

## Warum haben Menschen scheinbar weniger Mitleid mit Geflüchteten als mit manch anderen Katastrophenopfern?

Lena Frischlich<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Westfälische Wilhelms-Universität. Münster

Bitte zitieren als: Frischlich, Lena. (2018). *Warum haben Menschen scheinbar weniger Mitleid mit Geflüchteten als mit manch anderen Katastrophenopfern?* Online abrufbar unter <http://www.fachnetzflucht.de/>

Dieser Beitrag wurde unter einer Creative Commons Lizenz lizenziert. Der Inhalt darf zu nicht-kommerziellen Zwecken verwendet werden, solange der Name der Autor\*innen genannt wird.



Online veröffentlicht am: 14.08.2018

Im Juli 2018 machte das Schicksal von zwölf thailändischen Jungen, die nach einem Wanderunfall in einer dramatischen Rettungsaktion aus einer Höhle gerettet wurden, hunderte von Schlagzeilen. Zur gleichen Zeit ertrank im Mittelmeer jede siebte flüchtende Person bei der Reise. Alleine in den drei Tagen zwischen dem 19. und 22. Juni 2018 starben 220 Menschen<sup>1</sup>, während europäische Institutionen Hilfseinsätze von privaten Organisationen mit rechtlichen Schritten verhinderten.

Trotzdem beschäftigten sich die Medien vor allem mit den „Thailand-Jungs“. Suchte man bei Google News nach „Thailand Höhle Kinder“, fanden sich über 48.600 Millionen Einträge – alle großen deutschen Tageszeitungen berichteten über den Fall. Der Medienaufschrei bei den Geflüchteten war deutlich geringer: Weniger als die Hälfte so viele Google News (23.600, Stand 11.08.18) beschäftigten sich zum selben Zeitpunkt mit dem Thema „ertrunkene Flüchtlinge Mittelmeer“.

Warum löste das Schicksal der thailändischen Jungen scheinbar mehr Mitgefühl aus, als das der ertrunkenen Menschen im Mittelmeer? Und welche Rolle spielt die Art wie über die Opfer des Höhlenunglücks und Geflüchtete geredet, welche Bilder geteilt und wie in den Medien insgesamt berichtet wird für dieses scheinbar unterschiedlich stark ausgeprägte Mitgefühl?

**Schlagwörter Inhalt:** Kommunikation, Medien, Empathie, Mitgefühl, Entmenschlichung.

**Schlagwörter Zielgruppe:** Medien, Politik, Zivilgesellschaft.

Eine Antwort auf diese Fragen liegt in der reinen Anzahl an Opfern. Es fällt uns generell leichter, Mitgefühl mit einzelnen Menschen („den Thailand-Jungs“), als mit abstrakten Massen („über 1400 Tote“) oder Gruppen (den „Flüchtlingen“)<sup>2</sup> zu empfinden. Nachrichten, bei denen einzelne Personen und ihre Geschichte im Vordergrund stehen, lösen entsprechend mehr Empathie aus<sup>3</sup>. Das gilt auch für die Berichterstattung über Geflüchtete. 2015 löste das Foto eines geflüchteten Kindes, das ertrunken an den Strand geschwemmt wurde<sup>4</sup> tagelange Berichterstattung aus.

Auch die potentiellen Folgen oder „Kosten“, die mit Hilfeverhalten einhergehen, beeinflussen das Mitgefühl. Der Forscher Bernhard Pörksen hat das Mitfühlen in Thailand „Gratis-Empathie“ genannt<sup>5</sup>. Menschen in Deutschland können sich die Rettung der Jungs in Thailand wünschen, ohne dass die meisten irgendetwas davon tatsächlich im Alltag spüren. Menschen helfen eher, wenn ihnen dadurch wenig „Kosten“ (also z. B. Geld oder Zeit) entstehen<sup>6</sup>.

Dadurch gibt es nahezu keine andere moralisch intuitiv „richtige“ Reaktion als die Rettung der Jugendlichen zu befürworten. Bei der Rettung von Geflüchteten argumentieren aber manche,

dass eine solche Rettung andere gefährden könnte. Durch eine „Signalwirkung“ könnten andere Einwandernde ebenfalls zur Einreise motiviert werden<sup>7</sup>. Langfristig - so das dystopische Szenario vor allem in ultrarechten Medien - würden dadurch Jobs oder sogar Menschen in Deutschland gefährdet. So eine Argumentation erweckt den Eindruck, als müsse man den Schutz zweier Gruppen (Geflüchtete und Einwohner) gegeneinander aufwiegen und Seenotrettung als „Schutzmaßnahme“ verhindern. Das Argument ist fragwürdig, weil eine konkrete Hilfeleistung, Menschen im Hier und Jetzt vor dem Ertrinken zu retten, gegen eine dystopische Zukunftsvision aufgewogen wird. Trotzdem wird versucht, mit solchen Gleichsetzungen den Eindruck zu erwecken, dass es moralisch richtig sein könne, den Opfern in Thailand zu helfen, denen im Mittelmeer aber nicht.

