

BERND HÜTTNER / CHRISTOPH NITZ

Linke Medien vor und nach der Internetrevolution

Der Beitrag verfolgt die Spuren alternativer Medien in der Bundesrepublik und der DDR und formuliert Thesen für eine linke Medienöffentlichkeit.

Linke und alternative Medienmacher/-innen nutzen heute eine immens gewachsene Vielfalt an Medienformaten. Das Repertoire reicht von der klassischen Printpublikation, die kostenlos oder im bezahlten Abonnement vertrieben wird, über die verschiedenen Formate des World Wide Web (Website, E-Mail, Social Web, Weblogs) bis zu den verschiedenen Strategien, in den herkömmlichen Medien mit ihren Inhalten vorzukommen.

Alternativmedien in der Bundesrepublik

Die Theorien einer kritischen Medienarbeit der 1970er und 1980er Jahre gingen davon aus, dass die Massenmedien ihre Funktion kritischer Publizität eingebüßt hätten. Deshalb sei sozusagen eine Rekonstruktion bürgerlicher Öffentlichkeit durch Demokratisierung der inneren Strukturen von politischen Parteien und Verbänden vonnöten. Wichtig sei auch die Herstellung von Authentizität, also der Zusammenhang und Verbindung von Kommunikation und Aktion. Radio Alice, eines der linksalternativen Radios, experimentierte Ende der 1970er Jahre zum Beispiel damit, dass Hörer/-innen während der Sendung anrufen konnten. Diese Praxis, die heute bei jedem Dudsender Alltag ist, sorgte in den 1970ern für Aufsehen.

Die alternativen Medien entstehen in Westdeutschland in den siebziger Jahren, ihre Existenz ist mit der Studentenbewegung, und den daraus entstandenen neuen sozialen Bewegungen verbunden. Neu entstandene Gruppierungen finden ihre politischen Themen nicht ausreichend berücksichtigt. Das Ziel der ersten Generation der

Alternativpresse ist die Schaffung einer „Gegenöffentlichkeit“ auch, aber nicht nur zur Ergänzung des Etablierten.

Auch an den Schulen und in Jugendstrukturen fand das Bedürfnis nach „anderer“ Information seinen Niederschlag. In den 1970er Jahren entstand eine vielfältige Szene „jugendeigener“ Zeitschriften, die oft vom Wunsch getragen wurden, Anliegen wie den Bau eines eigenen Jugendzentrums publizistisch zu begleiten.¹

Nachfolgend eine vereinfachte Gegenüberstellung der Prinzipien „etablierter“ und der alternativen Medien:²

Repressiver Mediengebrauch

Zentral gesteuertes Programm
 Ein Sender, viele Empfänger
 Immobilisierung isolierter Individuen
 Passive Konsumentenhaltung
 Entpolitisierungsprozess
 Produktion durch Spezialisten
 Kontrolle durch Eigentümer/Bürokraten

Emanzipatorischer Mediengebrauch

Dezentralisierte Programme
 Jeder Empfänger ist potenzieller Sender
 Mobilisierung der Massen
 Interaktion der Teilnehmer, Feedback
 Politischer Lernprozess
 Kollektive Produktion
 Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation

Die quantitative Entwicklung verläuft rasant. 1977 gibt es schon ungefähr 100 lokale und regionale Alternativblätter. Die Gesamtzahl steigt dann rasch an. Das Verzeichnis der Alternativ-Presse von 1986 verzeichnet insgesamt ca. 600 Titel (davon über 100 lokale Zeitschriften).

¹Einen guten Überblick gibt Knoche, Lindgens und Meissner (1979) „Jugendpresse in der Bundesrepublik Deutschland“, da hier empirische Daten zur Struktur und Situation der Jugendpresse vorgelegt wurden.

²Buchholz (2005) verwendet den Terminus „konventionelle alternative Medien“ zur Beschreibung dessen, was wir „alternative Medien“ (der ersten Generation) nennen. Die „neuen alternativen Medien“ sind für Buchholz dann allerdings nur noch solche Praktiken, die mit dem Internet zusammenhängen.

Oppositionelle Medien sowie Betriebs- und Dorfzeitungen in der DDR

Bei der Herausbildung neuer linker Printmedien muss auch die Situation in der DDR betrachtet werden, da viele der Publikationen der PDS, später der LINKEN, in diesem Kontext betrachtet werden müssen.

In der DDR wurden 1988 34 periodisch erscheinende Titel von Kirchen und Religionsgemeinschaften registriert. Diese Titel hatten eine Gesamtauflage von 376.000 Exemplaren. Besonders die fünf evangelischen Kirchenzeitungen unterlagen einer Vorzensur durch das Presseamt der DDR. Allein 1988 wurden diverse Ausgaben nicht ausgeliefert, da sie sich mit Themen beschäftigten, die nicht in das gewünschte Bild der DDR passten. Für die Gegenöffentlichkeit in der DDR waren Titel der sogenannten inoffiziellen Publizistik, des Samisdat, von enormer Bedeutung. Titel wie „Arche Nova“, „Lausitzbotin“ oder die „Umweltblätter“ (später „Telegraph“ – einer der wenigen Titel, der auch heute noch erscheint) wurden in geringen Auflagen zwischen 300 und maximal 4000 Stück mit einfachsten Mitteln hergestellt und kursierten in Kreisen der Umwelt-, Kirchen- und Oppositionsgruppen.³ Während diese Oppositionsmedien am ehesten mit den Alternativpublikationen in der Bundesrepublik Deutschland verglichen werden können, muss man sich einer anderen Gattung zuwenden, wenn man die Wurzeln der eigenen Medien der PDS und somit der LINKEN annähern möchte.

