

Diskriminierung durch Medien

Warum negative Stereotype in den Medien
Diskriminierungsgefühle auslösen und Aufklärung über die
Medienlogik wichtig ist



Abb. 1, Vorsicht Aufnahme [Quelle \(https://www.freepik.com/free-vector/vector-hands-taking-photos_2807585.htm#page=1&query=journalist&position=34#&position=34\)](https://www.freepik.com/free-vector/vector-hands-taking-photos_2807585.htm#page=1&query=journalist&position=34#&position=34)

Medien sind ein wichtiges „Fenster zur Welt“. Doch Medien sind auch nicht frei davon, gesellschaftliche Minderheiten in ihrer Berichterstattung zu diskriminieren. Dieser kommunikationswissenschaftliche Beitrag gibt einen Einblick darin, aufgrund welcher Produktionslogiken mediale Darstellungen diskriminierend wirken können und welche Rolle soziale reziproke Effekte dabei spielen.

Medien sind in unserem Alltag allgegenwärtig. Menschen in Deutschland verbringen im Schnitt rund zehn Stunden am Tag mit Medienangeboten, viele sind also länger auf Empfang, als sie arbeiten oder schlafen (vau.net 2020). Man kann somit gerade in der heutigen Zeit dem Soziologen Niklas Luhmann folgen und feststellen: Die Medien sind das Fenster zur Welt (Luhmann 1995). Die mediale Durchdringung der Gesellschaft, oft mit dem Schlagwort

„Medialisierung“ (Reinemann 2010) versehen, wird gemeinhin ambivalent bewertet: Die Technikeuphorie überschatten Risiken, die durch die Digitalisierung besonders sichtbar werden. Risiken bergen die Medien gerade dann, wenn ihre Inhalte die Axt an demokratische Grundwerte legen, wie es zum Beispiel Rassist*innen tun, wenn sie die Gleichwertigkeit der Menschen infrage stellen. Mal ist dieser Wert offensichtlich und gezielt unter Beschuss, zum Beispiel durch [extremistische Propaganda im Internet \(https://demokratie.jff.de/artikel/boah-krasser-content/\)](https://demokratie.jff.de/artikel/boah-krasser-content/), mal subtil und unbeabsichtigt, wenn Journalist*innen mit Stereotypen hantieren, um die Welt vermeintlich (be-)greifbarer zu machen. Wer nach Ursachen für Diskriminierung sucht, sollte die Logiken verstehen, denen Medien folgen, und wie sich diese auf Medieninhalte und deren Nutzer*innen auswirken.

von Philip Baugut (Ludwig-Maximilians-Universität München)

Medienlogik besser verstehen

Die kommunikationswissenschaftliche Forschung zeigt, welche Merkmale von Medieninhalten mit bestimmten Eigenschaften der Mediennutzer*innen unter Umständen unheilvoll zusammenwirken. Es sind gerade Minderheiten, die unter die Räder einer auf Publikumsaufmerksamkeit programmierten Medienlogik geraten können. Denn diese führt zur oft fatalen Fixierung auf das Negative, Außergewöhnliche und für das Publikum kognitiv leicht zu Verarbeitende. Ein Beispiel: Muslim*innen tauchen in der Öffentlichkeit meist als gesellschaftlicher Problemfall auf – als Sicherheitsproblem im aufmerksamkeitssträchtigen Terror-Kontext, aber auch als Integrationsproblem, wenn stereotype Bilder von Frauen mit Kopftüchern eine ganze Religion repräsentieren sollen (z. B. Ahmed/Matthes 2017; Karis 2013).

Der Blick für das Differenzierte geht aber nicht nur in Redaktionen verloren. In sozialen Medien sorgen Algorithmen dafür, dass aus Grau entweder Schwarz oder Weiß wird (Schmitt et al. 2018). Wer als junger Mensch auf Orientierungssuche YouTube zur Information über den Islam nutzt, kann schnell auf die schiefe Bahn islamistischer Inhalte geraten, die ein einfaches, undifferenziertes Weltbild vermitteln und ihr Publikum damit fesseln. Es erscheint zunächst paradox, aber im Mangel an Differenzierung steckt der Keim der Diskriminierung: Der Osten wählt rechts, den Muslim*innen geht die Religion über alles, der alte weiße Mann ist Amerikas Untergang – die Liste plakativer Pauschalisierungen ließe sich endlos fortsetzen, auch deshalb, weil Mensch und Medien nur schwer der Belohnung widerstehen können, die kognitiv leicht zu verarbeitende Inhalte psychologisch und ökonomisch bieten.

