

Der Schweinejournalismus

Man konnte zu Lügenpresse und Fake News keine Steigerung mehr erwarten. Man täuschte sich.

• Kurt W. Zimmermann

Die Anekdote handelt vom späteren US-Präsidenten Lyndon B. Johnson. Bei den Kongresswahlen wies er seine Berater an, sie sollten bei Journalisten das Gerücht streuen, sein Rivale habe Sex mit Schweinen.

«Sex mit Schweinen? Du weißt, dass das nicht stimmt», sagten die Berater.

«Klar, es ist nicht wahr», sagte Johnson, «aber ich will, dass der Kerl es dementiert.»

Der Mechanismus funktioniert bis heute.

Politische Widersacher setzen ein erfundenes Gerücht in die Welt. Die Medien stürzen sich auf die Story, ohne sie zu überprüfen.

Zuletzt erlebten wir das bei Donald Trump. Seine Gegner aus der Demokratischen Partei finanzierten ein Auftragspapier. Der anonyme Report behauptet, Trump habe sich in einem Moskauer Hotel mit pinkelnden Prostituierten vergnügt. «Honigfallen» nennt man solche Sex-Hinterhalte, die von Geheimdiensten arrangiert werden.

Es gab für die Story nicht den geringsten Beleg. Aber Trump musste dementieren.

Interessant daran war das Desinteresse der Journalisten an altertümlichen Fragen wie jener nach der Wahrheit. Das Pinkel-Pamphlet kursierte seit Monaten auf den Redaktionen. Kein Journalist konnte die Story verifizieren. Die meisten versuchten es nicht einmal.

Trotzdem brachte das Online-Portal BuzzFeed die Story mit den Prostituierten. Es tat es mit der perfekt-perversen Begründung der Branche. Man habe zwar selber grosse Zweifel, dass die Story wahr sei, aber im Sinne der Transparenz müsse die Welt davon erfahren.

Die Argumentation war ungefähr so dekadent, wie wenn eine Schweizer Zeitung geschrieben hätte, Bundespräsidentin Doris Leuthard treibe sich in Sadomaso-Salons herum. Man wisse zwar nicht, ob das stimme, aber es sei wichtig, dass man darüber rede.

Entspannte Perspektive

Doch Journalisten lieben solche Bigotterien. Nach der BuzzFeed-Publikation stürzten sie sich wie die Verrückten auf den Pinkel-Report. Das taten sie natürlich auch nur für das hehre Ziel der Transparenz. Die meisten erwähnten zumindest, dass die Story in keiner Weise belegt werden konnte.

Nur wenige taten so, als wüssten sie die reine Wahrheit. Zu den wenigen gehörte Christof Mürger, der Auslandchef des *Tages-Anzeigers*.

Über Donald Trump sagte er wörtlich: «In so eine Honigfalle ist er natürlich mit beiden Füßen hineingetrampelt.» Natürlich. Mit beiden Füßen. Aus dem Gerücht wurde die Tatsachenbehauptung.

Sagen wir mal so: Unter dem früheren Tamedia-Präsidenten Hans Heinrich Coninx hätte ein leitender Journalist nach einer solchen Fehlleistung den Stuhl räumen müssen. Zu seinem Glück interessiert sich Coninx-Nachfolger Pietro Supino weniger für journalistische Ethik, sondern mehr für Umsatzrenditen.

Nun kann man den *Tages-Anzeiger* aber auch verstehen. So verbissen wie kein anderes Schweizer Blatt hatte er politisch und publizistisch auf den Kandidaten Trump eingedroschen («Trump wird niemals Präsident, er hat nicht mal Aussenseiterchancen»). Hinterher waren Blamage und Frustration umso grösser. Seitdem nutzt die Redaktion logischerweise jede Chance, um zu beweisen, dass sie doch recht hatte.

Auch andere Blätter wie die *New York Times* und der *Spiegel* stecken in derselben Fallgrube. Auch sie hatten aus allen Rohren gegen Trump geschossen. Auch sie verloren. Auch sie sinnen nun täglich auf Rache und Rehabilitation.

Für uns Leser ergibt sich daraus eine entspannte Perspektive. Wir sind gut beraten, wenn wir in den nächsten vier Jahren am besten gar nichts glauben, was über den US-Präsidenten geschrieben wird.