### Die Bedeutung der Bild- und Wortwahl

Auch die Art wie wir über die Ereignisse reden beeinflusst unser Mitgefühl. Während es bei den thailändischen Opfern oft um die „Jungs“ oder die „Kinder“ ging, sprechen einige — auch Politiker\*innen — bei Geflüchteten von „Asyltourismus“, „Flüchtlingswelle“ und „Festung Europa“. Auf den Bildern aus Thailand sieht man lächelnden Teenager, aus dem Mittelmeer erreichen uns Fotos von überfüllten Booten wo man einzelne Gesichter kaum erkennen kann.

Alle diese Begriffe und Bilder sind Beispiele für die *Entmenschlichung* von Geflüchteten und die Inszenierung einer Bedrohung, gegen die man sich schützen müsse. Während Vermenschlichung und Personalisierung Empathie und Mitgefühl fördern, bewirken Entmenschlichung und Bedrohung das Gegenteil. Entmenschlichung führt dazu, dass den Personen weniger Gefühle zugeschrieben werden. Das wiederum fördert negative Einstellungen gegenüber den Entmenschlichten und erleichtert Aggressionen ihnen gegenüber<sup>8</sup>.

Nicht umsonst wird als Beispiel für Entmenschlichung oft das Dritte Reich und die Beschimpfung von jüdischen Personen als Parasiten herangezogen. Ähnliche Wörter („Sozialschmarotzer“) benutzen manche auch

heute wieder. Und mit einer „Flüchtlingswelle“ hat man eben weniger Mitleid als mit einem fußballspielenden Jungen in einer dunklen Höhle.

Dass diese Begriffe einen Unterschied machen, kann man auch selber ganz leicht herausfinden: Man male sich einen „Asyltouristen“ vor dem inneren Auge aus und dann einen „Mann, der vor dem Krieg flieht“. Wahrscheinlich sehen beide ziemlich unterschiedlich aus.

### Was können die Medien tun?

Zusammenfassend empfinden Menschen mehr Mitleid mit einzelnen Personen als mit Gruppen oder Massen. Die Wahrnehmung negativer Konsequenzen von Hilfeverhalten und Entmenschlichung stehen Mitgefühl und Hilfeverhalten hingegen im Wege.

Oft ist das einzige, was Menschen über Katastrophenopfer und Geflüchtete wissen, das was sie aus den Medien erfahren. Medienschaffende können entsprechend viel dazu beitragen, wie viel Mitgefühl den Opfern unterschiedlicher Katastrophen entgegengebracht wird.

Medienschaffende können Geflüchtete als Individuen und Menschen darstellen und damit Empathie begünstigen. Beispiele für solche persönlichen Geschichten finden sich bereits in verschiedenen Medien<sup>9</sup>.

Außerdem können Medienschaffende beeinflussen wie die „Kosten“ für Rettung und Integration von Geflüchteten wahrgenommen werden. Das Aufdecken von logisch unstimmgigen Gleichsetzungen („konkrete Rettung jetzt heißt abstrakte Gefahr in der Zukunft“) und die Vermeidung einer angstinduzierenden Berichterstattung<sup>10</sup> – zum Beispiel durch Begriffe wie „Flüchtlingswelle“, oder „Festung“ könnten hier einen wichtigen Beitrag zur Integration leisten<sup>11</sup>.

Statt zum Beispiel „Zusammengepfercht wie Tiere“ zu sagen, kann man auch „Menschen auf engstem Raum“ schreiben, statt „Flüchtlingswelle“ „geflüchtete Personen“ und statt über „Asyltourismus“ zu debattieren, ließe sich klarstellen, dass geflüchtete Menschen, wie die meisten anderen Menschen auch, einfach nur in Sicherheit leben, lieben, arbeiten wollen.

