7. April 2004

medien heft

"Air America" – heisse Luft oder Gegenöffentlichkeit?

Neues liberales Talkradio im Äther

Gerti Schön

Erfunden wurde das politische Talkradio von konservativer Seite aus Unmut vor einer vermeintlich liberalen Unterwanderung der amerikanischen Medienlandschaft. Heute können die wortgewaltigen Stimmungsmacher aus dem rechten Lager einen regen Zulauf an Hörern verzeichnen. Im Jahr des Wahlkampfs um die Präsidentschaft wollen die Demokraten nun zur Gegenstrategie ansetzen. Letzte Woche ging ein neues liberales Talkradio auf Sendung, das die rechten Populisten mit den eigenen Waffen schlagen will.

Es war ein bisschen peinlich, und obwohl er wenig Gelegenheit dazu hatte, war ersichtlich, dass Al Gore nicht wusste, was er sagen sollte. Al Franken, der Star des in der vergangenen Woche aus der Taufe gehobenen ersten liberalen Talkradios der USA, "Air America", sass im Studio mit Michael Moore und nötigte den profilierten linken Filmemacher, sich am Telefon bei Al Gore zu entschuldigen. Moore hatte im Präsidentschaftswahlkampf gegen George W. Bush vor vier Jahren den grünen Politiker Ralph Nader unterstützt, was den Demokraten wiederum wichtige Stimmen entzogen hatte. Die demokratische Partei hat es nie verwunden, dass die Kandidatur von Nader dem Demokraten Al Gore letztlich den Wahlsieg gekostet hatte. "Wenn du nach New York kommst, werfen wir eine Riesenparty für dich", versprach Moore schliesslich dem sich am Telefon windenden Al Gore, und dieser wünschte dem Sender am Ende brav alles Gute. "Na, so schlimm war es doch nicht", sagte Al Franken väterlich zu Moore, als der andere Al aufgelegt hatte, während Moore noch immer ungebremst davon redete, dass er zum Schluss wirklich versucht habe, Nader aufzuhalten. Es ist ja nicht nötig, dass im Gespräch zwischen zwei Talkstars beide zuhören. Dafür hat man ja ein Publikum.

Impressum
Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594
Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier
Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich
Telefon: ++41 (0)1 299 33 11, Fax: ++41 (0)1 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch
kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

Liberale versus Konservative versus Liberale

Die Idee, Geld für ein liberales Talkradio aufzutreiben, war im vergangenen Jahr entstanden, als die Diskussion um die Politisierung der Medien auf dem Höhepunkt angelangt war. Eine Riege wutentbrannter Konservativer warf "den Medien" – also vom "Network"-Fernsehen bis hin zur "New York Times" – vor, von liberalen Journalisten durchdrungen zu sein und die andere Seite zu vernachlässigen. Und die Proponenten dieser These waren nicht gerade zimperlich. "Die stinkenden, verrotteten Linken" wurden etwa beschuldigt, eine grössere Bedrohung für die Freiheit darzustellen "als Al Kaeda" (Rush Limbaugh). Pazifistische Vietnamsoldaten wurden der Feigheit bezichtigt (Ann Coulter) und Homosexuellen Aids an den Hals gewünscht (Michael Savage).

Heute schalten die Amerikaner konservative Talkradios in Massen ein, 22 Prozent der Bevölkerung hören ihnen regelmässig zu. Allein Rush Limbaugh, der das Erfolgsrezept des konservativen Talkradios vor 15 Jahren begründet hat, zählt 14 Millionen Hörer pro Woche, sein erfolgreichster Rivale, "Fox News"-Moderator Sean Hannity, 10 Millionen. "Seitdem die Medien immer weiter miteinander verschmelzen und einander immer ähnlicher werden, haben gewöhnliche Leute das Gefühl, dass sie nicht mehr gehört werden", erklärt sich der New Yorker Medienkritiker Danny Schechter von "mediachannel.org" dieses Phänomen. "Sie haben in den Medien nichts zu melden, und das Talkradio gibt ihnen die Chance, ihre Meinung zu sagen." Aber nicht alle Fans der rechten Talker gehören zum konservativen Spektrum. "Es gibt eine Menge Liberale, die herumsitzen und darüber reden, wie sehr sie Limbaugh hassen", meint Michael Harrison von "Talkers Magazine". "Ich schätze, dass die Hälfte seiner Hörer in nichts mit ihm übereinstimmt, aber eine Menge Spass hat, das Radio anzubrüllen."

Die Mediengelehrten zerbrechen sich die Köpfe, woher der ungeahnte Erfolg des konservativen Talkradios kommt. Entpuppen sich die Amerikaner plötzlich als hasserfüllte Rechtsradikale? "Nein", sagt der liberale Medienkritiker und Buchautor Eric Alterman. "Die Amerikaner selbst sind gar nicht so konservativ, der Markt ist konservativ und die Leute, die sich in der Politik engagieren." Tatsächlich scheint die Bevölkerung, schaut man sich die Umfragen an, in vielen politischen Fragen ziemlich genau 50 zu 50 gespalten zu sein. Doch die aggressive Strategie der Rechten, die die Linken so wenig geziemlich finden, erzeugt ein Ungleichgewicht in der Wahrnehmung.