Zur Tradition der Arbeiterpresse gehören Betriebszeitungen. Sie wurden in der DDR mit hohen finanziellen Anstrengungen und hauptamtlichen Redakteuren herausgegeben. Die von Betriebsleitung und Gewerkschaft unabhängigen Zeitungen erschienen meist 14-täglich und hatten 1988 – bei einer Anzahl von 667 Titeln – eine Gesamtauflage von mehr als zwei Millionen Exemplaren.⁴ Diese

³ Vgl. Holzweissig (1999) S. 592

⁴ Laut „Die Massenmedien der DDR“ (1979) war der Höhepunkt der Betriebszeitungen 1974 zu verzeichnen, als diese insgesamt 2,5 Millionen Exemplare verbreiten konnten.

Zeitungen sollten „die Werktätigen der DDR zu verstärktem Arbeits-einsatz [...] motivieren, neue Arbeitsmethoden propagieren, [...] und die Politik der SED allseitig erläutern. Sie sind ein zusätzliches Lenkungsinstrument der SED.“⁵ In den Wirren der Wendezeit war die Zeit dieser Betriebszeitungen schon Ende 1989 abgelaufen. Am 26. Dezember 1989 machten Vertreter von Betriebszeitungen darauf aufmerksam, „dass zunehmend diesen Presseerzeugnissen die Existenzgrundlage entzogen wird.“ Betriebszeitungen müssten als wichtiges Sprachrohr des gesellschaftlichen Wandels der DDR erhalten bleiben. Wörtlich verwies Bernd Fierke, verantwortlicher Redakteur der Betriebszeitung „fortschritt“ des VEB Herrenbekleidung Fortschritt darauf, dass „die Betriebszeitungen als Interessenvertretung der Werktätigen [eine] wichtige Errungenschaft der revolutionären Arbeiterbewegung [sind].“⁶ Die späteren Kreis- und Ortszeitungen der PDS in den neuen Bundesländern rekrutierten einige ihrer meist ehrenamtlichen Redakteure aus der Vielzahl von DDR-Journalisten, die nun Rentner waren oder die gezwungenermaßen ohne Job dastanden oder in einem Metier unterkommen mussten. Vor diesem Hintergrund wird die bis heute geführte Debatte, ob eigene Medien der LINKEN sich an die Bürgerinnen und Bürger richten sollen oder als Mitgliederzeitungen fungieren sollen, verständlicher.

Die erste Generation alternativer (Print-)Medien

Das Adjektiv „alternativ“ bedeutet mehr als nur „alternative“ Inhalte, gemeint sind auch ökonomische Grundlagen und die gesamte Form der Organisation des Produktionsprozesses, verlegerisches und journalistisches Selbstverständnis. Eine sinngemäße Definition lautete: Zeitungen und Zeitschriften, die von demokratisch strukturierten Redaktionskollektiven in selbstverwalteten Betrieben nach dem Kostendeckungsprinzip und unter Verzicht auf Anzeigen produziert

⁵Ebd. S. 20f

⁶ebd. S. 51, vgl. „Für den Erhalt der Betriebszeitungen“ Erklärung der Berliner Sektion Betriebszeitungen des VDJ vom 26.12.1989

werden. Bei in der Regel periodischer Erscheinungsweise verfolgen sie das Ziel der Herstellung von Gegenöffentlichkeit zur traditionellen Presse; sie sind in soziale Bewegung eingebunden und verstehen sich in Abgrenzung zum Status quo. Sie gehen zur Berichterstattung andere Wege in den Bereichen: Ökonomie und Finanzen, Produktionsweise / Arbeitsablauf, Zielsetzung, Journalismuskonzept, Thema / Inhalt, Form / Gestaltung.

Auf die Ebene der einzelnen Medientypen heruntergebrochen ergibt sich für die alternativen Medien der ersten Generation im Zeitraum der 1970er bis 1990er Jahre in Westdeutschland vereinfacht folgende klassische Typologie.

Initiativzeitungen: Sie dienen vorrangig der Kommunikation unter Mitgliedern z. B. von Bürgerinitiativen (Forumscharakter und Sprachrohr-Funktion), dominant sind Laien- und Betroffenenjournalismus, oft auch ein unregelmäßiger Erscheinungsrhythmus.

Volksblätter: Sie sind thematisch breiter als Initiativzeitungen angelegt und haben ihren Erscheinungsort meist in Universitätsstädten. Sie sind eher „unten“ als „links“.

