



Keine Angst, der will nur spielen!

Wenn vermeintlich harmlose, witzige Attacken auf Medien nur ein Ziel haben – diese zu zerstören.

Kommentar

•• Von Dinko Fejzuli

ZERMÜRBUNGSTAKTIK. Er wollte nur „provokieren“, so der anonyme Poster „HanAssholeSolo“, als er in ein altes Wrestling-Video, in dem der damals noch nicht US-Präsident Donald Trump einen Widersacher quasi k.o. schlägt, dem Trump-Gegner ausgerechnet das CNN-Logo auf das Gesicht montiert und dieses nun suggeriert, der US-Präsident würde dem US-Nachrichtensender eine ordentliche Tracht Prügel verpassen.

Das Video hätte vermutlich kaum jemand gesehen, hätte es Donald Trump himself nicht via Twitter geteilt, wo er immerhin 32 Millionen Follower hat.

Nun: Bei Dingen, die man nicht selbst geschrieben hat, sie aber im eigenen Medium verbreitet – und Twitter ist ein Medium –, gibt es oft den kleinen Zusatz, dass man selbst nicht unbedingt die Meinung des Verfassers teile.

Das mag bei „normalen“ Medien zulässig sein, nicht aber, wenn man der 45ste Präsident der Vereinigten Staaten ist.

Da zählt jede Geste und noch mehr jedes Wort oder Bild, das man, in welcher Form auch immer, von sich gibt.

Das weiß Donald Trump natürlich und genau deshalb macht er es auch.

„Wir“ und die „anderen“

Schon vor und insbesondere nach seinem Amtsantritt hat er „die Medien“ – bis auf jene wie Fox News und das rechtsradikale Portal Breitbart – als Feind ausgemacht und versucht, sie durch sprachliche Verunglimpfungen wie „Fake News“ und Ähnliches zu diskreditieren, die Menschen, die dort arbeiten, durch abfällige, abwertende Bemerkungen zu entwürdigen und diese somit quasi sturmreif zu schießen und für vogelfrei zu erklären.

Den Rest erledigen seine Fans. Bereits Dutzende Male wurden Kollegen, die von Trump-Veranstaltungen berichten wollten, von seinen Anhängern attackiert und davongejagt.

Aber wie heißt so schön: Das erste Opfer im Krieg ist die Wahrheit, bzw. hier jene, die sie verkünden wollen.

”

Bei vielen Büchern genügt ein Kontrollblick auf die erste Seite, und man weiß, was das Buch taugt.“

Zitat des Tages

Publizistin Sigrid Löffler, Mitglied des „Literarischen Quartetts“



Darauf haben wir gewartet

Gianna Schöneich

Es gibt Dinge, auf die man sein ganzes Leben gewartet hat. Für einen orientierungslosen Menschen wie mich war Google Maps mehr als eine Offenbarung. Ein wahres Wunder – wenn die richtige Richtung gefunden ist. Für Gefängnisinsassen in den USA müssen Drohnen wohl das Nonplusultra der durch Menschen getriebenen Innovation sein. Mittlerweile gab es zwölf Vorfälle in staatlichen Gefängnissen, bei denen Drohnen genutzt wurden, um verbotenes Material in die Anstalt zu bringen. Ebenfalls innovativ: Festivalbesucher sollen bald mittels Urin u.a. ihre Smartphones aufladen können. Darauf haben wir alle gewartet.

Zeitung: Weltrekord bei Crowdfunding

Ein Online-Zeitungsprojekt startet in der Schweiz mit einem Mega-Erfolg.

Gute Nachricht

GENÈVE/BERN. Das Schweizer Online-Zeitungsprojekt „Republik“ hat gerade den Weltrekord beim Crowdfunding für ein Medienprojekt geholt: Fast 14.000 Abonnenten brachten 3,4 Mio. CHF (3,1 Mio. €) für die Zeitung zustande, die ohne Werbung ab Anfang 2018 täglich drei Beiträge aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft verspricht – so weit die gute Nachricht. Kommen wir nun aber zu den schlechten Botschaften: Als man gerade das 20-jährige Bestehen der Zeitung *Quotidiana* gefeiert hatte, ließ der Verlag verlauten, die Zeitung für die rätoromanische Schweiz, *La gasetta da tut la Rumantschia*, mit 4.000 Abo-Kunden, stehe vor dem Aus.

Der Schweizer Branche geht es nicht besser als jener der Nachbarländer. Außer bei der Gratiszeitung *20 Minuten* brechen die Auflagen ein. Viele Medienhäuser reagieren auf diese Umstände mit rigorosen Sparkursen. Und nun kommt „Republik“, benannt nach der Ausrufung der Republik in der Schweiz 1798, „mitten im Chaos“, wie die Macher schreiben. Sie brachten fast fünf Mal so viele



Das Online-Zeitungsprojekt fand zahlreiche Unterstützer.

Abonnenten und vier Mal so viel Geld zusammen wie erwartet. „Damit haben wir nicht gerechnet“, sagt Mitgründer Christof Moser.

Der Erfolg zeige: Das Mantra der Verlage, „die Leute lesen immer weniger, niemand will bezahlen“, stimme eben nicht. (APA/gs)