geprägt haben, charakterisieren sich durch vielmehr als nur durch den Fakt, dass sie von minoritären Gruppen produziert werden. Alternative Medien sind meist Hand in Hand mit sozialen Bewegungen entstanden. Und diese Bewegungen hatten politische, soziale und kulturelle Anliegen – nicht aber rein parteipolitische und elektorale Motivationen.

Kriterien für ein „alternativ“-Label?

Es gibt kein Manifest, das bestimmt was „alternative Medien“ sind. Für die einen reicht es, unabhängig von der staatlichen Finanzhilfe zu sein, andere wollen sich wiederum nicht von kommerzieller

Werbung abhängig machen und zählen auf die Unterstützung des Staates, um für die Pluralität der Presse zu sorgen. Wenn es um den Inhalt geht, wird vor allem kritisiert, dass die meisten Zeitungen, Fernsehsender und Radios nur das Gleiche von den gleichen Nachrichtenagenturen verschiedenartig verbreiten. Letztere sind wiederum von den gleichen Konzernen abhängig.

Selbst kritisch sein, überlegen, handeln, schreiben, reden und somit aktiv zur Gestaltung der Gesellschaft beitragen ist das, was alternative Medien wollen.

Welche Kriterien sollen angewendet werden, um von „alternativ“ zu sprechen? Sollen wir ein Label dafür einrichten, damit es nicht missbraucht werden kann? Eben nicht! Alternative Medien sollen Teile von emanzipatorischen Prozessen sein und nicht durch Labels und Kontrollsysteme den Menschen die

Verantwortung wegnehmen, selbst kritisch zu sein. Selbst kritisch sein, überlegen, handeln, schreiben, reden und somit aktiv zur Gestaltung der Gesellschaft beitragen ist das, was alternative Medien wollen. Da hilft uns auch ein anderes Wort, zum Beispiel „unabhängig“ (*independent*), nicht aus der Patsche der vagen Begriffe. Was hilft, ist sich Leitlinien zu geben, nicht um puristische Prinzipien festzulegen, sondern um sich mit dem auseinanderzusetzen, was mensch eigentlich will und was die eigentlichen Grundsätze und Ziele sind.

Alternative Medien wollen nicht eine Partei an die Macht bringen, den eigenen Profit maximieren oder Leserschaften verkaufen, sondern sehen sich als Teil eines emanzipatorischen Projektes und verpflichten sich somit, Medien und soziale Praxis anders zu gestalten, als nur für sein eigenes Überleben zu sorgen.

Daraus ergeben sich verschiedene Felder, in denen ein alternatives Medium an sich selbst arbeiten kann.

Reflektionsfelder und Leitlinien für „alternative Medien“

Organisationsform

Wer bestimmt was das Medium macht und was nicht? Was geschrieben wird und was nicht? Wie und wo es sein Geld herkriegt, die Verteilung organisiert, usw.? Ist diese Struktur offen für jeden? Offen für alle, die sich auf gemeinsame Grundsätze einigen? Welche formellen und informellen Hierarchien bestehen in dieser Struktur und werden diese thematisiert?

Mitarbeiter

Beruht das Medium auf haupt- oder ehrenamtliche Arbeit? Oder gemischt? Wie funktioniert die Zusammenarbeit? Gibt es gleiche Arbeitsbedingungen für jeden? Wenn es Unterschiede gibt, auf welchen Kriterien beruhen diese? Welche Rolle spielen (in)formelle Machtpositionen?

Finanzierung

Wie finanziert sich das Medium? Wie abhängig macht es sich dabei von einer Einnahmequelle? Welche Interessen haben diese Geldquellen? Inwieweit sind diese kommerziell, staatlich und/oder parteilich gebunden? Wieviel und welchen Einfluss üben die Geldquellen auf das Medium aus?

In allen organisatorischen und strukturellen Fragen sollen typische Hierarchien und Machtpositionen soweit wie möglich reduziert werden. Entscheidungsprozesse sollen für alle Beteiligten gleichberechtigt und basisdemokratisch sein. Dazu sollen alle Informationen zugänglich sein, sowie Zeit und Vertrauen da sein, um über verschiedene Meinungen zu reden und die herrschende Praxis gegebenenfalls zu ändern. Diskriminierung anhand von sozialer Klasse, Geschlecht, Hautfarbe, Religion, Behinderung sollen soweit wie möglich abgeschafft werden und zu diesem Zweck systematisch thematisiert werden.