Szeneblätter: Sie gehen auf Studentenbewegung zurück und stehen in einer linken Tradition. Sie haben einen starken Rückhalt in Subkulturen und Teilen der Studentenschaft. Ein klassisches Beispiele ist *Pflasterstrand* (Frankfurt, 1976 bis 1990)

Stadtmagazine und Stadtilustrierte: Ihr Inhalt sind die Themen und das Publikum der großen Städte. Sie verfügen über einen ausgeprägten Servicecharakter und eine „professionelle Aufmachung“ mit dem primären Ziel einer hohen Auflage. Bald sind sie die Plattform für den Einstieg großer Verlage in den lokalen Zeitschriftenmarkt mit dann nur kommerziellen Zielen. Ein klassischer und bis heute existierender Titel ist die 1977 gegründete und in Berlin erscheinende *zitty*.

Die **Tageszeitungen** sind jede einzeln zu betrachten. Die *taz* erscheint ab April 1979, sie hat ein Monopol für überregionale alternative Themen, passt sich aber schnell an Strukturen des Journalis-

mussystems an. Heute ist ihre Auflage nicht höher als vor 15 Jahren. *junge welt* und *Neues Deutschland* existieren seit über 50 Jahren und waren zu Zeiten der DDR staatstragende Organe. Sie haben einen bundesweiten Anspruch, das *ND* eine überalterte Leserschaft und die *junge welt* in einer Stadt wie Bremen eine nur knapp dreistellige Zahl an Abonnent/-innen.

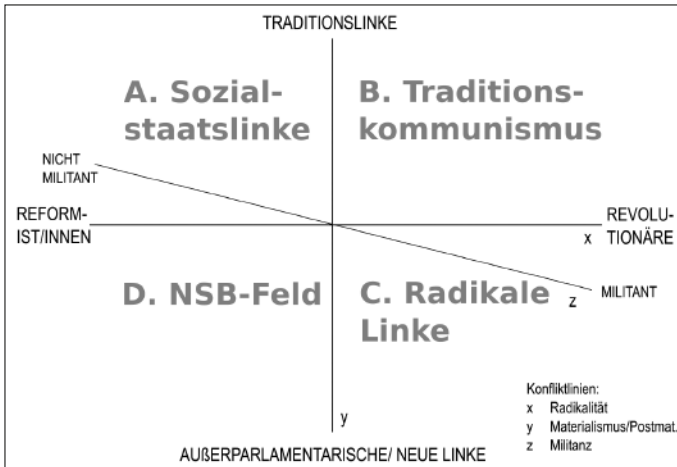
Fachzeitschriften. Diese entstehen in der Regel Ende der 1970er, Anfang der 1980er Jahre und existieren teilweise bis heute. Sie widmen sich einem Teilbereich, der auch ein Berufsfeld ist und sind dort oft das einzige Projekt, das publizistisch „alternative“ Fragestellungen und Sichtweisen aufwirft. Teilweise Verbands-, aber auch unabhängige Organe. Beispiele für bis heute erscheinende Titel sind *CLIO*, *Contraste*, *Dr. med Mabuse*, *express*, *Forum Recht*, *Unabhängige Bauernstimme*.

Meinungsorgane. Hier handelt es sich um pointiert politisch agierende Organe mit einer in der Regel eher kürzeren Lebensdauer. Linke (sofern nicht parteigebunden) und linksradikale Projekte gehören hierzu. Beispiele für ältere Titel der Linken wären *analyse und kritik* oder die *Sozialistische Zeitung SoZ*, das *Blättchen* oder *Ossietzky*, für neuere *arranca!*, *marx 21* oder *Phase2*.

Verbandsorgane. Diese werden von Verbänden oder Nichtregierungsorganisationen herausgegeben, finanziert und damit kontrolliert. Adressaten sind Fach- und/oder breitere Öffentlichkeit. Beispiele sind die Titel aus dem 3.-Welt-, Umwelt-, Landwirtschafts- oder auch Kulturbereich.

Parteiorgane. Diese Titel werden von im Bundestag vertretenen und anderen Parteien herausgegeben und von eben diesen kontrolliert.

Wissenschaftstitel. Ein eigenes Feld sind die Theorie- und Wissenschaftsorgane, die selbstorganisiert vertrieben werden, oder in linken oder in etablierten Verlagen erscheinen. Sie haben teilweise eine Kontinuität, die bis zu „1968“ zurückreicht. Seit der „Wende“ finden sich hier auch Projekte, die ihren Ursprung im Wissenschaftsbetrieb der DDR haben. Beispiele sind: *Das Argument*, *Forum Wissenschaft*, *Jahrbuch Arbeiterbewegung*, *Kritische Justiz*, *Vorgänge*.



Vereinfachte Darstellung der alternativen und linken „Lager“ in der heutigen Bundesrepublik, nach Ullrich 2008

Die Zukunft alternativer Printmedien

Das Ergebnis einer 2006 durchgeführten Untersuchung zum Zustand alternativer Printmedien (Hüttner 2006) zeigte, dass die Szene der alternativen Stadtzeitungen, die als die klassischen alternativen Medien galten, tot ist. Sie sind entweder eingestellt oder haben sich derart kommerzialisiert, dass sie nicht mehr als „alternative Medien“ angesehen werden können.

