

28.01.2013

Feindbildproduktion

Als der damalige griechische Ministerpräsident Giorgos Papandreou 2011 Deutschland besuchte, wurde er von Bild mit den Worten begrüßt: »Lieber Herr Ministerpräsident, wenn Sie diese Zeilen lesen, haben Sie ein Land betreten, das ganz anders ist als das Ihre. Sie sind in Deutschland. Hier arbeiten die Menschen, bis sie 67 Jahre alt sind. (...) Deutschland hat zwar auch hohe Schulden - aber wir können sie auch begleichen. Weil wir morgens ziemlich früh aufstehen und den ganzen Tag arbeiten. Weil wir von unserem Gehalt immer auch einen Teil für schlechte Zeiten sparen. Weil wir fitte Firmen haben, deren Produkte rund um den Globus gefragt sind (...)« Am Ende des Textes war eine Briefmarke zum Ausschneiden abgedruckt: »Für den Fall, dass Sie uns zurückschreiben möchten, haben wir eine passende Briefmarke beigelegt. Schließlich wollen wir Ihnen beim Sparen helfen ...«

Kampagnenbeginn

Wahrscheinlich werden nur wenige, die solche »Briefe« als beleidigend und abstoßend empfinden, ihn überhaupt zur Kenntnis genommen haben. Bild liest man schließlich dort nicht. So erfahren sie aber auch nichts von der täglichen Hetze jener Zeitung gegen die Griechen und gegen die anderen Völker der europäischen Peripherie, die in der Euro-Krise vom Merkelschen Deutschland massiv unter Druck gesetzt werden.

Es ist ein großes Verdienst einer Gruppe von Sprachwissenschaftlern aus Deutschland und Griechenland, diesen und andere hetzerische Artikel gesammelt und analysiert zu haben. Neben Bild werteten sie Beiträge aus Der Spiegel, Die Zeit, Focus und - sozusagen als Kontrast dazu die tageszeitung taz - aus. Doch auch die andere Seite wurde ins Visier genommen. Sechs griechische Printmedien wurden untersucht. Daraus ergibt sich das erschreckende Gesamtbild einer sich seit Anfang 2010 immer schneller drehenden Spirale von Provokationen durch deutsche Zeitungen und Magazine und von Gegenprovokationen durch griechische: »Die verzerrend einseitige Medienberichterstattung durch auflagenstarke deutsche Medien löste in Griechenland Empörung und wütende Reaktionen aus. Im Gegenzug erfolgte in griechischen Medien eine Revitalisierung des Bildes vom Deutschen als hartherzigem Nazi.«

Den Anfang dieser Kampagne machte aber nicht Bild, sondern das Magazin Focus. In der Ausgabe vom 22. Februar 2010 verfasste dort der Redakteur Michael Klonovsky unter der Überschrift »2000 Jahre Niedergang« einen Artikel, in dem die schwierige ökonomische Situation des Landes als Ergebnis eines systematischen kulturellen Niedergangs gedeutet

wird. Ausdrücklich wird auf Oswald Spengler Bezug genommen: »Griechenland scheint das ideale Beispiel zu sein für die Theorie des Geschichtsdenkens Oswald Spengler, dass Kulturen Organismen sind, die notwendig einen Lebenszyklus von der Jugend über Blüte und Reifezeit bis zum Verfall durchlaufen.« Die Buchautoren nehmen den Focus-Artikel als Beispiel für den anti-griechischen Mediendiskurs und durchleuchten ihn gründlich. Auf die textorientierte Analyse folgt eine der visuellen Textstruktur, der Metaphorik sowie der Argumentationsstrategien. Hinzu kommen Übersichten über die im Artikel zitierten Personen und über die verwendeten Lexeme. Erst so wird die ganze Infamie des Focus-Artikels deutlich.

Stolz auf Sozialabbau

Man kann es der griechischen Seite kaum verdenken, dass auf eine solche Aktivierung von Vorurteilen völkischen Denkens vom Schlage Spenglers prompt ein Vergleich des heutigen Deutschlands mit dem Naziregime erfolgte. Im zufällig ebenfalls Focus heißenden griechischen Magazin erschien unter der Überschrift »Der Geist Hitlers« eine direkte Antwort auf den deutschen Focus-Artikel: »Indem er unter anderem das Stereotyp des ›Deutschen als Nazi‹ wieder auferstehen lässt, wird wie im deutschen Focus mit Vorurteilen und Stereotypen hantiert, also in einem gewissen Sinn Gleiches mit Gleichen vergolten.«

Die Lektüre des Buches macht bewusst, dass wir uns längst in einem von den Medien betriebenen Aufbau gegenseitiger Feindbilder befinden. Den Schreiberlingen in Bild, Focus, Stern und anderen Medien geht es dabei nicht wirklich um Griechenland. Das Elend dieses Landes dient ihnen nur als Projektionsfläche dafür, um ein »Wir-Gefühl« zu erzeugen. Denn anders als andere arbeiten »wir« bis 67, kürzen »unsere« Haushalte und opfern uns für »unsere fitten Firmen«. Mit anderen Worten: Wir dürfen stolz auf Sozialabbau und all die anderen kapitalistischen Zumutungen sein. Das ist die Botschaft.

Diesem aufklärenden Buch ist eine große Verbreitung zu wünschen. Leider steht dem der sperrige Titel des Werks entgegen.

Hans Bickes/Eleni Butulussi/Tina Otten/Janina Schendel/Amalia Sdroulia/Alexander Steinhoff: Die Dynamik der Konstruktion von Differenz und Feinseligkeit am Beispiel der Finanzkrise Griechenlands: Hört beim Geld die Freundschaft auf? Kritisch-diskursanalytische Untersuchungen der Berichterstattung ausgewählter deutscher und griechischer Medien. Iudicium Verlag, München 2012, 237 Seiten, 25 Euro