

message

ARCHIV

Im MESSAGE-Archiv (Internet-Adresse www.message-online.com/arch.html) werden einzelne Beiträge aus der Zeitschrift im Original-Layout als PDF bereitgestellt.

Ältere Hefte können – sofern noch lieferbar – unter dieser Internet-Adresse bestellt werden: www.message-online.com/alte_hefte.html. Der Heftpreis beträgt 14,00 Euro, Versandkosten 3,00 Euro.

Sie haben abgerufen:

Globaler Alpha-Journalismus von Thomas Schuler

MESSAGE 1-2007, Seite 74 – 77

Globaler Alpha-

Der amerikanische Kolumnist Thomas Friedman ist nicht nur Meinungsschreiber. Er recherchiert umfassend – und verkörpert eine Spezies, die sich von niemandem etwas sagen lassen muss.

VON THOMAS SCHULER

Als der russische Präsident Wladimir Putin im September 2000 das erste Mal New York besuchte, gab Tom Brokaw, der Nachrichten-Ancor von NBC, Putin zu Ehren ein Dinner im Restaurant »21«. Die Gästeliste, auf der 20 klangvolle Namen standen, gibt einen interessanten Einblick in die Vorlieben von Brokaw und in die Hierarchie der amerikanischen Medienelite. Denn am Tisch saßen nicht nur Chefredakteure und Verleger wie Peter Kann, Joe Lelyveld oder David Remnick.

Mit Richard Cohen und Maureen Dowd waren auch zwei Kolumnisten der *Washington Post* und der *New York Times* in den exklusiven Kreis geladen, dazu Howell Raines, der Leiter der Meinungsseite der *New York Times*. Die Anwesenheit der Kolumnisten zeigt, wie sehr sich ihre Stellung von derjenigen der Leitartikler in Deutschland unterscheidet.

Drei Vorlieben

Der einflussreichste außenpolitische Kolumnist des Landes ist seit etwa 1995 Thomas L. Friedman, der von sich behauptet, er kuschle ungern mit den Mächtigen. Doch zu seinen Leidenschaften zählt neben der Politik und dem Journalismus auch das Golfspielen. Hin und wieder kann er alle drei Vorlieben verbinden, etwa als ihn Präsident Bill Clinton vor einigen Jahren zum Golfen einlud.

Zunächst überlegte er, ob er sich dieses Golfspiel leisten könne, ohne danach für alle Zeiten als »Freund des Präsidenten« zu gelten. Doch Friedman machte zur Bedingung, alles schreiben zu dürfen, was Clinton sagen würde. Die Berater des Präsidenten machten zur Bedingung, Clinton nicht wörtlich zu zitieren. Er dürfe dem Präsidenten kein Tonband vor den Mund halten. Die beiden spielten sechs Stunden

lang Golf. Nachher machte sich Friedman eifrig sechs Seiten Notizen, um darüber zu schreiben.

Wer Friedman nicht kennt, könnte vielleicht denken, er sei einer jener Journalisten, die Golf mit den Mächtigen dieser Welt spielen und hinterher geschmeichelt ein paar Zeilen darüber schreiben, um selbst wichtig zu erscheinen. Immerhin erweckt Friedman selbst diesen Eindruck. Denn die Idee zu