Es scheint jenseits von kleinen subkulturellen Szenen, den Fachzeitschriften und Meinungsorganen keine relevanten alternativen Printmedien mehr zu geben. Es gibt einen Kern von in der Regel schon längere Zeit existierenden linken Periodika einerseits und alternativen Fachzeitschriften andererseits, jenseits davon wird es aber sehr unübersichtlich, gelegentlich auch kommerziell. In Anlehnung an die obige Typologie der alternativen Medien erster Generation kann festgestellt werden, dass heute davon die Tages- (und auch: Wochen)-zeitungen, die Meinungsorgane und Parteiprojekte, die

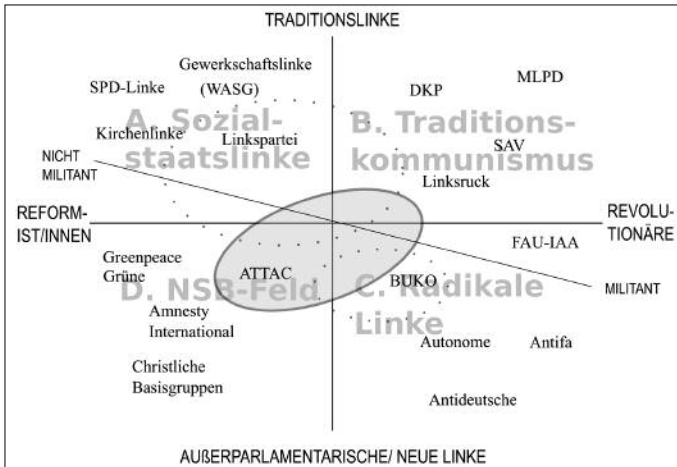
Verbandsorgane und die Wissenschaftsprojekte überlebt haben. Die klassische, lokale und regional ausgerichtet Form der Stadt- und Stadtzeitung gibt es schon länger nicht mehr. Diese lokale Form konnte bislang auch nicht von Projekten die der LINKEN nahestehen, ausgefüllt werden.

Die Anzahl der Titel, die nachgewiesen werden konnten, ist seit den 1980ern stark gesunken. 2006 waren es über 450. Die meisten Titel gibt es immer noch in drei klassischen Themen der neuen sozialen Bewegungen: Demokratie, Ökologie und Internationalismus, sowie andererseits im Segment der linken Meinungs- und Wissenschaftstitel. Alternative Medienarbeit mit Printmedien hat gegenwärtig für die Erreichung einer auch nur marginalen Öffentlichkeit nur geringe Bedeutung. Die „Alternativpresse“ war ein publizistisches Phänomen einer Zeit, in der gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen eine Gegenöffentlichkeit herausforderten. Unbestreitbar gibt es auch einen Funktionsverlust der Alternativpresse: Alternative Themen erhalten Einzug in etablierten Medien. Zweitens sind heute mit dem Internet ganz andere Formen von öffentlichem Auftreten möglich. Nicht zuletzt haben die Professionalisierung und Kommerzialisierung ehemals alternativer Themen die Gesellschaft stark verändert. Ein Merkmal alternativer Medien, wie z. B. die angestrebte Zweiwege-Kommunikation, wird heute besser durch das Internet umgesetzt als jemals von alternativen Printmedien.

Lokale Kommunikation setzt sich heute eher durch Online-Angebote um. Hier gibt es, bis hin zur Kleinstädten interessante lokale und regionale Angebote, die partizipativ organisiert sind und zeitnah agieren können.⁷ Diese „Ent-Regionalisierung“ lässt sich im Verzeichnis der Alternativmedien auch an der geringen Anzahl der Titel mit dementsprechenden Verbreitungsgebiet ablesen: Nur 28,5 Prozent (132 von 467 Titeln) erscheinen mit lokalem oder regio-

⁷ Siehe z. B. die Liste auf [indymedia](http://indymedia.org)

[HTTP://DE.INDYMEDIA.ORG/STATIC/MOREMEDIA.SHTML#ANCHOR-TERMINE](http://de.indymedia.org/static/moremedia.shtml#anchor-termine)



Einordnung verschiedener Organisationen innerhalb des alternativen und linken „Lagers“ in der heutigen Bundesrepublik, nach Ullrich 2008

nalen Anspruch. Die Zentralisierung lässt sich auch an der gestiegenen Bedeutung der Medienstädte ablesen. 2006 erscheinen in Berlin über 21 Prozent der und in nur sieben großen Medienstädten nahezu die Hälfte aller 2006 nachgewiesenen alternativen Titel.

Bei der Beschreibung des Wandels und der Krise alternativer Printmedien sind praktische Aspekte zu berücksichtigen. Neben der Krise des linken Buchhandels ist die Tatsache, dass es immer weniger Menschen gibt, die ehrenamtlich an einem Printmedium mitarbeiten können und wollen, gravierender. Der Zwang zur Existenzsicherung führt zunehmend dazu, dass die für ehrenamtliches Engagement notwendigen Freiräume kleiner werden. Viele Medienprojekte scheitern nicht deswegen, weil sie zu wenig Geld haben (zu wenig Geld hat man immer), sondern weil es niemand mehr gibt, der die Arbeit machen will.