Die Rechte im Populismus um Punkte voraus

"Es sieht so aus, als wären die Amerikaner ultrakonservativ, weil es ein paar Frontleute gibt, die sich lautstark äussern und wissen, wie man sich die Medien zu Nutze macht", ist Alterman überzeugt. "Und Liberale von dieser Sorte gibt es nicht sehr viele."

Die progressiven Kräfte hatten dem bisher nichts entgegenzusetzen. Wer differenziert und leidenschaftslos argumentiert, generiert wenig Quoten. Doch der Frust köchelte. Und auch die sanftesten Linken mochten sich die Propaganda von rechts nicht mehr anhören. Ermutigend war für viele der Erfolg der Buch-Satire "Rush Limbaugh is a Big Fat Idiot" von Al Franken. Franken, ein Profi-Komiker, der aus der Talentschmiede der TV-Comedyshow "Saturday Night Live" stammt, schien ein idealer Kandidat um der nächste liberale Limbaugh zu werden. "Wir müssen zurückschlagen!", gab er bei jeder Gelegenheit zum Besten. Und um noch eins draufzusetzen, schickte er ein Nachfolgebuch "Lies and the Lying Liar who tell them" nach, das den konservativen "Fox News"-Star Bill O'Reilly und George W. Bush auf dem Cover zeigt. Frankens Rolle als Frontmann einer neuen liberalen Gegenöffentlichkeit findet bei den Genossen Gefallen. "Al

Franken ist ein lustiger Typ, er könnte eine grosse Masse anziehen", meint Eric Alterman. "Ich weiss nicht ob es ökonomisch eine gute Idee ist, aber die Liberalen brauchen ihn, weil die Konservativen sie in dieser Hinsicht killen."

Mark Walsh, CEO von "Air America", gibt sich zuversichtlich. "Unser Produkt wird Liberalen gefallen, weil es lustig ist und nicht belehrend." Und es soll kein "Regime-Wechsel-Radio" werden, also niemanden zur Ideologieflucht verleiten. Letztendlich soll "Air America" gut gemachtes Entertainment präsentieren, mit dem sich die Hörer emotional identifizieren können. Dabei sollen weitere bekannte Namen aus dem linken Spektrum helfen wie etwa die Schauspielerin Janeane Garofalo oder JFK-Neffe Robert Kennedy. – Walsh hat Erfahrung mit neuen Projekten. In den 80er-Jahren verhalf er dem ersten Bezahlsender des Landes, HBO, zum Start, und in den 90ern AOL. Er gibt dem Neuankömmling drei Jahre, um aus der Verlustzone zu kommen. Bis dahin hat er 30 Millionen Dollar zur Verfügung, die hauptsächlich von Spendern kommen, die der demokratischen Partei nahe stehen.

Politischer Erfolg bleibt abzuwarten

Obwohl "Air America" nicht das erste liberale Radioprojekt ist, bietet es doch das erste liberale Vollprogramm. Es ist derzeit in sechs grossen Märkten – New York, Los Angeles, Chicago, Minneapolis, Portland und Südkalifornien – sowie per Internet und dem Satellitenradio "XM Radio" empfangbar. Allerdings waren bisherige Shows mit liberalen Moderatoren wenig erfolgreich, zum Teil deshalb, weil die Hörer im Zeitalter der Spartenprogramme gewohnt sind, 24 Stunden lang Zugriff auf ihre Lieblingssendungen zu haben. Die ersten Reaktionen auf das gewagte Projekt fielen denn auch verhalten aus. Kulturkritiker Joe Queenan bemängelte auf dem Konkurrenzsender "National Public Radio", dass das neue Radio für viele moderate demokratische Wähler zu radikal sei und daher erfolglos bleiben würde. Zeitungen wie der "Christian Science Monitor" und die "Washington Post" lobten die professionelle Anmutung der Shows und wie es die Macher geschafft hätten, dass die gesammelte Medienszene über sie spricht. Die "New York Times" bemerkte, dass Talkradio generell von Wut getrieben werde – und so richtig wütend könnten Liberale ohnehin nicht klingen. Und die Konkurrenz von der konservativen Talk-Szene spottete wie üblich, dass man Liberale ohnehin nicht ernst nehmen könne und ihr Projekt schnell scheitern würde.

Doch weil die progressiven Kräfte in den USA einen selten da gewesenen Zusammenhalt zeigen, gibt es noch weitere mediale Bemühungen, George W. Bush das Wasser abzugraben. Ein ähnliches Konzept wie "Air America" im Bereich Fernsehen verfolgt Al Gore mit dem Kauf eines Kabelsenders von "Vivendi". Und der afro-amerikanische Bürgerrechtler Jesse Jackson startete vergangenen Sonntag eine wöchentliche Show unter Vertrag des Radiokonzerns "Clear Channel". Gemeinsam haben sie vielleicht eine Chance, das erklärte Ziel von Al Franken und seinen Leuten zu erreichen: George W. Bush aus dem Weissen Haus zu vertreiben.

Gerti Schön, Reporterin bei European Media, lebt und arbeitet in New York.

Links:

Air America: http://www.airamericaradio.com

mediachannel.org – the global network for democratic media: http://www.mediachannel.org