

Lewinsky ist kein Politi

USA • Die Midterm Elections machten klar: Die Lewinsky-Hatz der US-Presse widersprach dem öffentlichen Interesse und hat das Vertrauen in die Medien nachhaltig beschädigt. Haben die Journalisten aus ihrem Verhalten gelernt?

VON TORSTEN ENGELBRECHT

Wie konnten so viele von uns Politik-Journalisten überhören, wie die Dampflok der Demokraten doch noch die Kurve kriegte?« fragte Laura Ingraham am 8. November in der *Washington Post*, fünf Tage nach den amerikanischen Kongreß- und Gouverneurswahlen (Midterm Elections). »Wahrscheinlich weil wir Journalisten nur mit Politikern und Journalistenkollegen reden, anstatt den Wählern zuzuhören«, so ihre Antwort.

Ingraham, die für die Republikaner einen Zugewinn an dreizehn Sitzen vorhergesagt hatte, trifft mit Ihrer Frage ins Mark der Konservativen und der US-Presse. Denn der Ausgang der Zwischenwahlen kommt für beide Gruppen einer schallenden Ohrfeige gleich.

Kurz vor den Wahlen am 3. November hatte der (kurz nach den Wahlen zurückgetretene) ehemalige Vorsitzende des Abgeordnetenhauses, der Republikaner Newt Gingrich, getönt, seine »Grand Old Party« (GOP) werde mindestens 40 Sitze dazugewinnen. Stattdessen konnten die Demokraten im Repräsentantenhaus ihre Sitzzahl um vier vermehren. Im Senat blieb die Sitz-

verteilung unverändert. Spektakulär: der Sieg des Demokraten Charles Schumer in New York »in one of the nation's tightest campaigns for U.S. Senate« (*USAToday*, 26. Oktober) und die Rückeroberung des »Kronjuwels« Kalifornien durch die Demokraten bei den Gouverneurswahlen nach 16 Jahren.

Wahlen von historischem Rang, denn zum ersten Mal nach Thomas D. Roosevelt vor 64 Jahren die Partei eines regierenden Präsidenten bei Midterm Elections ohne Verluste blieb.

Noch kurz vor dem Urnengang ließ »Napoleon« Gingrich (*Die Zeit*, 12. November) in Zehn-Millionen-Dollar-Werbepots das Wahlvolk zur Bestrafung des sündigen Präsidenten aufrufen. Doch der blinde Haß auf »Slick Willy« und das Herumreiten auf der Lewinsky-Affäre gerieten zum Bumerang.

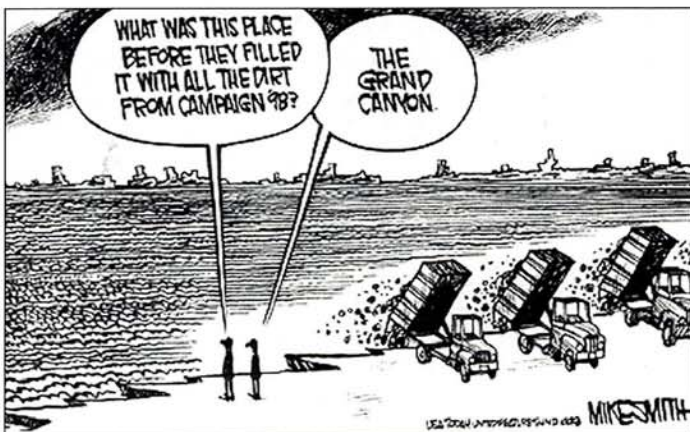
Genau wie die Republikaner verrannten sich amerikanische Journalisten in der Lewinsky-Affäre. Natürlich hat Gingrich mit seinem Kommentar zur Wahlschlappe unrecht, »die Hatz der Medien auf die Lewinsky-Affäre und das mögli-

che Amtsenthebungsverfahren (hätte) die Wahl-Message der Republikaner« verdeckt (*Washington Post* vom 5. November). Wie auch? »Wir hatten außer Clinton-Skandalen kein Wahlprogramm zu bieten«, sinnierte Pennsylvanias Senator Rick Santorum (*Focus* 46/98).