Thesen zu alternativen Printmedien der zweiten Generation

„Herr, schmeiß Hirn vom Himmel!

Geht nicht, die unten können nicht fangen“

Wandparole, gesehen an der Universität Paderborn, Sommer 1997

Die existierenden alternativen (Print-)Medien sind in vielerlei Hinsicht verbesserungsfähig. Sie stellen aktuell Kompetenzen und Vernetzungen zur Verfügung, wie auch ihre Vielfalt einen gewissen Eigenwert darstellt. Vor allem sind sie die einzigen, die es gibt. Sie wären der Ausgangspunkt für bzw. die Orte der Herausbildung von alternativen Medien der zweiten Generation. Sich eine Wunschvorstellung davon zu machen, wie bessere Medien sein müssten, ist relativ sinnlos, da es nur Sinn macht, an den existierenden Medien und ihrer Situation und Selbstverortung anzuknüpfen.⁸

Es wäre beispielsweise selbstkritisch zu fragen, inwieweit auch alternative Medien einem von oben nach unten gedachten Modell verpflichtet waren und sind, ob es nicht heute möglich und angebracht ist, dass alternative Printmedien ein Umfeld schaffen, in dem die Leser/-innen sich selbst belehren oder aufklären können. Damit verbunden ist der Aspekt, dass in den Medien der ersten Generation die Wirkungsmacht von Information überschätzt wurde und wird. Information führt eben nicht automatisch zu Bewusstsein oder gar Handlung.

Hilfreich bei einer Weiterentwicklung der Endmoränen der alternativen Medien erster Generation wäre ein stärkeres Besinnen auf die eigenen Wurzeln. Eine Stärke der alternativen Medien der ersten Generation war es, dass sie den Alltag diskutieren, wenn nicht politisieren wollten und sich damit vom klassisch-linken Revolutionsmodell abwandten. Eine weitere, dass sie wirklich vernetzt waren, ohne dies zur Ideologie zu erheben, wie es später geschah. Die Forderung, dass Leser/-innen auch Produzent/-innen sein sollten, lässt sich heute im Netz verwirklichen, vor allem über Weblogs, Wikis und die anderen Formen des Social Web.

⁸ Was nicht heißt, dass nicht erfolgreich neue Titel gegründet werden können.

Die Alternativen zum Bezug auf die Endmoränen der alternativen Medien erster Generation wären, auf die linksliberale Presse (oder was von ihr übrig geblieben ist) auszuweichen, oder weitgehendst auf das Internet umzustellen. Beide Alternativen sind nicht wirklich überzeugend.

Das Internet ist schnelllebig, und trotz allem technikzentrierten Hype: intransparent. Wie wird denn die Bedeutung einer Information im Internet sichtbar, oder gar geschaffen? Wie kann der Nutzer und die Nutzerin die Relevanz einer Internetseite erkennen und bewerten? Schafft die Tatsache, dass potentielle jede/-r Beiträge ein-senden kann, wirklich mehr Qualität? Schafft der höhere Grad an Partizipation wirklich mehr Einsicht, oder führen die alternativen elektronischen Medien nicht eher zu einer Form der relativ bedeutungslosen Vielleser- und -wisserei? Vom ökonomischen Aufwand her betrachtet, haben sich die Kosten für die „netz-öffentliche“ Darstellung „alternativer“ Inhalte im Vergleich zum Druck einer Zeitschrift ja ungeheuer verringert, sie gehen bei Online-Formen sozusagen gegen Null. Gleichzeitig ist potentiell (aber eben auch nur das) eine unbegrenzte Zahl von Leser/-innen erreichbar.

Sicher: Das Internet verringert die Bedeutung alternativer Printmedien. Politisches Handeln entsteht aber nicht in virtuellen Räumen, sondern an realen Orten. Politisches Handeln erfordert reale Akteur/-innen, erfordert Bildung statt Halbwissen oder Polemik. Die alternativen Medien müssten sich heute angesichts der Informationsflut weiterentwickeln und neu erfinden, z. B. als vertrauenswürdiger gatekeeper, als zuverlässiger Informationsselektor und als Initiator von Debatten. Dies kann und wird nur in einer Kombination aus Print und Online-Praktiken geschehen.

Bei der LINKEN und in ihren vielen lokalen Publikationen gibt es noch zu wenig Reflektion über die eigene Medienarbeit. Will man nun vor Ort Betroffenenberichterstattung machen, oder aus Sorge um die Demokratie eine eher ergänzende Funktion zur sonst ja stark umworbenen Tagespresse einnehmen? Oder soll den eigenen Medien

eine emanzipatorische Funktion zukommen, sollen sie den Leser/-innen ein Instrument zur Selbstermächtigung und zur Reflektion der eigenen Lebenswelt und ihrer Bedingungen sein? Will man die Öffentlichkeit erreichen, oder die eigenen Mitglieder ansprechen?