Eine wichtige Frage ist außerdem, welche Stellung und Beziehung das Medium einnimmt und einnehmen will insbesondere in Bezug auf seine Leser/Hörerschaft und andere Medien. Neben den internen Akteuren (Mitarbeiter, Aktive usw.) sollten diese trotz ihrer externen Stellung als Mitakteure betrachtet werden. Desto weniger ein Medium nur auf ein passives Publikum zielt, welches

das eigene Produkt konsumiert, desto mehr wird es ein gemeinsames Instrument von Demokratie und gesellschaftlicher Veränderung. Das Gleiche gilt für andere alternative Medien, die neben dem eigenen Medium existieren oder entstehen. Sie sind nicht Konkurrenten am Medienmarkt sondern Mitakteure für demokratische Auseinandersetzung und der Beteiligung von möglichst vielen Menschen in diesem Prozess.

In allen organisatorischen und strukturellen Fragen sollen typische Hierarchien und Machtpositionen soweit wie möglich reduziert werden.

All dies sind keine starren Kriterien sondern eher wichtige Fragestellungen und Ideale, welche in der Auseinandersetzung mit „alternativen Medien“ zur Orientierung dienen.

Alternative Medien in Luxemburg?

Welche Medien in Luxemburg als „alternativ“ betitelt werden können, bleibt dem Lesenden überlassen. Im Folgenden habe ich einige Medien aufgelistet, die meiner Meinung nach in Betracht kommen und gehe auf interessante sowie kritische Aspekte ein.

Indymedia.lu

Diese Internetplattform wurde im November 2006 gegründet und ist Teil eines weltweiten Netzwerks, das sich während der Proteste gegen die WTO 1999 in Seattle aufgebaut hat. Weltweit hat Indymedia sehr viel erreicht und sich anlässlich verschiedener Krisen auch in der breiten Bevölkerung verbreitet (z. B. während der Wirtschaftskrise in Argentinien). Trotz der Unabhängigkeit jedes einzelnen Indymedia-Kollektivs (die sich nach Land, Stadt oder Thema gründen) gibt es eine gemeinsame Basis, um Teil des Netzwerks zu sein. Der luxemburgische Ableger von Indymedia ist gerade dabei, den Prozess zu durchlaufen, um volles Mitglied des Netzwerks zu werden.

Queesch

Die *Queesch* ist vor fünf Jahren als eine offene Plattform für soziale, kulturelle und politische Themen entstanden.

Zusätzlich zur Zeitschrift ist nach ein paar Jahren auch die CD als Medium dazugekommen. Dieses Format ermöglicht es, auch andere Ausdrucksmöglichkeiten als reinen Text zu veröffentlichen. Die *Queesch* organisiert sich ähnlich wie Indymedia: Das Publizieren von Artikeln ist jedem möglich, nur verschiedene Grundprinzipien müssen eingehalten werden (keine Diskrimination gegen Lebewesen). Auch die Struktur und Organisation der *Queesch* ist offen und jede Person kann sich beteiligen und mitbestimmen, was die *Queesch* ist und sein soll. Die Unabhängigkeit der *Queesch* stößt jedoch bei der Finanzierung und der Verteilung auf Grenzen. 30% der Gelder kommen vom Staat (Kulturministerium, Fonds culturel, Service des médias et des communications, Familienministerium) und verschiedene Projekte werden vom EU-Jugendprogramm und/oder dem Service national de la jeunesse finanziert. Nur ein geringer Teil der Einnahmen stammt aus privater Hand. Des Weiteren tragen die SACEM und verschiedene Sponsoren zur Finanzierung bei. Da die *Queesch* aber nicht alle Sponsoren kompromisslos akzeptiert, sondern ethische und ökologische Kriterien anwendet, ist der Anteil an Sponsoring sehr gering. Der Verkauf und die Abonnenten decken den zweiten großen Teil der Finanzierung. Bei der Verteilung hat sich die *Queesch* den harten Realitäten gebeugt und lässt seit 2005 einen Teil der Exemplare über die MPK verteilen. Damit akzeptiert die *Queesch*, dass sie wie jede andere Zeitschrift zu einem profitmaximierenden Produkt wird. Mit Barcode versehen, erbringt jedes verkaufte Exemplar der MPK 50% des Verkaufspreises ein und jedes unverkaufte Exemplar landet im Mülleimer.