Richtig ist, daß sich den US-Medien durch ihre Monica-Lewinsky-Fixierung der Blick für die Realitäten verschloß. Sie publizierten an der Öffentlichkeit vorbei – wider besseres Wissen, denn »public sentiment was clear from the beginning: Do not impeach the president« (*New York Times*, 5. November):

- Am 14. September lag Clintons Beliebtheitswert bei 63 Prozent, also um drei Punkte höher als einen Tag vor Veröffentlichung des Starr-Reports am 11. September (*USAToday*, 15. September);
- Einer *USAToday/CNN/Gallup-Umfrage* zufolge waren mehr als zwei Drittel der Amerikaner der Meinung, Clinton solle seine Amtszeit beenden (*USAToday*, 17. September).
- Für nur fünf Prozent der US-Bürger spielte das Clinton-Lewinsky-Thema bei ihrer Wahlentscheidung eine Rolle (*Washington Post*, 5. November).
- 75 Prozent der Amerikaner sind dafür, das Impeachment zu beenden (*Los Angeles Times*, 5. November).

Und trotzdem: Am 17. September meinten mittlerweile »115 Newspapers – unter ihnen bedeutende Stimmen wie die *Chicago Tribune*, *The Philadelphia Inquirer*, die *Atlanta Journal-Constitution*, *The Denver Post* und *The Des Moines Register*, ebenso wie *USAToday* – es sei Zeit für Clinton, abzutreten«, beschreibt Martha T. Moore die Situation (*USAToday*, 17. September). Ende September waren es sogar 181, plus 1.500 außerhalb Amerikas. Dabei lieferten »die sexuellen Details des Reports die Munition für die Editorials, die die sofortige Beendigung von Clintons Präsidentschaft forderten (James Boylan im *Columbia Journalism Review* (CJR), 11/12 1998).



Karikatur: Mike Smith; aus: Las Vegas Sun vom 5. November 1998 (Quelle: <http://www.usatoday.com> vom 5. November 1998).

»Was war das hier vorher für ein Ort, bevor sie den ganzen Dreck der Wahlkampagne '98 hier reingeschüttet haben?«
»Der Grand Canyon.«

k-Ersatz

Zum Vergleich: »Die Editorials, die den Rücktritt Richard Nixons (November 1973) forderten«, so Boylan, »kamen zu einem wesentlich späteren Zeitpunkt (...), nachdem Nixon, in den Worten von *Time*, einen weithin anerkannten 'point of no return' erreicht hatte. Damals trug die Presse dazu bei, einen öffentlichen Konsens herzustellen – anstatt einen eigens gewünschten erzwingen zu wollen« (*CJR*, 11/12 1998).

»Warum will die Presse Clintons Skalp, die Öffentlichkeit hingegen nicht?« fragt Moore. Existentielle Ängste sind hier die jeweils treibende Kraft. »Während ein Rücktritt des Präsidenten für das Land starke Unruhe bedeutet«, so Moore, »lassen die Medien solche Turbulenzen kalt. They cover it, even thrive on it, daily«. »In a certain sense, we get paid to be outraged«, gesteht Don Wycliff von der *Chicago Tribune* (*USA Today*, vom 17. September).

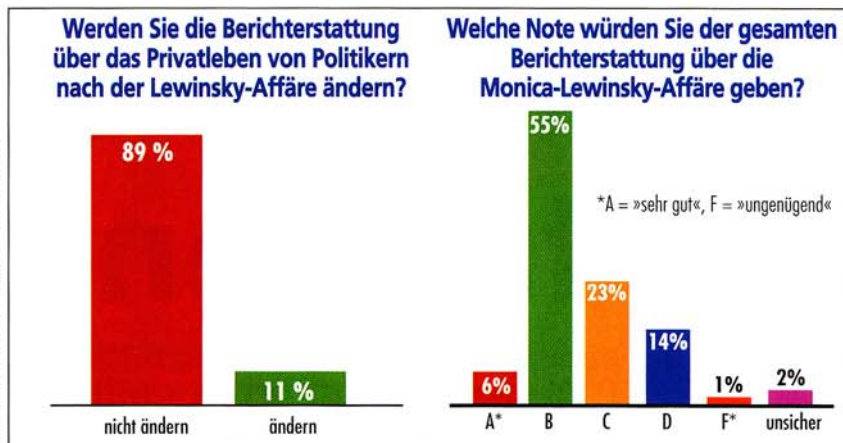
Die Zwischenwahlen brachten auch die lautesten Rücktritts-Schreihälse zur Besinnung. »There's room to argue whether the president broke the law or artfully skirted it«, philosophiert *USA Today* am 19. November. Und weiter: »If there's one truth in recent political history it is that the voters are weary of blind partisanship.«

Die *Chicago Tribune* (5. November) bemüht Ex-Präsident Gerald Ford mit dessen Worten, man solle das Amtsenthebungsverfahren gegen Clinton durch eine öffentliche Rüge ersetzen.