Die Medien der Partei weiterentwickeln sollen die zumeist ehrenamtlichen Aktiven, die mindestens einmal im Monat eine Zeitung des Kreisverbandes oder ein Blatt für den Ortsteil herausbringen. Hier ist – geschuldet der Entstehung der Partei – ein Ost-West-Gefälle zu beobachten. Die Strukturen der PDS konnten ab 1990 auf die Einrichtungen und Erfahrungen der SED zurückgreifen und mit der Veränderung des Organisationsprinzips der Partei von Betriebs- hin zu Wohngruppen wird ein Netz von lokalen Medien der Sozialisten ab 1990 etabliert.

Im Kommunalwahlkampf 1990 erblickten etwa „Die Neue“ in Karl-Marx-Stadt (heute: Chemnitz), „Unsere Neue Zeitung“ in Erfurt und das „Info“ in Berlin das Licht der (linken) Öffentlichkeit.⁹ So rückte der Presse- und Informationsdienst der PDS im Juni 1990 unter der Überschrift „Nordlicht – links und heimatverbunden“ den Start des Wochenblatts für Mecklenburg und Vorpommern in den Focus des Parteiinteresses.¹⁰ Damals mühte sich die Partei allerorten um einen Neuanfang. Entsprechend erwiderte Nordlicht-Chefredakteur Dietmar Baginski auf die Frage, ob „das neue Blatt eine Parteizeitung“ sei „Nein, es ist natürlich keine. [...] In diesem Verlag haben sich Redakteure zusammen gefunden, die alle das Herz auf dem linken Fleck haben, die links drehen und diese Sicht auf die Politik auch verbreiten wollen.“ Immerhin mit einer Startauflage von 60.000 Exemplaren.¹¹

Die aus der ehemaligen Staatspartei SED hervorgegangene PDS musste alternative Medien erst einmal lernen. Die erste Ausgabe des *Treptower blättchens* erschien am 13. September 1990 und das mit Jens-Peter gezeichnete Editorial gab die Zielsetzung an mit: „Das

⁹ Presse- und Informationsdienst der PDS (PID) vom 22.02.1990

¹⁰ PID vom 28.06.1990

¹¹ ebd.

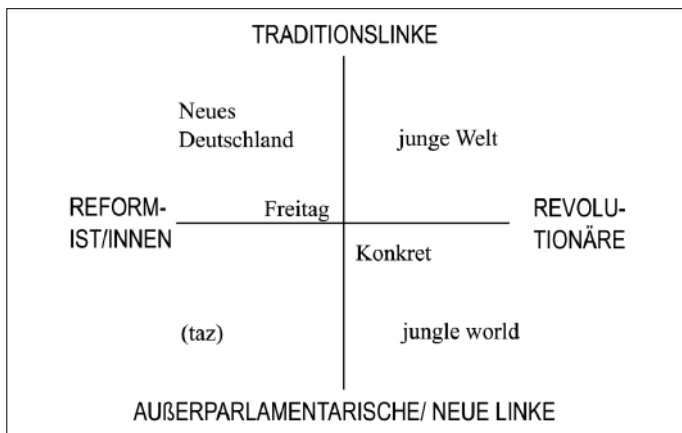
Treptower Blättchen [die Groß- und Kleinschreibungsirritationen ziehen sich durch die Ausgabe] versteht sich in erster Linie als Informationsquelle für alle PDS-Mitglieder, für unsere Sympathisanten, für Interessierte und auch für Andersdenkende im Stadtbezirk.“ Die Zeitung solle über die Aktivitäten der PDS berichten – „im Parlament und außerhalb“. ¹² Eine von den herkömmlichen Medien ausgeblendete Partei wollte sich graswurzeltartig von unten erneuern und bediente sich deshalb damals neuer Methoden. Wie viel Debatte diese parteieigenen Periodika zuließen, hing von den Redakteuren und den Parteifunktionären ab. Problem blieb allerdings bis heute die oben zitierte doppelte Zielgruppendefinition.

Besonders mit den neuen Möglichkeiten des Internets unter dem Begriff „Web 2.0“ subsummiert, tut sich DIE LINKE noch sehr schwer. Neue Angebote wie Wikis, Blogs – meist unzutreffend mit dem deutschen Begriff „Tagebücher“ übersetzt –, Foto- und Videoportale sowie die so genannten sozialen Netzwerke wie XING, Facebook oder StudiVZ verändern die bis dahin auch im Internet übliche Form der Medienrezeption. Professionelle Akteure erstellen Medienprodukte, die über verschiedene Kanäle dann beim Endverbraucher landen, der bestenfalls darüber entscheiden kann, was er zur Kenntnis nehmen möchte und was nicht – dieses Paradigma wurde 1948 von Harold D. Lasswell in die klassische Formel „Who Says | what | in which channel | to whom | with what effect“ gegossen worden. Das neue Netz verweigert sich der linearen Sender-Empfänger-Perspektive und schafft neben den bekannten Nachrichten-Emittenten neue Akteure, die sich an neue Publika richten. „Die Deutschen verändern ihre Mediengewohnheiten“ – meldete der Branchenverband BITKOM im Oktober 2008, nur DIE LINKE ändert ihre Gewohnheiten nicht. Entsprechend nüchtern fallen die Urteile über die Bemühungen der Partei mit der neusten Mediengeneration aus: „Die Linke als