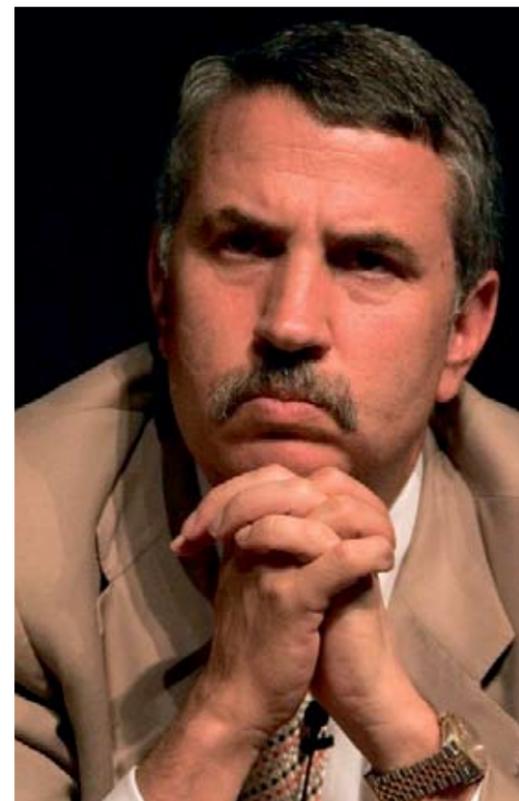


Foto: Charles Haynes

Er ist der Einflussreichste: Thomas L. Friedman

Journalismus

vielen Kolumnen wie auch zu seinem neuen Buch »The World Is Flat« kam ihm nach eigenem Bekunden auf dem Golfplatz. Das Buch ist 2005 in den USA erschienen und seitdem in den Bestsellerlisten. Allein in den USA wurden mehr als eine Million Exemplare verkauft. (Deutsche Ausgabe: »Die Welt ist flach«, Suhrkamp Verlag 2006.)

Friedman erzählt die Entstehung dieser Buchidee so: Als er 2004 für den Discovery Channel, den zum Verlag der New York Times gehörigen TV-Sender, in Indien recherchierte, fragten ihn seine Gesprächspartner in Bangalore, ob sie seine Steuererklärung anfertigen dürften. Irritiert erfuhr Friedman, dass diese Serviceleistung mittlerweile wie selbstverständlich via Internet von Indern für Amerikaner verrichtet werde.

Auf dem Golfplatz in Bangalore bestätigten ihm indische Unternehmer, der technische Fortschritt in der Computerindustrie und das Internet hätten dazu geführt, dass sich erste und dritte Welt annäherten. Mittlerweile würden selbst Expertenaufgaben wie das Beurteilen von Röntgenaufnahmen von amerikanischen Krankenhäusern über Nacht nach Indien vergeben

Es dauerte nicht lange, und Friedman deutete alles dies als eine neue Entwicklung der Globalisierung. Die Welt ist flach geworden. Mit dieser Erkenntnis schrieb Friedman sein Buch und tritt seitdem auf vielen Panels und in Talkshows auf.

Es klingt so leicht und beiläufig, wenn Friedman davon erzählt. Dahinter stecken jedoch viele Jahre harter Arbeit. Friedman ist ständig auf Reisen und recherchiert. Indien. Israel. Pakistan. Jordanien. Saudi-Arabien. Dazwischen Brasilien, China und Europa. Er ist kundig. Wenn Friedman über den Nahen Osten, über Juden, Araber und die Bedeutung des Öls für Politik und Wirtschaft schreibt, dann schreibt er nicht über Dinge, die er sich nur angelesen hat.

Ferien in Israel

Aufgewachsen in Minneapolis, Minnesota, als Sohn amerikanischer Juden, kam er erstmals 1968 in der zehnten Klasse nach Israel, weil seine Schwester in Tel Aviv studierte. Damals war er 15 Jahre alt. »Die

Reise sollte mein Leben verändern,« sagte er später. »Israel und der Nahe Osten berührten mich in ganz besonderer Weise, geistig wie seelisch.« Fortan war er »wie besessen von der Region«. Im selben Jahr fasste er den Entschluss, Journalist zu werden. Bis dahin hatte er geglaubt, er werde Golfprofi. Von nun an verbrachte er die Sommerferien in Israel, sog alles in sich auf und hielt zu Hause eifrig Diavorträge. »Ich war unerträglich. Als die Syrer in Damaskus dreizehn Juden festnahmen, trug ich wochenlang einen Button mit der Aufschrift ‚Freiheit für die 13 von Damaskus!‘«

Ungeschriebenes Gesetz

Nach der Schule belegte er Seminare in arabischer Sprache und Literatur, studierte in Kairo. Statt in Minneapolis spielte er nun in Gezira Golf. Sein Master's erwarb er sich in Politik und Geschichte des Nahen Ostens.