Bill Press von der *Los Angeles Times* (19. November) schluckt: »Wir können ihre (Monica Lewinskys) Stimme auf den Tapes hören. Wir können uns auf ihr Buch und Interviews freuen. Und dann können wir alle nach draußen gehen – und uns übergeben!«.

Die Veröffentlichung des 22-Stunden-Talks zwischen Monica Samille Lewinsky und Linda Tripp im Originalton am 17. November, über deren Inhalte Clinton in den zehn Monaten zuvor fast gestolpert wäre, waren keine Schlagzeile mehr wert. »Für die meisten brachten die Tapes schlicht nichts Neues«, faßt James Bennet unspektakulär zusammen (*New York Times*, 18.

Grafik: SAGE & SCHREIBE. Quelle: Columbia Journalism Review



November). So wie das Zwölfstunden-Hearing mit Kenneth Starr vor dem Justizausschuß, das nur allgemeines Gähnen auslöste. »If boredom is sin, Starr is sinning like crazy«, beschreibt David Finkle sein Erlebnis am Bildschirm (*Philadelphia Inquirer*, 20. November). Rücktrittsforderungen? Keine Spur.

»Ich habe gesehen, wie Leute hinter seinem (Starrs) Rücken gegähnt haben«, weiß Cynthia Alksne von MSNBC (*Washington Post*, 20. November). Bereits »am frühen Nachmittag waren die drei großen Channels ABC, CBS und NBC in New York, Chicago, Los Angeles, New Orleans und anderen Städten zu Soaps und anderen Sendungen übergegangen« (*Washington Post*, 20. November). Channel Fox wollte die Übertragung bis zum Abend fortsetzen, »vorausgesetzt alle im Komitee seien dann noch wach« (*Washington Post*, 20. November).

Ihre Lernfähigkeit müssen die US-Medien aber noch beweisen. Eine Umfrage unter 125 Senior Journalists in den USA ergab (*CJR*, 11/12 1998):

- 48 Prozent waren der Ansicht, man habe sich bei der Berichterstattung korrekt verhalten (siehe Grafik).
- Sechs der zehn Senior Journalists gaben der Presse für ihre Berichterstattung beste Noten (6 Prozent: A (sehr gut); 55 Prozent: B) (siehe Grafik).
- Auf die Frage »Werden Sie nach dem Lewinsky-Skandal die Art und Weise, wie Sie über das Privatleben von öffentlichen Personen berichten, zukünftig ändern?« antworteten 89 Prozent der Journalisten mit »nein«.
- 52 Prozent stimmten darin überein, daß Leute, die ein öffentliches Amt bekleiden, das gnadenlose Herumstöbern der Presse in deren Privatleben zu akzeptieren hätten.

Die Lewinsky-Berichterstattung hat dem Vertrauen in die US-Medien arg geschadet. Was also könnte man tun? Dazu Ben Bradlee (*CJR*, 11/12 1998):

- »Hüte dich vor Stories, von denen du willst, daß sie wahr sind (...). Und hüte dich vor einer Kultur der leichtfertigen Nutzung unbekannter Quellen.«
- Auch wenn die Story 'really big' ist, hol' immer mindestens eine Gegenstimme ein. Ermutige Redakteure dazu, ihre Vorbehalte gegenüber Stories von anderen Journalisten vorzutragen sowie den Vorbehalten von anderen gegenüber ihren Stories Gehör zu schenken.«

Gefragt sind gut recherchierte Beiträge und Reportagen über die Alltagsorgen (»kitchen-table issues«) der Menschen. Die Leute wollen Personen, die *für*etwas stehen, »die sich für bessere Schulen, ein besseres Gesundheitssystem, größere soziale Sicherheit und das Recht auf Abtreibung einsetzen« (*Los Angeles Times*, 5. November). ■

Anzeige

DEVK Versicherungen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Engelbert Faßbender

Telefon: (02 21) 757-28 02

Telefax: (02 21) 757-22 29

Riehler Str. 190 · 50735 Köln

Internet:

<http://www.devk.de>

<http://www.mo-gang.de>

