

wachsenden Protest einer Bevölkerung, die sich um die Früchte ihres blutigen Aufstands betrogen fühlt.

Der Frontrat von Scornicești erörterte auf einer seiner Sitzungen die Frage, ob Ceaușescu tatsächlich dort zur Welt kam oder nicht doch anderswo. Auf jeden Fall möchten die neuen Herren einen Strich unter die ruhmlose Vergangenheit ihrer Gemeinde ziehen.

Scornicești soll demnächst umgetauft werden, in Libertate – Freiheit.

USA

Geblendet vom Weißen Haus

Die Medien sind zahm geworden, der früher berühmte amerikanische Enthüllungsjournalismus ist nicht mehr gefragt.

Die Invasion lief nach Plan, die US-Fernsehanstalten berichteten live. Als amerikanische Truppen im Dezember 1989 das Armenviertel El Chorrillo in Panama-Stadt einäscherten, konnte sich das Fernsehvolk zu Hause an den patriotischen Sprüchen der TV-Journalisten erbauen.

Wie schon 1983 bei der Invasion der Karibikinsel Grenada oder auch beim Bombenangriff auf den Obersten Gaddafi 1986 verloren die US-Moderatoren jede Balance. Auf dem CBS-Kanal trauerte Moderator Dan Rather um „unsere gefallenen Helden“, andere Starjournalisten fieberten der Gefangennahme des Panama-Unholds Manuel („Antonio“) Noriega entgegen.

„Wir haben ihn noch nicht“, enttäuschte NBC-Sprecher Tom Brokaw seine TV-Gemeinde. „Glauben Sie, wir werden ihn finden?“ fragte auf CNN Mary Anne Loughlin ängstlich einen Interviewpartner.

Während Medien in Lateinamerika, Kanada und Europa Zweifel an Sinn und Rechtmäßigkeit des Bush-Krieges am Panamakanal äußerten, strahlte das heimische Fernsehen fast ausnahmslos stramme Bekenntnisse zu Präsident und Militär in Amerikas Wohnzimmer. „Wir gegen Noriega“, lautete die Devise; unkritisch übernahmen die Sender das Vokabular der Krieger.

Damit bestätigten die US-Medien inzwischen laut gewordene Anklagen, daß sie ihrem journalistischen Auftrag nicht mehr nachkommen und sich weit von der kritischen Berichterstattung der siebziger Jahre entfernt haben. Nicht nur der gebotene Abstand zur Macht ist dabei geschwunden, auch die Meinungsvielfalt in den USA ist geschrumpft.

Verblüfft meinte etwa der Herausgeber der Provinzzeitung *The Idahoan*, James Shelledy, schon 1988 nach einer Reise durch die Sowjetunion, seit Glasnost hätten Sowjetjournalisten „mehr Bewegungsfreiheit beim Schreiben als ihre amerikanischen Kollegen“. Auch sei das sowjetische Produkt „analytischer“, weniger auf Harmonie mit den Regierenden bedacht.

Daß der stolze amerikanische Journalismus, der in der progressiven Ära vor dem Ersten Weltkrieg durch seine Kritik eine Welle der Reformen eingeleitet und 1974 gar den Präsidenten Richard Nixon gefällt hatte, zu einem Schoßhündchen ohne Biß geworden ist, beklagte beim Blick auf die Hofbe-

AAVALON^Q

Das Qualitätsbündnis ausgewählter
Fachhändler für anspruchsvolle
Datenkommunikations-Systeme.



Ein mythischer Name wird zu einem neuen Symbol. Für DV-Konzepte auf höchstem Qualitätsniveau. Bundesweit.



Präsident Bush, Außenminister Baker (l.), Medienvertreter: „In die Knie“

Essen (02 01) 79 00 95

Hamburg, Kiel (0 40) 23 60 03-0

Karlsruhe, Freiburg (07 21) 55 80 04

Ludwigsburg (0 71 41) 2 17 65

München (0 89) 27 29 18-00

Nürnberg (0 911) 32 76 66

Reutlingen (0 71 21) 27 00 91

Ulm (0 731) 2 69 32

Zentrale Deutschland (0 89) 27 29 18-01

AAVALON^Q

GROSSE UND STARKE HERREN

Länge bis 2.20 m, Taille bis 170 cm



Modische Übergrößen!
Eine internationale Kollektion für
Freizeit und Beruf.
Kostenlose Informationsmappe
auf Anfrage erhältlich.