Er tat dies bei den Meistern der Materie im britischen Oxford. Damals schrieb er erste Zeitungsartikel. Nach dem Studium begann er 1978 in London als Reporter der Nachrichtenagentur UPI. Kurz davor war im Iran die Revolution ausgebrochen, die Ölversorgung der Welt war in Gefahr und UPI benötigte dringend einen Experten für das Thema Öl. Fortan kümmerte sich Friedman darum. 1979 schickte UPI ihn nach Beirut. 1981 wechselte er zur *New York Times*, die ihn nach elf Monaten in New York zurück nach Beirut schickte.

Damals galt als ungeschriebenes Gesetz seiner Zeitung, dass ein Jude nicht aus Jerusalem für das Blatt berichten dürfe. Es darf deshalb als besondere Auszeichnung seiner Arbeit in Beirut gesehen werden, dass ihn die *Times* 1984 nach Jerusalem schickte. Mit seinen Berichten gewann er in Beirut und Jerusalem jeweils einen Pulitzerpreis. Sein erstes Buch »Von Beirut nach Jerusalem« wurde ein Bestseller.

Friedman verlässt sich nicht aufs Telefon. Er verfügt über ein nahezu unbegrenztes Reisebudget, und er weiß das zu schätzen.

Zurück in New York wurde die ganze Welt sein Berichtsgebiet. Als Kolumnist und Buchautor widmete er sich der Globalisierung, die seiner Ansicht nach seit dem Ende des Kalten Krieges die Internationale Politik entscheidend prägt und erklärt. Mehr als der »Zusammenstoß der Kulturen«. Er entwarf die Golden-Arch-Theorie, wonach kein Land, in dem es McDonald's gibt, Krieg führt gegen ein anderes Land, in dem es McDonald's gibt. Sobald Länder einen Mittelstand haben, beginnen sie keine Kriege mehr, lautet seine These.

Nach dem Anschlag auf das World Trade Center war er monatelang unterwegs, um über Terror und den Nahen Osten zu berichten und gewann mit seinen

Die Faustregel lautet: Je größer und einflussreicher das Medium ist, desto weniger darf man vom Mainstream abweichen.

»Longitudes and Attitudes«, das seine Kolumnen um 9/11 versammelt, widmet er einen ganzen Absatz zehn seiner regelmäßigen Golfpartner, die ihm Informationen steckten.

Rasender Chefreporter

Seit dem deutschstämmigen Akademiker Walter Lippmann (1889 bis 1974) gab es in Amerika keinen Kolumnisten mehr, der national und international einen vergleichbaren Rang eingenommen hat. Sechs Jahrzehnte lang beschrieb und erklärte Lippmann das amerikanische Jahrhundert.

Friedman tut das Gleiche für das globale Jahrhundert und ist dabei hoch angesehen in Politik und Wirtschaft. Als außenpolitischer Kolumnist könnte er am Times Square in seinem Zimmer sitzen, stundenlang mit der ganzen Welt telefonieren und mittags und abends mit Präsidenten und Unternehmenschefs speisen. Er kann schreiben, was und worüber er will. Nicht einmal der Verleger – er sucht die Kolumnisten aus – kann ihm Themen vorgeben. Niemand schickt ihn auf Termine. Niemand drängt ihn ins Ausland.