Medien als Fenster zur Welt

Zum diskriminierenden Verhalten (<https://demokratie.jff.de/methode/wo-begegnet-uns-rassismus/rassismus/>), ausgelöst durch negativ-stereotype Medieninhalte, ist der Weg dann nicht mehr weit. Medien können also erheblich dazu beitragen, dass Vorurteile entstehen oder sich verfestigen. Pädagogische Angebote (<https://demokratie.jff.de/methode/begegnungsreihe/>) zur Prävention von Diskriminierung sind folglich gerade dort gefragt, wo der Verdacht besteht, dass sich die Realitätsvorstellungen junger Menschen vor allem aus Medieninhalten speisen. Zum gesellschaftlichen Problem werden solche Medieninhalte dann, wenn sie zweierlei beeinflussen: wie Mitglieder sozialer Gruppen die Gesellschaft wahrnehmen und wie umgekehrt die Gesellschaft mit Mitgliedern dieser sozialen Gruppen umgeht. Letzteres ist vor allem dann problematisch, wenn die Medien das einzige Fenster zur Welt der dargestellten Gruppen sind, wenn es Menschen also an Primärerfahrung mangelt, etwa am Kontakt mit Muslim*innen, Jüdinnen und Juden oder Ostdeutschen. Die sogenannte Kultivierungshypothese (Gerbner/Gross 1976) geht davon aus, dass Medien den Menschen nicht nur ein bestimmtes Bild von der Realität vermitteln, sondern auch ihre Einstellungen gegenüber diesen Gruppen formen.



Abb. 2, Medien als Fenster zur Welt Quelle (<https://pixabay.com/de/photos/menschen-betrachter-ausstellung-2944065/>)

Problematisch erscheinen die typischen Muster der Mediendarstellung von sozialen Gruppen aber nicht nur deshalb, weil sie zu einem negativen gesellschaftlichen Meinungsklima gegenüber diesen Gruppen beitragen können. Neben diesem Umweg können negativ-stereotype Inhalte Mitglieder sozialer Gruppen auch direkt beeinflussen und so Diskriminierungsgefühle auslösen. Die zugrunde liegenden psychologischen Mechanismen

beschreibt das Konzept der (sozialen) „reziproken Effekte“ (Neumann/Baugut 2016).

Soziale reziproke Effekte

Bei sozialen reziproken Effekten handelt es sich um Medienwirkungen auf medial thematisierte Gruppen. Der Ansatz geht davon aus, dass Menschen eine soziale Identität haben und sich daher mit Mitgliedern ihrer Ingroup stark identifizieren können. Kommt ihre Gruppe nun in den Medien vor, fühlen sich Mitglieder aufgrund ihrer sozialen Identifikation auch ganz persönlich von den Medieninhalten betroffen. In der Folge wenden sie sich Mediendarstellungen der eigenen Gruppe besonders aufmerksam zu, gerade wenn sie davon ausgehen, dass Personen außerhalb ihrer Gruppe diese Medieninhalte ebenfalls intensiv nutzen und davon in der Folge stark beeinflusst werden.

Diese Wirkungsvermutung hat freilich auch dann psychologische Folgen, wenn sie (noch) nicht der Realität entspricht: Wer davon ausgeht, dass das gesellschaftliche Meinungsklima über die eigene Gruppe durch die Medien negativ beeinflusst wird, fühlt Diskriminierung bereits beim Blick in die mediale Welt, unabhängig davon, was die Medien tatsächlich auslösen (Baugut/Neumann 2020). Hinzu kommt, dass Menschen die Medien, gerade wenn sie von „Mainstream“-Medien sprechen, auch als Spiegel des bereits bestehenden Meinungsklimas der Mehrheitsgesellschaft gegenüber ihrer Gruppe betrachten. Die mediale Darstellung gilt unter Umständen nur als Spitze eines Eisbergs, als Thermometer für die soziale Kälte gegenüber der eigenen Gruppe. Mitglieder sozialer Gruppen ziehen auf Basis von Medieninhalten also sowohl Rückschlüsse auf das aktuelle als auch auf das zukünftige Meinungsklima gegenüber ihrer Binnengruppe. Verschärft wird all das durch das „Hostile-Media“-Wahrnehmungsphänomen (Hartmann/Tanis 2013): Kritische Mediendarstellungen einer Gruppe werden von Personen, die sich mit dieser Gruppe stark identifizieren, noch negativer wahrgenommen, als sie es vielleicht ohnehin sind.

Feindliche Medien!?