HIGH & MIGHTY
Kleidung für große
und starke Herren

Düsseldorf:
Bahnstraße 40, Tel. 0211-323598
Hamburg:
Ballindamm 2, Tel. 040-327663
Frankfurt/Main:
Große Friedbergerstraße 37, Tel. 069-283240
Stuttgart:
Schwabenzentrum, Eberhardstraße 3, Tel. 0711-233857
Nürnberg:
Dr. Kurt Schumacherstraße 21, Tel. 0911-241690
Münster:
Aegidijmarkt 7, Tel. 0251-51323

AUSLAND

richterstattung der Reagan-Ära auch der angesehene Enthüllungsjournalist Seymour Hersh.

Hatte Nixons hochkorrupter Vizepräsident Spiro Agnew die Washingtoner Journalisten – in einer Formulierung des Journalisten William Safire – noch als „nörgelnde Nabobs des Negativismus“ beschimpft, weil sie wie ein Rudel Wölfe um das Weiße Haus kreisten, kam der Medienkritiker Mark Hertsgaard 1988 in einer Analyse der amerikanischen Presselandschaft zu dem beklemmenden Schluß, Washingtons Pressekorps sei vor der Präsidentschaft Reagans „in die Knie gegangen“.

Robert Parry, heute *Newsweek*, zog sich den Unmut der Regierung Reagan zu, als er zusammen mit seinem Partner Brian Barger für die Nachrichtenagentur Associated Press die Contra-Verbindungen des Oberstleutnants Oliver North in Zentralamerika aufdeckte. Watergate und Iran-Contra, „das ist ein Unterschied wie Tag und Nacht“, klagt Parry. Denn damals „haben wir die offiziellen Verlautbarungen aus Regierungskreisen hinterfragt“. Jetzt, spottet er, „sind dem Washingtoner Pressekorps die Barbecue-Partys im Weißen Haus wichtiger“.

Marvin Kalb, ehemals Moskauer Korrespondent der Fernsehanstalt CBS, heute Professor für Journalistik an der Harvard-Universität, glaubt zwar, daß die US-Medien bei der Berichterstattung über die osteuropäischen Revolutionen und den Aufstand auf dem Tiananmen-Platz in Peking „hervorragende Arbeit“ geleistet hätten, räumt aber ein, „daß die Medien sich während der Reagan-Präsidentschaft vom Glanz des Weißen Hauses blenden ließen“. Kalb schiebt die Schuld daran nicht nur den Journalisten zu. Er vermutet, nach Vietnam und Watergate, Ölkrisen und Inflation habe Amerikas Öffentlichkeit vor allem eines verlangt: Ruhe.

Einer, der den Zeitgeist spürte, war Benjamin Bradlee, Chefredakteur der *Washington Post*. Als ihn Watergate-Starreporter Bob Woodward im März 1982 über den damals noch geheimen Krieg der Reagan-Administration gegen die Sandinisten unterrichtete, riet Bradlee zu Vorsicht. Woodward zufolge „erinnerte er behutsam daran, daß sich das politische Klima seit den siebziger Jahren sehr verändert habe“.

Anders als der auf Konfrontation mit den Medien versessene Nixon umgarnte der Charmeur Reagan die Washingtoner Journalisten. Unter Anleitung des PR-Magiers Michael Deaver sei im Weißen Haus ein regelrechter „Propaganda-Apparat“ aufgebaut worden, meint der ehemalige Enthüllungsreporter des *Wall Street Journal* Jonathan Kwitny. Geschickt manipulierten Deavers Leute den Geltungsdrang der Medien-Meute, taguein, tagaus verfütterten sie die offi-

zielle „Lösung des Tages“ an die Journalisten.

Reagans Rückzug aufs kalifornische Altenteil brachte keine Besserung, „im Gegenteil“, so Jeff Cohen, Chef der Gruppe Fairness and Accuracy in Reporting (Fair). Am Werk sei ein überwiegend zahmer Journalismus. Laut Cohen prägt Kritiklosigkeit bisher auch die Berichterstattung über George Bushs Präsidentschaft. „Wegen seines gemäßigt-konservativen Images“ sei der neue Präsident den Journalisten weniger unheimlich als der Vorgänger.