Friedman jedoch verlässt sich nicht aufs Telefon. Er reist gerne. Er verfügt über ein nahezu unbegrenztes Reisebudget. Und er weiß das zu schätzen. Im Unterschied zu vielen anderen Kolumnisten und

Leitartiklern recherchiert Friedman vor Ort, als müsse er wie ein rasender Chefreporter aus allen Teilen der Welt berichten. Friedman beherrscht die knappe Form der Kolumne gleichermaßen wie den Essay oder die Buchform. Er versteht es, die Botschaft eines Buches in zwei, drei Sätzen wiederzugeben, sie auf einem Podium vorzutragen oder sie mit einem Beispiel und einem Slogan zu verbinden, die in den Köpfen hängen bleiben.

Geschmack der Masse

Durch seine Fernsehauftritte gehört Friedman längst zu den »celebrity journalists«, zu jenen Journalisten also, die berühmter sind als viele der Leute, über die sie berichten. Friedman tritt auf, als sei er ein Rockstar. Vor einem Jahr etwa kamen 1.700 Leute in ein Zelt in Aspen, Colorado, und zahlten jeweils 50 bis 75 Dollar Eintritt, um seine Erkenntnis zur »flachen Welt« zu hören. Welcher andere Journalist schafft das mit den Erkenntnissen seiner Recherchen? Die Gouverneure haben ihn als Gastredner ihres Sommertreffens eingeladen; *Playboy* hat ihn ausführlich interviewt. Bill Gates empfahl seinen Mitarbeitern Friedmans Buch, um die Welt zu verstehen. Ständig erhält er Einladungen, um vor den Belegschaften großer Firmen zu sprechen. Allein von diesen Honoraren könnte er bequem leben.

Eines sollte man allerdings nicht vergessen, wenn man von seinem Erfolg und Einfluss spricht. Es gibt im amerikanischen Journalismus eine einfache Faustregel: Je größer und einflussreicher das Medium ist, mit dem man seine Botschaften unter Volk bringen kann, desto weniger darf man vom Mainstream, den Normen der Gesellschaft und den Vorgaben der amerikanischen Politik abweichen. Revolution findet in Mainstream-Medien nicht statt, revolutionäre Gedanken schlagen sich allenfalls in alternativen Publikationen nieder.

Was ist Mainstream? Von der *New York Times* aus gesehen, ist Fernsehen Mainstream. Von der alternativen *Village Voice* aus gesehen zählt zweifelsohne auch die *New York Times* zum Mainstream.

Kolumnisten sind Mainstream und den Normen und dem Geschmack der Masse unterworfen. Dass sie diese Normen achten und der Masse aus der Seele schreiben, bestätigt sie in deren Augen als Leitfiguren, die aussprechen, was Amerikaner fühlen und denken. Hierin liegen vermutlich der Kern ihres Erfolges und das Fundament ihrer Popularität. Hier liegt auch ihr

größter Konflikt: Ihr Einfluss ist begrenzt. Sie mögen die Meinungen der Amerikaner artikulieren, ändern werden sie ihr Land nicht.

Friedman indessen redet niemandem nach dem Mund: Von allen Kolumnisten der *New York Times* erhält er die meisten Hassbriefe, obwohl er kaum über naheliegende lokale Dinge schreibt, auf die Menschen normalerweise am heftigsten reagieren. Er ist ein Reizautor. Auch das gehört zu seinem Markenzeichen.

Auch im Ausland stößt Friedman auf Kritik – weil er sich für den Krieg im Irak aussprach. Oder weil er manchmal klingelt, als erkläre er die Globalisierung nicht nur, sondern propagiere sie geradezu. Was den Irakkrieg betrifft, gehört er zu den Journalisten, die ihre Meinung mittlerweile geändert haben. Nicht, weil er nun gegen den Einsatz von Gewalt ist. Sondern weil Bush den Krieg nicht gewinnt.

Bei diesem Thema macht Friedman nicht immer eine glückliche Figur: Seit Monaten schon behauptet er immer wieder aufs Neue: Nun trete die Situation im Irak in eine Phase, in der sich das Schicksal des Landes und des Militäreinsatzes entscheide. Einige Wochen später behauptet er dies erneut. Doch obwohl Friedmans Prognosen im Fall Irak daneben liegen, beruhen seine Kolumnen meist auf genauen Recherchen und nachvollziehbaren Analysen.