Die unter Umständen unheilvollen Folgen dieser psychologischen Mechanismen lassen sich am Beispiel von Muslim*innen in Deutschland (<https://demokratie.jff.de/artikel/muslimische-identitaeten/>) veranschaulichen (Karadas et al. 2017). Diskriminierungsgefühle entstehen hier auf beiden bereits beschriebenen Wegen als Folge negativ-stereotyper Medienberichte – man denke etwa an das *Focus*-Cover nach einem islamistischen Terroranschlag mit der Frage: „*Wie gefährlich ist der Islam?*“? Zum einen betrachten viele Muslim*innen Medien dann als gezielt diskriminierende politische Akteure, die sie in ein schlechtes Licht tauchen (wollen). Zum anderen bestärkt es die Sorge, dass die negativ-stereotypen Medienberichte innerhalb der Mehrheitsgesellschaft Vorurteile und Hass gegenüber Muslim*innen schüren.



Abb. 3, Magazin-Cover im Januar 2015

Die Folge können nicht nur Ängste, Diskriminierungswahrnehmungen und negative Einstellungen gegenüber Medien und Gesellschaft sein, es kann auch zur Vermeidung von Kontakten mit Nicht-Muslim*innen kommen – und in Einzelfällen gar zur Radikalisierung (Baugut/Neumann 2019; Neumann 2019). Die Gefahr, dass sich einzelne Gruppen von der Gesellschaft entfremden, besteht vor allem dann, wenn Angehörige von Minderheiten bereits in ihrem Alltag (<https://demokratie.jff.de/methode/alltaeglicher-rassismus/>)

Diskriminierungserfahrungen gemacht haben. In diesem Fall können negativ-stereotype Medienberichte eine ganze Kaskade an negativen Emotionen und Kognitionen auslösen: „Diskriminierende“ Medienberichte und negative Primärerfahrungen bestätigen und verstärken sich gegenseitig, es verfestigt sich ein „Freund-Feind“-Denken.

Solch fatale Wirkungen journalistischer Berichterstattung können durch bestimmte Inhalte noch verstärkt werden – gerade durch solche, die journalistische Angebote pauschal diskreditieren, wie das zum Beispiel Rechtsextremist*innen mit „Lügenpresse“-Vorwürfen (<https://demokratie.jff.de/expertise/gesellschaftskritik/gesellschaftskritische-narrative/medienkritik/>) tun. Auf „alternativen“ Nachrichtenportalen sowie in sozialen Medien werden journalistische Massenmedien beispielsweise dafür kritisiert, dass sie vermeintlich „staatlich gesteuert“ seien, die Wahrnehmung diskriminierender Medienberichte wird hier also weiter politisiert. Auch in extremistischer Propaganda finden sich solche Argumentationsmuster, manchmal offensichtlich, oft aber auch subtil, um radikalisierende Absichten zu verschleiern (Neumann 2019). Dabei profitieren Propagandist*innen vom Nährboden, den journalistische Berichterstattung legt. Das Narrativ einer staatlich-medialen Verschwörung gedeiht leichter in den Köpfen seiner Adressat*innen, wenn diese die Medienberichterstattung in ihrer Erfahrungswelt schon einmal als politisch gezielt diskriminierend und feindlich wahrgenommen haben. Dies öffnet die Schleusen für Informationen „alternativer“ Medienangebote, deren strategische Ziele für Menschen ohne Medienkompetenz schwer erkennbar sein können.

Herausforderung für pädagogische Praxis und Medienkompetenz

Die beschriebenen Befunde und Mechanismen fordern die pädagogische Praxis heraus. Im Idealfall bietet sie ein wohlthuend differenziertes Gegengewicht zur medialen Tendenz, die Realität holzschnittartig und stereotyp zu vereinfachen. Wenn es nicht die Medien sind, sollte die Schule der Ort sein, an dem junge Menschen vermittelt bekommen, dass die Welt wesentlich komplizierter ist, als es Stereotype suggerieren: der muslimische Sportler, den die Medien feiern; der alte weiße Mann, der für mehr Klimaschutz demonstriert; die Jüdin, die Israel kritisiert – sie müssen ihren Platz in der jugendlichen Wahrnehmungswelt haben.