Wie domestiziert die US-Medien sind, hat sich nach Ansicht ihrer Kritiker am eindrucklichsten während des Iran-Contra-Skandals gezeigt. Aber sie verschleißen auch andere große Skandale der Reagan-Jahre wie die Ausplünderung der Sparkassen oder den Korruptionssumpf im Wohnungsbauministerium. Seymour Hersh zur Iran-Contra-Affäre: „Es bedurfte einer Zeitung in Beirut, um die Story ans Tageslicht zu befördern und Ronald Reagans Teflon-Schutz zu knacken.“

Zum Verhängnis wurde den Washingtoner Medienschaffenden die allzu große Nähe zur Macht. Ein Journalist sollte einen Politiker „nur von oben herab“ anschauen, hatte der legendäre Publizist H. L. Mencken einst die Zunft gemahnt; während der Reagan-Ära aber blickte sie durchweg auf zu den Mächtigen.

Aus gutem Grund: Wer in Washington journalistische Karriere machen möchte, braucht mehr denn je „access“, Zugang. Den aber garantiert nur journalistisches Wohlverhalten. Enthüllungsgeschichten, die offiziellen Verlautbarungen widersprechen, enden nicht selten damit, daß der Verfasser von Insidern und Mächtigen geschnitten wird, womit sein Wert innerhalb der Medienhierarchie sinkt.

Risikoloser ist, das fertig servierte Wissen eines Regierungsmitglieds zu übernehmen, dessen Identität zu seinem Schutz verschleiert bleibt. So füllten sich im Verlauf des Jahrzehnts die Spalten der *Washington Post* und der *New York Times* mit ungenannten „Regierungs-offiziellen“, die etwas von Nicaragua oder Libyen, Iran oder Angola zu sagen hatten.

Beim Lügen ließen sie sich, weil anonym, nicht ertappen, und ihre Informationen nachzuprüfen war meist unmöglich. Es war ein guter Deal für alle Beteiligten: Die Journalisten durften sich über ihren Zugang freuen, die schattenhaften Informanten darüber, daß sie die Medien an der Leine hatten. Verlierer waren die Leser und Fernsehzuschauer.

Zu „Stenografen der Macht“ hätten sich die Washingtoner Journalisten degradieren lassen, klagt Jeff Cohen von Fair. Hodding Carter, unter Präsident Jimmy Carter Sprecher des Außenministeriums, beschuldigt die Stars der Washingtoner Medienszene, sie bieder-

ten sich „bei den Reichen und Mächtigen“ an.

Wozu solch intimer Umgang führen kann, zeigte zuletzt die Berichterstattung über die Intervention in Panama. Brav nahmen vornehmlich die Fernsehsender dem Pentagon jeden Unsinn ab; allabendlich flimmerte der flüchtige Noriega als Voodoo-Meister, in dessen Gemächern gar ein Zentner Kokain herumlag, durch Amerikas Wohnstuben.

Daß sich der Koks als verschimmelnde Maispfannkuchen entpuppt hatte, wurde Tage später zwar gemeldet, die Märchen vom Kanal aber waren längst folkloristisches Allgemeingut. Noriega war zum Dämon geworden. Als Jeff Cohen während der Invasion bei CBS anfragte, warum der Sender keine kritischen Stimmen zu Wort kommen lasse, bedeutete ihm ein CBS-Produzent, solange US-Truppen im Kampf ständen und stürben, „sei nicht die Zeit für kritische Kommentare“.

Das patriotische Trommelfeuer auf allen Kanälen war ein unbestreitbarer Erfolg – für George Bush. Neun von zehn Amerikanern befürworteten die Invasion, ein Ausbruch von Nationalismus, über den die kanadische Zeitung *Toronto Globe and Mail* pikiert urteilte, er sei „absonderlich“, den „meisten Amerikanern aber kaum bewußt“.

Dafür verantwortlich war nach Meinung des Medienberaters Robert Squier vor allem eine vom Pentagon zensierte TV-Berichterstattung. „Dem Fernsehen nach zu schließen war das Abspielen von Rock'n'Roll das Gewalttätigste, was die amerikanischen Truppen in Panama gemacht haben“, wunderte sich der Profi Squier.

Wer nach abweichenden Meinungen suchte, mußte ausländische Medien lesen oder kleine US-Blätter wie die Wochenzeitschrift *The Nation*, die allerdings im Zeitungsladen an der Ecke nicht zu kaufen sind.