Wichtiges Ideenzentrum

Er ist nicht der einzige Kolumnist, der Recherche hohen Wert beimisst: Der ehemalige langjährige Chefredakteur der Meinungsseiten des *Wall Street Journal*, Robert Bartley, entwarf und propagierte in seiner Zeitung die an Nachfrage orientierte Wirtschaftspolitik, die Präsident Ronald Reagan umsetzte. Dass Bartley eine Vorliebe für die Republikaner hegt, ist seit den 60er-Jahren und seinen Jubeltexten über Richard Nixon kein Geheimnis.

Der frühere republikanische Fraktionsführer im Kongress, Newt Gingrich, hat über Bartley einmal gesagt, dessen Kommentarseiten seien »das wichtigste Zentrum für Ideen der gesamten konservativen Bewegung und der Wirtschaft«. Bartley scheute sich auch nicht, auf seiner Seite Kolumnen zu veröffentlichen, die Recherchen der Reporter seiner eigenen Zeitung zu widerlegen versuchten.

Enthüllungen, beispielsweise über die Vereinten Nationen, präsentierten auch A. M. Rosenthal, der

ehemalige Chefredakteur der *New York Times*, und zuvor Jack Anderson, der mit seinen investigativen Kolumnen unter dem Titel »Washington Merry-Go-Round« 1973 den Pulitzerpreis gewann. Anderson beschäftigte eigene Rechercheure und Autoren für seine Kolumnen, die in rund tausend Zeitungen abgedruckt wurden.

Weltweite Agendasetzung

Zurück zu Friedman: Er verdankt Stellung und Einfluss auch der sich verändernden Medienlandschaft. Er publiziert in der führenden Zeitung Amerikas, die durch die globale Präsenz der von der New York Times Company herausgegebenen *International Herald Tribune* und das Internet auch weltweit Themen setzt.

Während das *Wall Street Journal* im Internet seit Jahren nur gegen Bezahlung zu lesen ist, offerierte die *New York Times* ihre

Texte bislang kostenlos. Seit gut einem Jahr allerdings verlangt die *New York Times*

eine Gebühr von 49 Dollar für die Artikel der acht Kolumnisten. Das ist nicht viel Geld. Aber die *New York Times* ist die einzige Zeitung, die mit den Einschätzungen ihrer Kolumnisten Geld verdient.

Friedman wurde sein eigener Beleg für seine These, die Globalisierung beherrsche die Welt. Indem die *New York Times* zur Alphazzeitung der Welt wurde, avancierte Friedman zum globalen Alpha-Journalisten. ■

Von allen Times-Kolumnisten erhält Friedman die meisten Hassbriefe. Er ist ein Reizautor. Auch das gehört zu seinem Markenzeichen.

Literatur und Quellen:

- ▶ Brophy, Beth: The Journalist as Globalist, US News, 31.10.2005
- ▶ Diamond, Edwin: Behind the Times, Chicago, 1993
- ▶ Friedman, Thomas L.: Globalisierung verstehen, München, 2000
- ▶ Friedman, Thomas L.: Longitudes and Attitudes, New York, 2002
- ▶ Friedman, Thomas L.: Von Beirut nach Jerusalem, München, 1994
- ▶ Friedman, Thomas L.: Die Welt ist flach, Frankfurt, 2006
- ▶ Fox, Justin: Rockin' in the Flat World, Fortune, 6.9.2005
- ▶ Halberstam, David: The Powers that Be, New York, 1979
- ▶ Kurtz, Howard: Media Circus, New York, 1993

Thomas Schuler ist freier Journalist und Autor des Buches »Die Mohns – die Familie hinter Bertelsmann«.