Darüber hinaus ist es wichtig zu erkennen, welche soziale(n) Identität(en) ein junger Mensch zeigt und wie in der medialen Welt jene Gruppe(n) dargestellt werden, denen er sich zugehörig fühlt. Dabei sollte vermittelt werden, dass Medien infolge ihres Strebens nach Publikumsaufmerksamkeit allenfalls ein verzerrter Spiegel der Realität sind. Eine wichtige Botschaft lautet: Medien sind kein genauer Seismograf für die gesellschaftliche Stimmung, weil sie eher ihrer eigenen Logik als politischen Zielen folgen. Stilmittel wie Dramatisierung, Emotionalisierung und Zuspitzung von Ereignissen sind kein exklusives Merkmal der Berichterstattung über Minderheiten, vielmehr gehören sie zum journalistischen Standard-Repertoire (Reinemann et al. 2012). Diese Logik zu vermitteln, beugt Diskriminierungsgefühlen vor. Es gilt deutlich zu machen, dass der *Stern* es nicht auf *die* Sachsen abgesehen hat, wenn er titelt: „*Sachsen. Ein Trauerspiel.*“ Auch der *Focus* kämpft mit dem oben genannten Titel doch wohl eher um Leser*innen als gegen den Islam. Diese Form von Medienkompetenz schützt Mitglieder sozialer Gruppen vor einer gefährlichen psychologischen Kaskade, die Medien gerade dann auslösen, wenn das Ausmaß ihrer

Politisierung überschätzt wird. Dies schließt freilich nicht aus, dass es Medieninhalte gibt, die von einzelnen Journalist*innen, Redaktionen oder Unternehmen mit der Absicht produziert werden, soziale Gruppen zu diskriminieren. Täglich treffen Redaktionen Entscheidungen, in die auch politische Bewertungen einfließen können: Über welche Themen und Ereignisse soll berichtet werden? Welche Aspekte sollen dabei betont werden? Wie sollten die Inhalte visualisiert werden? Wenn es in Medienhäusern darum geht, derlei Fragen zu beantworten, werden womöglich politisch motivierte (Fehl-)Entscheidungen getroffen, die sich in problematischen Medieninhalten zeigen. Dennoch wäre es verkehrt, stets ausschließlich politische Motive hinter Inhalten zu vermuten, die zurecht als diskriminierend wahrgenommen werden. Das Konzept sozialer reziproker Effekte erklärt nicht nur, warum sich Menschen diskriminiert fühlen, es ruft in der Öffentlichkeit präsenste Akteure auch dazu auf, eine hinreichend differenzierte Sprache (<https://demokratie.jff.de/methode/diskriminierung-im-alltaeglichen-sprachgebrauch/>) zu pflegen. Selbst pädagogische Fachkräfte sind nicht davor gefeit, allgegenwärtige mediale Stereotype zu übernehmen, können diese doch helfen, Kompliziertes vermeintlich verständlicher zu machen. Doch wer sich einer sozialen Gruppe zugehörig fühlt, reagiert auf unzulässige Vereinfachungen hochsensibel. Rassistische Untertöne hört besonders derjenige, der von ihnen im Alltag selbst betroffen ist. Im Sinne von Medienkompetenz gilt es daher zu vermitteln, dass negative mediale Darstellungen der eigenen Gruppe in ihrer negativen Wirkung auf die Gesellschaft eher überschätzt werden – gerade in einer Zeit, in der Menschen täglich eine nahezu unüberschaubare Vielfalt an inhaltlich keineswegs gleichförmigen Medienangeboten nutzen.

Auch Journalist*innen sollten sich reziproker Medieneffekte bewusst sein, den Austausch mit den von Medienwirkungen betroffenen Personen suchen – und vor diesem Hintergrund die Medienlogik kritisch reflektieren. Dabei gilt es auch individuelle handwerkliche Handlungsspielräume zu nutzen: So sollten Wortwahl und Bildmaterial von einer journalistischen Verantwortungsethik geprägt sein, die das Primat der Aufmerksamkeitsökonomie hinterfragt. Auch kann es hilfreich sein, die Diversität in Redaktionen zu erhöhen. Dennoch sollten die Handlungsspielräume einzelner Akteure nicht überschätzt werden: Strukturen der Medienfinanzierung zwingen Medienmacher*innen oftmals in ein ökonomisches Korsett, das wenig Platz lässt, Stereotypisierungen zu vermeiden. Umso wichtiger ist es dann, die Leidtragenden problematischer Medieninhalte über deren Ursachen aufzuklären.

veröffentlicht am 22.06.2020

Auch interessant:

1. „Boah! Krasser Content!“ (Studie) (<https://demokratie.jff.de/artikel/boah-krasser-content/>)
2. Wo begegnet uns Rassismus (Material) (<https://demokratie.jff.de/methode/wo-begegnet-uns-rassismus/>)

