

Kolumne, 10.05.2010

Wie bastelt man ein Feindbild?

Und wozu: das Beispiel Griechenland

Einige Grundregeln werden von fast allen öffentlichen Meinungsträgern bewusst oder unbewusst angewandt. Eine Feindbildkonstruktion setzt immer eine Markierung voraus – also eine Gruppenwahrnehmung auf Grund bestimmter Merkmale, deren Wahrnehmung lange eintrainiert wurde – zum Beispiel, indem man die Gruppenzugehörigkeit auch dann erwähnt, wenn sie eigentlich irrelevant ist. Nationale Markierungen sind stark verankert und können jederzeit und in jede Richtung und ganz schnell aktiviert werden, wie man aktuell am Beispiel Griechenland vorgeführt bekommt – nicht nur von der Bildzeitung.

Ist eine Gruppe, hier ein Land, erst einmal markiert, werden berichtete Tatsachen, Vermutungen, Gedanken und Befürchtungen sehr wahrscheinlich und automatisch immer auf die Gesamtgruppe projiziert. So findet eine Homogenisierung der Wahrnehmung „der Griechen“ statt. Dies ist die Voraussetzung dafür, dass man sich dem Volk als Volk nicht mehr verbunden fühlt, sondern es mit den Machenschaften seiner Regierung und Großindustriellen verwechseln kann. Bis hin zum griechischen Nachbarn hier vor Ort, der plötzlich zum Teil eines anderen Lagers mutiert.

Die verallgemeinernde Zuschreibung von Eigenschaften einzelner – zum Beispiel einiger weniger privilegierter Frührentner – macht dann aus allen Griechen ein Volk von „Luxus-Rentnern“ und schließlich „Pleite-Griechen“, weil WIR für DIE ja nicht immer zahlen können... Neben der Dämonisierung „der Griechen“ findet gleichzeitig eine Idealisierung unserer eigenen Wirtschaft statt und diese Ablenkung ist durchaus gewollt. Sprachlich und bildlich lässt sich durch das Einstreuen griechischer Symbolik in die Berichterstattung das eigentliche Problem endgültig auf die markierte Gruppe umlenken. UNSERE Angst und Wut projiziert sich dann auf die ANDEREN.

Neben der nun empfundenen Bedrohung UNSERER Sicherheit durch DEREN Schlamperei entsteht eine Art Tunnelblick, der für das weitere Ausschlachten des Feindbildes nützlich ist. Denn ab sofort kann davon ausgegangen werden, dass neue Informationen danach ausgewählt werden, ob sie in die einmal konstruierte Vorstellung passen – denn der Mensch sucht nach Bestätigung seiner Erwartungen.

Darum ist die Wiederholung der immer gleichen Projektion vorprogrammiert und Wiederholung ist nun einmal das beste Mittel der Überzeugung.

Zum System gehört aber auch die „gut gemeinte“ Verschlimmbesserung. Die *Frankfurter Rundschau* lieferte dafür ein anschauliches Beispiel am 4. Mai 2010. Man wollte mit den sich bahnbrechenden Vorurteilen aufräumen und kündigte Informationen darüber an, „Wie die Griechen wirklich sind“. Schwups, schon war die Falle zugeschnappt. Denn der Beitrag nahm nicht die Vorurteilsträger und schon gar nicht die Vorurteilsmacher, sondern die Vorurteilsopfer in den Blick. Da ist sie, die gewünschte Projektion und das Ergebnis klingt nach einer Charakterstudie mit dem Titel „Der Grieche als solcher!“

Natürlich gelingt es so blendend, die wirklich Verantwortlichen für die Misere auszublenden – beispielsweise die Entscheidungen Ackermanns für die Bundesbank, die wesentlich von den „Hilfen“ für Griechenland abhängig ist. Die Rollen- und Arbeitsteilung von Ackermann und Merkel dürfte jedoch einigen schon aufgefallen sein. Von Krise und Feindbild profitieren nun gerade jene, wenn auch nur kurzfristig, die hochgespielte Zinsen abschöpfen können vor dem nächsten Krach.

Die Verlierer sind wir alle, denn wenn nun Vorschläge gemacht werden wie das Abhängigmachen des Stimmrechts von der wirtschaftlichen Potenz, denn ist das der Anfang vom Ende der Demokratie – dann ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis erst die Hartz IV-Empfänger ihr Stimmrecht bei Wahlen verlieren und dann wir alle.

Denn der Haupteffekt eines Feindbildes ist seine Nutzung als Türöffner für unpopuläre und kontraproduktive „Lösungen“, die dann aber nicht auf die markierte Gruppe beschränkt bleiben, sondern uns alle treffen. Und die Schnelligkeit sowohl der Feindbildkonstruktion als auch deren Vergessens sollte als Warnsignal durchaus ernst genommen werden – es gibt keine Sicherheit, dass wir nicht morgen bereit wären gegen Griechenland oder jemand anderen vorzugehen, die Partnerschaft zu kündigen oder Schlimmeres. Das Potential liegt im Lenken der Aufmerksamkeit durch mediale Ablenkungsmanöver und Tunnelblicke. Eine unglückliche Koalition aus Wirtschaft(s-Politik) und Medien wird die Sündenböcke der Zukunft bestimmen.