forum

Die Gründungsmotive von *forum* waren vor 30 Jahren wohl typisch für eine alternative Zeitschrift: Dem *Wort*, der meistgelesenen Zeitung des Landes, ein kritisches und fundiertes Gegengewicht zu setzen, und dies auch noch, sagen wir mal, aus der damals gleichen Ecke. Sicherlich hat sich *forum* mittlerweile institutionalisiert und bekommt zwar keine Pressehilfe aber staatliche Unterstützung durch das Kulturministerium. Doch die Zeitschrift hat sich noch nicht so professionalisiert und „zugemacht“ wie andere Institutionen, die ein vergleichbares Alter erreicht haben. Die

Struktur ist offen und die Autoren sind breit gestreut.

Studenten- und Schülerzeitungen & Co.

Schülerzeitungen, -radio und Fernsehen sind wichtige und interessante Medien. Hier können Jugendliche ihren Meinungen mit einer gewissen „Narrenfreiheit“ Ausdruck geben. An Schulen oder an der Uni finden sich oft Gruppen zusammen, die solche Projekte starten, ehrenamtlich neben den Studien, aus Interesse und zur eigenen sowie gesellschaftlichen Meinungsbildung. Wichtig ist es jedoch, zwischen „Schülerzeitung“ und „Schulzeitung“ zu unterscheiden. Medien, die Teil einer Institution sind, beschränken den freien (Ausdrucks)Spielraum. Im Escher Lycée des garçons (LGE) wird zum Beispiel seit ein paar Jahren in Zusammenarbeit mit dem Tageblatt eine Schulzeitung publiziert, das *LGEnius*, doch gab es schon genug Fälle von Einschränkungen durch das Lehrpersonal und die Direktion. Demgegenüber sind in denselben Jahren mindestens zwei unabhängige Schülerzeitungen entstanden: die *Lepers Bell* und der *Mausi Oberserver*. Erstere wurde bereits nach der ersten Ausgabe eingestellt, letztere hielt es einige Ausgaben länger aus und erlangte sogar landesweite Berühmtheit. Im gleichen Gymnasium gibt es auch das Fernsehprojekt Uelzechtkanal und die Radiooption Graffiti (jeden Donnerstag auf Radio ARA). Das Beispiel dieser Schule zeigt die Vielzahl an Initiativen in den Schulen, jedoch gilt es immer kritisch zu sein gegenüber der Art und Weise, wie diese Projekte geführt werden und wie weit die SchülerInnen der Zensur des Lehrpersonals unterliegen.

Gänzlich unabhängig von einer staatlichen Institution ist der *Outsider*. Die Luxemburger Schüler- und Studentenorganisation UNEL veröffentlicht diesen seit zwei Jahren als Email-Zeitung. Um auch eine Papierversion herausbringen zu können, musste die UNEL jedoch auf Gelder der EU zurückgreifen.

Salzinsel

Salzinsel ist eine Zeitschrift, die von KünstlerInnen ehrenamtlich geschrieben, gemacht und verkauft wird. In der Kunstszene ist diese Publikation sicherlich eine Plattform für weniger institutionalisierte Kunst. Kritisch aus dem Blickwinkel der alternativen Medien ist jedoch das Sponsoring von z. B. Auto-



(© Carl Dwyer)

herstellern und das unkritische Publizieren von visueller Werbung in einer solchen Zeitschrift.

Alternative Medien wollen nicht eine Partei an die Macht bringen, den eigenen Profit maximieren oder Leserschaften verkaufen, sondern sehen sich als Teil eines emanzipatorischen Projektes [...]

Wöxx

Besonders interessant an der *Wöxx* ist wohl ihre Organisationsform. Als einziges Medium organisiert sich die *Wöxx* als Kooperative, die es allen Interessierten ermöglicht, sich an ihrer Finanzierung und Gestaltung zu beteiligen. Außerdem ist die alltägliche Organisationsform der *Wöxx* nach basisdemokratischen und hierarchiekritischen Leitlinien organisiert. Anstatt eines Chefredakteurs wird die Koordination jede Woche von einer/m anderen MitarbeiterIn übernommen. Die staatliche Pressehilfe, ohne die die *Wöxx* schwer überleben würde, beschränkt jedoch zweifelsohne ihre Unabhängigkeit.