¹²Treptower blättchen, Mitteilungsblatt der Fraktion und des KV der PDS Treptow, Nr. 1 vom 13.09.1990

Partei ist bisher fast nicht im sozialen Netz aktiv, wenn man von den Aktivitäten der Linksfraktion absieht.“ – so das Resümee von Markus Beckedahl in der 3. Kurzstudie „Politik und Web 2.0“¹³

„Links ist lebendig“ – mit diesem Slogan ging die PDS im Dezember 1990 in den Wahlkampf – dieses Motto gilt es in der Medienlandschaft des 21. Jahrhunderts mit Leben zu erfüllen. Dazu gehört es auch, den Zweck solcher Medien und damit auch die Zielgruppe eindeutig zu definieren: Sollen diese Medien nach innen interne Kommunikation leisten oder sollen sie nach außen wirken.



Verortung größerer Medienprodukte im alternativen und linken „Lager“ in der Bundesrepublik, , nach Ullrich 2008

Rote reporter/-innen

Die BAG rote reporter/-innen ist eine bundesweite Arbeitsgemeinschaft innerhalb der Partei DIE LINKE. Sie wurde 2006 mit dem

¹³Die Studie „Politik und Web 2.0“ wurde im Sommer 2008 erstmals vorgestellt. Obiges Zitat statt aus der Kurzpräsentation der 3. Kurzstudie am 7. Januar 2009. Zitiert nach: [HTTP://NETZPOLITIK.ORG/2009/POLITIK-IM-WEB-20-DIE-3-KURZSTUDIE/#MORE-7004](http://NETZPOLITIK.ORG/2009/POLITIK-IM-WEB-20-DIE-3-KURZSTUDIE/#MORE-7004) (Abgerufen am 07.01.2009)

Ziel gegründet, einer ihrer Ansicht nach bestehenden wachsenden Medienkonzentration entgegenzuwirken, die „eine laute Stimme“ für Die Linke nötig mache.

Ziel der Bundesarbeitsgemeinschaft ist die Interessenvertretung „der Medienmacher/-innen innerhalb und außerhalb der Linken. Linke Zeitungen in der ganzen Bundesrepublik werden von meist ehrenamtlichen Aktiven hergestellt. Ihr Engagement gilt es zu fördern und zu unterstützen.“

Die Arbeitsgemeinschaft wurde durch Teilnehmer der Weiterbildungsangebote der Linkspartei.PDS für Medienmacher gegründet. Im Bericht an den 10. Parteitag der Linkspartei.PDS wird dies ausdrücklich erwähnt: „Herauszuheben ist die Akademie für die Macher/-innen der ‚kleinen Zeitungen‘ bei der Linkspartei.PDS, die auch zu einer Vernetzung der kleinen Zeitungen geführt hat und ein gelungenes Stück Selbstorganisation in der Partei darstellt.“¹⁴

Heute sind mehr als 600 Medienmacher/-innen Mitglied des ehrenamtlich organisierten Netzwerks. Die Linke Medienakademie entstand als gemeinnütziger Verein als Bildungspartner der Arbeitsgemeinschaft.

Den sprechenden Titel haben die roten reporter/-innen sich beim Roten Reporter aus Wülfrath entlehnt. Klaus H. Jann – auch bekannt als „Roter Reporter“ – gründete gemeinsam mit seiner Frau Doris 1970 das Mitteilungsblatt, um für linke Politik zu werben. Aufgabe der kleinen Lokalzeitung sollte es sein, „kritisch über Themen zu informieren, über die sonst keiner zu schreiben wagt.“ Zunächst als Zeitung der Deutschen Kommunistischen Partei (DKP) auf den Weg gebracht, überlebte der „Rote Reporter“ das Ende der DDR und orientierte sich fortan als Sprachrohr der „Demokratischen Linken Wülfrath“. Jann wurde 2007 mit dem Alternativen Medienpreis in der Sparte Print ausgezeichnet. Der Internetauftritt der Zeitung besitzt

¹⁴Dokumente der Arbeitsgemeinschaft eingestellt im Internetangebot:
WWW.ROTE-REPORTER.DE (abgerufen am 07.01.2009)

mit „Klaus sein Tagebuch“ seit 2002 ein fortlaufendes Kompendium der Aktivitäten und eine crossmediale Offerte des Printtitels – und ein Weblog, das schon laufen konnte, als es den Namen noch gar nicht gab.¹⁵

Die Linke Medienakademie:

Ein Knoten im Netz alternativer Öffentlichkeiten

Die Linke Medienakademie (LiMA) entstand ursprünglich aus Kursangeboten für Zeitungsprojekte der Linkspartei und ihres Umfeldes. Die fünfte Akademie im März 2008 ist dann der Quantensprung. Sie findet erstmals in Kooperation mit der Rosa-Luxemburg-Stiftung statt, zum anderen nehmen 300 Menschen, dreimal soviel wie 2007, teil.