Ein niederschmetterndes Beispiel publizistischer Einförmigkeit belegte der amerikanische Linguist und Medienkritiker Noam Chomsky, nachdem er vom Januar bis zum März 1986 in der *Washington Post* und der *New York Times* erschienene Leitartikel und Gastkommentare über die amerikanische Nicaragua-Politik ausgewertet hatte. Unter 85 Kommentaren fand Chomsky keinen einzigen, der sich gegen jede Form amerikanischer Intervention ausgesprochen hätte.

Damit sie bei den Werbeeinnahmen nicht zu kurz kommen, haben nach dem Fernsehen, wo seit langem der Trend



Watergate-Enthüller Bernstein, Woodward: Zu Vorsicht geraten



Zurückgetretener Nixon 1974
Von den Medien gefällt

zum „Infotainment“ herrscht (Medienjargon für Information plus Entertainment), auch die Printmedien auf Unterhaltung, Lifestyle-Berichte und Sport gesetzt – allemal billiger zu produzieren als politische Storys und überdies gefragtere Werbeträger. Vorangetrieben wird die Verengung der Meinungsvielfalt durch einen unablässigen Konzentrationsprozeß. „80 Prozent der Tageszeitungen“, klagt Jonathan Kwitny, „sind im Besitz von Zeitungsketten, geleitet von Managern, die konservative Politiker favorisieren.“

Alle drei großen Fernsehanstalten wechselten in den achtziger Jahren den Besitzer. Früher, sagt Marvin Kalb, sei das amerikanische Fernsehen „mehr dem Dienst an der Öffentlichkeit verpflichtet gewesen“. Jetzt regieren die Konzernbuchhalter. ABC wurde von der

Medienfirma Capital Cities Communications aufgekauft, CBS vom New Yorker Investor Laurence Tisch, NBC wurde von dem Rüstungs- und Elektronikgiganten General Electric übernommen.

Unternehmerisches Kalb hat längst journalistische Kultur durchsetzt: „Niemand redet über den Journalismus, alle reden übers Geschäft“, spottet Kwitny. Verwundert notierte etwa die *New York Times* 1985 über das Jahrestreffen amerikanischer Zeitungs- bossen, die gewohnten Reibereien zwischen Redaktionen und Verlagen seien verschwunden, weil „die Rolle des Chefredakteurs nun unternehmerische Funktionen wie strategische Planung und Marketing mit einschließt“.

Zumindest die journalistische Elite Washingtons begab sich freudig in die Hände der Geldmänner aus der Wirtschaft. Ihre Orientierung, so das Fazit von John Herbers, bis 1988 Korrespondent der *New York Times* in der Hauptstadt, „wandelte sich von Beginn der siebziger Jahre an – weg vom Populismus und der Mittelklasse und hin zur Geldelite“, eine Wende, die laut Herbers „in den achtziger Jahren richtig sichtbar“ wurde.

Berühmte Fernsehjournalisten verdienen mittlerweile weit über eine Million Dollar pro Jahr, schreibende Journalisten in großen Medienorganisationen oft über 100 000 Dollar, Starkolumnisten ein Vielfaches. Wer sich einen Stammplatz bei einer Polit-Talkshow im Fernsehen ergattert, hat sein Glück gemacht, da steigender Bekanntheitswert Einladungen zu hochdotierten Reden sichert.

So verlangt und erhält der ultrakonservative Kolumnist und Talkshow-Gastgeber Patrick Buchanan pro Rede 10 000 Dollar. Mindestens 20 solcher Vorträge hält der umtriebige Mann im Jahr. *New York Times*-Kolumnist William Safire bekam für einen Vortrag vor Vertretern der Elektrizitätswirtschaft 18 000 Dollar, *Time*-Kolumnist Hugh Sidey doziert für 10 000 Dollar.

Daß die Nebenverdienste Zweifel an ihrer Integrität wecken, ficht die Medien-Rastellis nicht an. Sie sind zum Nachteil des amerikanischen Journalismus von Outsiders zu Insidern geworden.

Er bete, sagt Professor Kalb, „daß die amerikanischen Medien zu ihrer früheren Skepsis und Kraft zurückfinden“. Kalb ist noch optimistisch; andere sind es nicht. Ein Kolumnist, der seit langem in Washington arbeitet: „Der ganze Haufen taugt nichts mehr.“