3. [Begegnen-Reihe \(Material\)](https://demokratie.jff.de/methode/begegnen-reihe/) (<https://demokratie.jff.de/methode/begegnen-reihe/>)
4. [Muslimische Identitäten \(Artikel\)](https://demokratie.jff.de/artikel/muslimische-identitaeten/) (<https://demokratie.jff.de/artikel/muslimische-identitaeten/>)
5. [Alltäglicher Rassismus \(Material\)](https://demokratie.jff.de/methode/alltaeglicher-rassismus/) (<https://demokratie.jff.de/methode/alltaeglicher-rassismus/>)
6. [Gesellschaftskritik zwischen Legitimität und Demokratiefeindlichkeit \(Expertise\)](https://demokratie.jff.de/expertise/gesellschaftskritik/) (<https://demokratie.jff.de/expertise/gesellschaftskritik/>)
7. [Diskriminierung im alltäglichen Sprachgebrauch \(Material\)](https://demokratie.jff.de/methode/diskriminierung-im-alltaeglichen-sprachgebrauch/) (<https://demokratie.jff.de/methode/diskriminierung-im-alltaeglichen-sprachgebrauch/>)

Literaturverzeichnis

Ahmed, Saifuddin/Matthes, Jörg (2017). Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis. In: International Communication Gazette, 79, pp. 219–244.

Baugut, Philip/Neumann, Katharina (2019). Online news media and propaganda influence on radicalized individuals: Findings from interviews with Islamist prisoners and former Islamists. In: New Media & Society, Advance online publication. DOI: 10.1177/1461444819879423.

Baugut, Philip/Neumann, Katharina (2020). Describing Perceptions of Media Influence among Radicalized Individuals: The Case of Jihadists and Non-Violent Islamists. In: Political Communication, 37, pp. 65–87.

Gerbner, George/Gross, Larry (1976). Living with Television: The Violence Profil. In: Journal of Communication, 26, pp. 173–199.

Hartmann, Tilo/Tanis, Martin (2013). Examining the Hostile Media Effect as an Intergroup Phenomenon: The Role of Ingroup Identification and Status. In: Journal of Communication, 63, pp. 535–555.

Karadas, Narin/Neumann, Katharina/Reinemann, Carsten (2017). Reziproke Effekte auf türkische Migranten. Eine Untersuchung zum Zusammenhang von sozialer Identität, Mediennutzung, Medienwahrnehmung und Medienwirkungen. In: SCM Studies in Communication and Media, 6, S. 128–159.

Karis, Tim (2013). Mediendiskurs Islam: Narrative in der Berichterstattung der Tagesthemen 1979-2010. Wiesbaden: Springer VS.

Luhmann, Niklas (1995). Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: VS Verlag.

Neumann, Katharina (2019). Medien und Islamismus. Der Einfluss von Medienberichterstattung und Propaganda auf islamistische Radikalisierungsprozesse. Wiesbaden: VS Verlag.

Neumann, Katharina/Baugut, Philip (2016). Neonazis im Scheinwerferlicht der Medien. Wiesbaden: VS Verlag.

Reinemann, Carsten (2010). Medialisierung ohne Ende? Zum Stand der Debatte um Medieneinflüsse auf die Politik. In: Zeitschrift für Politik, 57, S. 278–293.

Reinemann, Carsten/Stanyer, James/Scherr, Sebastian/Legnante, Guido (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. In: Journalism, 13 (2), pp. 221–239.

Schmitt, Josephine B./Rieger, Diana/Rutkowski, Olivia/Ernst, Julian (2018). Counter-Messages as Prevention or Promotion of Extremism?! The Potential Role of YouTube Recommendation Algorithms. In: Journal of communication, 68, pp. 780–808.

Vau.net (2020). VAUNET-Mediennutzungsanalyse. Mediennutzung in Deutschland 2019. <https://www.vau.net/pressebilder/content/grafiken-publikation-mediennutzung-2019> (<https://www.vau.net/pressebilder/content/grafiken-publikation-mediennutzung-2019>) [Zugriff: 13.05.2020]

Zitation

Baugut, Philip 2020: Diskriminierung durch Medien. Im Rahmen des Projektes RISE - Plattform für Jugendkultur, Medienbildung und Demokratie
Online verfügbar: <https://demokratie.jff.de/artikel/diskriminierung-durch-medien/>



Aus dem Projekt:

RISE

Jugendkulturelle Antworten auf islamistischen Extremismus

RISE ist ein Projekt des JFF – Institut für Medienpädagogik in Kooperation mit ufuq.de, Medienzentrum Parabol, Vision Kino und Jugendschutz.net. Es wurde gefördert durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien.

Online verfügbar: <https://demokratie.jff.de/artikel/diskriminierung-durch-medien/>

Der Aufbau der Plattform wurde in den Jahren 2019 bis 2021 gefördert durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien. Seit 2024 wird diese Plattform gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales.