

Bürgermedien in Europa

Karin Resetarits

Es war einmal eine Arbeiterprotestbewegung in einer Zinnmine in Südamerika. Um die Kommunikation untereinander zu verbessern, schufen die Anführer ein freies, einzig ihrer Bewegung verpflichtetes und nicht auf Profit abzielendes Medium: ein Sprachrohr der Arbeiter, unabhängig von wirtschaftlichen, kommerziellen oder staatlichen Interessen – die Geburtsstunde der Bürgermedien.

Ihre Geschichte ist noch nicht sehr alt, sie führt zurück in die Mitte des vergangenen Jahrhunderts. Doch die Ausbreitung und die Erscheinungsformen der Bürgermedien sind ebenso vielfältig wie die menschlichen Bedürfnisse, Anliegen und Interessen, denen sie zumeist dienen. Eines ist ihnen aber allen gemeinsam: Sie werden aus Leidenschaft kreiert, ihre Macher arbeiten zumeist unentgeltlich oder nur sehr geringfügig entlohnt, ihr Verbreitungsgrad ist eng, trifft jedoch die Zielgruppe meist punktgenau.

In Westeuropa begann die Entwicklung von Bürgermedien in den 1960er und 1970er Jahren; hier ging es darum, im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten, die sich an strenge staatlich vorgeschriebene Regelungen halten mussten, alternative Inhalte anzubieten.

In vielen Ländern, die der Europäischen Union 2004 und 2007 beitraten, stellt sich die Geschichte des Sektors etwas anders dar. Piratensender wurden von Bürgerrechtsbewegungen als Mittel genutzt, um gegen autoritäre Regierungen zu protestieren. Als Beispiel sei das 1969 gegründete slowenische Radio Student genannt. Außerdem spielte die Kirche in einigen anderen mitteleuropäischen Ländern bei der Entwicklung alternativer Medienbewegungen eine wichtige Rolle. In Polen beispielsweise stand der katholische Bürgerrundfunk in einer engen Beziehung zur polnischen Opposition, die den Umsturz im Jahre 1989 auslöste.

Durch das Internet wurde der Sektor in den letzten Jahren in eine Richtung getrieben, die auch als dritte Generation der Bürgermedien bezeichnet wird. Ich erinnere mich lebhaft an eine hitzige Diskussion bei einem Forum der Bürgermedien in Budapest. Es ging um die Frage, ob ein Phänomen wie YouTube nun als Bürgermedium 2.0 bezeichnet werden könnte oder ob sich diese Spielfläche im Netz doch wesentlich von der Grundphilosophie echter Bürgermedien unterscheidet.

Als ich 2008 den Bericht über die Situation der Bürgermedien in Europa für das Europäische Parlament erarbeitete, ging es mir daher vor allem um eine schlüssige Definition dieses Mediensektors. Was nun ist allen Bürgermedien gemeinsam und wie wirken sie sich auf unsere Gesellschaft aus?

- Bürgermedien tragen zur Erreichung verschiedenster sozialer und kultureller Ziele der Gesellschaft bei.
- Sie stärken die Identität bestimmter Interessensgruppen. Sie können daher bei der Förderung von Toleranz und Pluralismus in der Gesellschaft eine entscheidende Rolle spielen.
- Bürgermedien ermöglichen benachteiligten Mitgliedern einer Bevölkerungsgruppe, sich aktiv an der Gesellschaft zu beteiligen und sich in Diskussionen über für sie wichtige Themen einzumischen.

Beispiel:

Angel Radio (Großbritannien) richtet sich an ältere Bürger/innen, die eine aktivere Rolle im Gemeinschaftsleben spielen möchten und wird auch von diesen betrieben. Der Rundfunksender versucht, öffentliche Diskussionen über Themen, die für die Bürger/innen der Region wichtig sind, in Gang zu bringen. Er hat für örtliche Schulen CDs produziert, mit denen das Bewusstsein für Fragen wie die Vernachlässigung älterer Menschen sowie den körperlichen und geistigen Missbrauch älterer Mitbürger/innen geweckt werden soll.

- Bürgermedien helfen, mit neuen Herausforderungen besser zurechtzukommen, weil sich Betroffene durch sie leichter finden.

Beispiel:

Neu beginnen in einem Land, dessen Kultur und Sprache man nicht kennt, gehört zum Alltag mobiler Europäer/innen. Jeder Neuanfang fällt leichter, wenn man Erfahrungen austauschen kann mit Menschen aus der alten Heimat, die dasselbe Schicksal teilen. Entsprechende Internetplattformen sind gut funktionierende Beispiele von Bürgermedien.

- Bürgermedien fördern die Medienkompetenz. Deshalb ist die Schaffung eines eigenen Mediums an Schulen oder Universitäten eine hervorragende Möglichkeit für junge Menschen in der Praxis journalistisch und kritisch denken zu lernen.
- Manchen Bürgermedien beschäftigen Langzeitarbeitslose, die sich so nützliche Kenntnisse in der digitalen Welt aneignen. Dies hilft den Menschen nicht nur eine sinnvolle Tätigkeit im Mediensektor auszuüben, sondern auch an Selbstachtung und Selbstvertrauen zu gewinnen. Sie fühlen sich wieder motiviert zu lernen.
- Bürgermedien wirken als Katalysator und bieten Künstlern und kreativen Unternehmern eine Plattform, um neue Ideen und Konzepte öffentlich zu testen.

Beispiel:

Hoekstreen Live in Amsterdam entwickelt kreative avantgardistische Programme. Hoekstreen Live ist eine zwölfstündige Show, bei der ein partizipatives Talkshowkonzept verfolgt wird, da die Kamera von Hand zu Hand an jeden weitergereicht wird, der bereit ist zu filmen. Wenn jemand teilnehmen möchte, kann er ins Studio kommen und live einen Beitrag zu der Show leisten.

- Bürgermedien tragen zur Stärkung des Medienpluralismus bei, da sie zusätzliche Perspektiven zu Themen eröffnen, die einer bestimmten sozialen Gruppe am Herzen liegen.

Beispiel:

Das »Maison des Média Libres« ist eine französische Initiative, die vier Initiativen im Bereich des Bürgerfernsehens in einer Dachorganisation vereinigt, um eine alternative Perspektive zu aktuellen Fragen sowie zu sozialen und kulturellen Themen zu bieten. Das Ziel besteht darin, ein alternatives Medienzentrum zu schaffen, das Fernseh- und Rundfunksendungen produziert, Bücher herausgibt, Filme verleiht und sonstige Aufgaben wahrnimmt.

Ich könnte noch viele weitere Beispiele dieses bunten und lebendigen Sektors anführen. Wichtig erscheint mir ein öffentliches Bewusstsein zu schaffen. Denn das Potential dieses Mediensektors ist enorm. Das hat das Europäische Parlament in seinem Bericht über Bürgermedien besonders hervorgehoben. Dieser Bericht ist ein Appell an die Mitgliedsstaaten den Sektor ernst zu nehmen in seiner wichtigen Rolle für die Gesellschaft. Die Gemeinschaft der Europäischen Union hat nicht das Recht, die Medienpolitik der Mitgliedsstaaten zu bestimmen. Was wir als Europaparlament können: Aufmerksamkeit schaffen, auf Missstände hinweisen, die einzelnen Länder auffordern, aktiver zu werden.

Den Bürgermedien geht es finanziell schlecht. Einzig in den Niederlanden ist ihre Position etwas stärker, denn dort sind sie vom Gesetzgeber als lokale öffentlich-rechtliche Medien anerkannt und entsprechend gefördert.

Falsch wäre es zu glauben, dass hier eine weitere Gruppe um neues Steuergeld bittelt. Denn der Finanztopf für Medien ist in vielen europäischen Staaten ohnedies prall gefüllt. Allerdings gehen die staatlichen Rundfunkbeihilfen zu sehr großen Teilen an die Öffentlich-Rechtlichen Sender, die nicht minder lukrativen Presseförderungen an den kommerziellen Sektor. Für die Bürgermedien bleiben nur Peanuts.

Der Grund: Mit Medienförderungen sichern sich die Parteien Einfluss und das Wohlwollen der Meinungsmacher. Deshalb geben sie Steuergeld lieber an Massenmedien und nicht an solche, die kleine Zielgruppen mit gesellschaftspolitischen Anliegen von Relevanz ansprechen.

Das ist eine Schande. Hier muss und wird sich etwas ändern. Denn die fortschreitende Individualisierung unserer Gesellschaft stärkt die Rolle der Bürgermedien. Massenmedien verlieren stetig an Glaubwürdigkeit. Bürgerinitiativen im Netz werden hingegen zunehmend beliebter. Die Zukunft gehört den Bürgermedien. Und das ist gut so.

Autorin

Karin Resetarits ist Mitglied der liberalen Fraktion im Europäischen Parlament. Die gebürtige Österreicherin arbeitete 23 Jahre als Journalistin für den ORF. In der Europapolitik hat sie sich auf die Bereiche Medien, Bildung und Kultur spezialisiert. Im September 2008 nahm das Europaparlament ihren Initiativbericht »Bürgermedien in Europa« mit großer Mehrheit an.

Kontakt:

kresetarits@europarl.eu.int

Redaktion Newsletter

Stiftung MITARBEIT

Wegweiser Bürgergesellschaft

Redaktion Newsletter

Bornheimer Str. 37

53111 Bonn

E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de