Gesellschaftlicher Druck braucht Prozesse von unten. Der entsteht aus Diskussion und Organisierung an den realen Orten, an den Menschen zusammenkommen. Das ist in Initiativen und Parteien, in Verbänden, Gewerkschaften und Kirchen, im Stadtteil. Wer sich hier engagiert, braucht auch ein mediales Sprachrohr. Das Ziel von LiMA, das in Teilen auch schon erreicht wird, ist es, Menschen aus Gewerkschaften, politischen Initiativen, der Zivilgesellschaft, aus lokalen Onlineprojekten oder freien Radios anzusprechen. Die Akademie für linke Medienmacher/-innen ist ein Ort für diejenigen, die für eine demokratische, soziale und solidarische Republik eintreten und dafür Medienarbeit als wichtiges Feld politischen Handelns ansehen. 2009 konnte – mit diesem Impuls – neben dem bisherigen Partner Neues Deutschland – die taz als Medienpartner gewonnen werden.

Konkret bietet die Akademie drei Dinge: Debatte, Networking und Weiterbildung. Das bedeutet preiswerte Weiterbildung auf Niveau von Journalistenschulen, ebenso wie Einführungen für Aktivisten, die ein Medienprojekt starten wollen. Wichtig ist die politische Diskussion sowie das Networking mit und unter Gleichgesinnten.

¹⁵ WWW.ROTTER-REPORTE.DE

Im März 2009 bot die Akademie in Berlin über 120 Veranstaltungen, die fit machen für den Medienalltag. Diskussionen, Vorträge, Workshops, Intensiv-Kurse sowie Exkursionen in den Bereichen Neue Medien, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Journalistische Genres und Praxis, Bildbearbeitung, Layout und Illustration sowie Wissensmanagement. Neu war 2009 LiMAcampus – ein Tag ausschließlich für junge Medienaktivisten, bei dem Zack Exley, einer der Lead-Organisatoren der Obama-Kampagne im Mittelpunkt des Interesses stand. Mit dem Angebot von Workshops für die Macher freier Radios wurde ein weiterer Baustein gelegt für „eine Medien-Akademie für Linke, nicht nur für DIE LINKE“, wie es das Programmheft im Grußwort betont.¹⁶

Perspektivisch soll die Akademie als größter Treffpunkt linker und alternativer Medienschaffender etabliert und das Workshopangebot für Jugendliche und Studierende gezielt erweitert werden. Aus diesem Grund unterstützt die Linke Medienakademie e.V. auch den Alternativen Medienpreis, damit dieser auch in Zukunft Journalismus abseits des Mainstreams auszeichnen kann.

Literatur

- Agon S. Buchholz: Alternative Medien als Instrumente einer Gegenöffentlichkeit, Hausarbeit aus dem Jahr 2005, 130 Seiten, online ([HTTP://WWW.KEFK.NET/POLITIK/ALTERNATIVE.MEDIEN/](http://www.kefk.net/politik/alternativemedia/) abgefragt am 4. 1. 2009)
- Anja Ebersbach/Markus Gläser/Richard Heigl: Social Web, Konstanz 2008
- Wolfgang Flieger Die taz: Vom Alternativblatt zur linken Tageszeitung, München 1992
- Bernd Hüttner: Verzeichnis der AlternativMedien 2006/2007, Neu-Ulm 2006

¹⁶LiMA „6. Akademie für linke Medienmacher/-innen. Vorträge, Ausstellungen, Workshops, Networking. Programm“, 1. Auflage 2009. Auch im Internet unter WWW.LINKE-MEDIENAKADEMIE.DE

- Gottfried Oy: Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik Deutschland, Münster 2001
- Hermann Rösch-Sondermann: Bibliographie der lokalen Alternativpresse: vom Volksblatt zum Stadtmagazin, München/New York/London/Paris 1988
- Christoph Spehr: Gegenöffentlichkeit. Entwicklung und Bedeutung des Begriffs „Gegenöffentlichkeit“, erschienen in Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus, Band 5, Hamburg 2002
[HTTP://WWW.LINKSNET.DE/DE/ARTIKEL/18209](http://www.linksnet.de/de/artikel/18209)
(abgefragt am 10.12.2008)
- Lea Susemichel, Saskia Rudigier, Gabi Horak (Hg.): Feministische Medien. Öffentlichkeiten jenseits des malestreams; Ulrike Helmer Verlag, Königstein 2008
- Kurt Weichler: Die anderen Medien: Theorie und Praxis alternativer Kommunikation, Berlin 1987

Webressourcen

WWW.ALTERNATIVMEDIEN.ORG

Datenbank zum Verzeichnis der Alternativmedien 2006/7.

WWW.LINKE-MEDIENAKADEMIE.DE

Die Linke Medienakademie 2009 ist ein Projekt der Rosa-Luxemburg-Stiftung.

WWW.ROSALUX.DE/CMS/FILEADMIN/RLS_UPLOADS/PDFS/ADS/KLEINE_ZEITUNGEN.PDF

Klein- und Kleinstzeitungen der LINKEN und ihres Umfeldes, Kurzübersicht, die regelmäßig aktualisiert wird, enthält im März 2008 ca. 290 Titel. Aufgeführt sind Titel und Herausgeber, keine Adressen.

WWW.ROTE-REPORTER.DE

Bundesarbeitsgemeinschaft roten reporter/-innen bei DIE LINKE