Radio ARA

Radio ARA ist das einzige freie und unabhängige Radio in Luxemburg. Leider hat es vor einigen Jahren einen Teil seiner Sendezeit an ein kommerzielles Radio verkaufen müssen, trotzdem hat ARA es geschafft, zu überleben und zahlreichen Menschen und Initiativen eine Radioplattform zu bieten. „D’Prisongssendung“ oder Musiksendungen wie der „Bloe Baaschtert“ und „Den Daiwel steet virun da Diir“ haben mittlerweile eine Stammhörerschaft. Seit ein paar Jahren wurden auch viele Anstrengungen unternommen, um das Jugendradio Graffiti weiterzuentwickeln.

.dok – den oppenen Kanal

Lange Zeit war das Fernsehen unerreichbar für unkommerzielle Medieninitiativen. Noch immer ist es nicht umsonst, doch durch den offenen Kanal .dok ist es wenigstens ab und an möglich, Sendungen auszustrahlen, ohne gleich einen eigenen Fernsehsender aufzubauen. Ähnlich wie bei Radio ARA stellt sich das Problem des laufenden Programmes. Fernsehen und Radio werden nicht nach dem Programm konsumiert, sondern einfach eingeschaltet, wenn mensch gerade Lust dazu hat. Wie groß das

Publikum also ist, bleibt fraglich. Vor allem verschärft sich diese Frage im Fall vom offenen Kanal dadurch, dass sehr viel Sendezeit von Politikern und der Boulevardpresse benutzt wird.

Internet: Websites, Blogs, Foren

Das Internet und später das Web 2.0 machen es mittlerweile kinderleicht, ein eigenes Medium aufzubauen. Der Zugang zu einer großen Leserschaft wird immer einfacher, auch für Einzelpersonen und kleine Gruppen. Das wichtigste Beispiel hierfür sind die Blogs. Ein Blog ist eine Internetseite, auf der meist eine Einzelperson in regelmäßigen Abständen eigene Texte, Fotos, Videos oder Tondateien veröffentlicht. Der Inhalt reicht von Alltagsberichten über poetische Schriften bis hin zu politischen Texten (z. B. www.joeladami.net,

<http://youngbrights.blogspot.com/>). Das Thema wird an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt, da es den Rahmen sprengen würde, es ist jedoch wichtig festzustellen, dass das Internet ein Medium mit ganz neuen Möglichkeiten ist. Jede Person und jede Organisation verfügt über einfachste Möglichkeiten, um seine Informationen und Meinungen über die ganze Welt zu verbreiten. Schließlich sei noch Sokrates.lu als interessante studentische Initiative erwähnt. Hier werden Artikel aus bestehenden Medien aus ganz Europa verlinkt und für den Lesenden aus der Masse herausgefiltert. Auch hier kann man sich als User registrieren und anfragen, eigene Artikel zu publizieren. Die Studenten bieten außerdem ein Forum an, auf dem intensiv über die Artikel diskutiert wird.

Quellen und Verweise:

http://en.wikipedia.org/wiki/Alternative_media

Chomsky: What Makes Mainstream Media Mainstream? (<http://www.zmag.org/zmag/articles/chomoc97.htm>)

Albert: What Makes Alternative Media Alternative? (<http://www.zmag.org/whatmakesalti.htm>)

Anmerkungen zur Entwicklung alternativer und linker Gegenöffentlichkeit. Update 2.0. (<http://www.contrast.org/KG/beweg2.htm>)



**Wir lernen von den Uniprofis bei alpha gemini
und sparen uns Stress und Studiengebühren!**

www.alpha-gemini.de

Wissenschaftliches Arbeiten
Lerntechniken
Rhetorik & Präsentation
Schreibkurse
Korrekturservice
Deutsch intensiv und als Fremdsprache



alpha gemini
Lehren - Lernen - Wissen

alpha gemini
 Universität
 des
 Saarlandes
 Starterzentrum
 Geb. A 1.2
 66123 Saarbrücken
info@alpha-gemini.de
 0049/681-302 64 906