## Literatur

- <sup>1</sup>Für einen Pressebericht, s. Tageschau.de. Online abrufbar unter:  
<http://www.tagesschau.de/ausland/unhcr-mittelmeer-fluechtlinge-101.html>, zuletzt am 14.07.2018.
- <sup>2</sup>Cameron, C. D., & Payne, B. K. (2011). Escaping affect: How motivated emotion regulation creates insensitivity to mass suffering. *Journal of Personality and Social Psychology*, *100*(1), 1–15.  
<https://doi.org/10.1037/a0021643>
- <sup>3</sup>Oliver, M.-B., Dillard, J. P., Bae, K., & Tamul, D. J. (2012). The effect of narrative news format on empathy for stigmatized groups. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *89*, 205–224.  
<https://doi.org/10.1177/1077699012439020>
- <sup>4</sup>Zeit online (03.09.2015). Toter Flüchtlingsjunge: Vater schildert Tod seiner Familie im Mittelmeer. Online abrufbar unter:  
<https://tinyurl.com/y9wtnc64>, , zuletzt am 29.07.2018.
- <sup>5</sup>RBB (10.07.2018). Online abrufbar unter:  
<https://www.inforadio.de/programm/schema/endungen/int/201807/10/252755.html>, zuletzt am 14.07.2018.
- <sup>6</sup>Böhm, R., Theelen, M. M. P., Rusch, H., & Van Lange, P. A. M. (2018). Costs, needs, and integration efforts shape helping behavior toward refugees. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *115*(28), 7284–7289.  
<https://doi.org/10.1073/pnas.1805601115>
- <sup>7</sup>Maxwill, P., & Peters, D. (2018, August 7). *Flüchtlinge und Retter im Mittelmeer: Müssen wir helfen?* Spiegel Online. Online abrufbar unter <https://tinyurl.com/y6tvlfst>, zuletzt am 11.08.18
- <sup>7</sup>Haslam, N., & Stratemeyer, M. (2016). Recent research on dehumanization. *Current Opinion in Psychology*, *11*, 25–29.  
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.03.009>
- <sup>8</sup>Spiegel online, Themenschwerpunkt Flüchtlingsporträts (seit 2017). Online abrufbar unter:  
[http://www.spiegel.de/thema/fluechtlinge\\_in-deutschland/](http://www.spiegel.de/thema/fluechtlinge_in-deutschland/), zuletzt am 29.07.18.
- Welt.de (ohne Datum). Das sind die neuen Deutschen. Online abrufbar unter  
<https://tinyurl.com/y8ou4cm7>, zuletzt am 29.07.18.
- Puls (14.10.2015). Flüchtlinge in Deutschland. Arbeiten hilft gegen Langeweile. Online abrufbar unter:  
<https://www.br.de/puls/themen/welt/fluechtlinge-arbeit-deutschland-portraits-104.html>, zuletzt am 29.07.18.
- <sup>9</sup>Marcinkowski, F., Bennett, M., Best, J., von Boehn, J., Brinkschulte, F., Brügger, R., ... Tielsch, K. (2017). *Die Quellen der Angst: Populistische Kommunikation und journalis-*

*tische Berichterstattung im Vergleich.* Forschungsbericht des Arbeitsbereichs Kommunikation-, Medien-, und Gesellschaft WWU Münster. Online abrufbar unter  
<https://tinyurl.com/yar9kj4q>. Zuletzt am 29.07.2018.

- <sup>10</sup>Igartua, J.-J., Moral-Toranzo, F., & Fernández, I. (2011). Cognitive, attitudinal, and emotional effects of news frame and group cues, on processing news about immigration. *Journal of Media Psychology*, *23*(4), 174–185.

## Weiterführende Texte

### Zu Mitleid und Mediendarstellungen:

von Engelhardt, J. (2015). Leid und Mitleid: Mediendarstellungen humanitärer Katastrophen und deren Wirkung. *InMind*, *5*. Online abrufbar unter:  
<https://tinyurl.com/y8kmcqn4>, zuletzt am 12.07.2018.

### Zur Bedeutung moralischer Werte:

Pfundmaier, M., Lermer, E., & Frey, D. (2017). „Willkommen in Deutschland“ – Motivationen der Flüchtlingshilfe und deren Folgen. *InMind*, *5*, Online abrufbar unter:  
<https://tinyurl.com/ycg8t8se>, zuletzt am 12.07.2018.

### Zu Entmenschlichung und Integration:

Siem, B., Mazziotta, A. Barbarino, M.-L. & Rohmann, A. (2017) „Zusammengepfercht wie die Tiere“ – Der Einfluss medialer Berichterstattung auf die Entmenschlichung von Geflüchteten, *InMind*, *2*, Online abrufbar unter:  
<https://tinyurl.com/yd7mohxs>, zuletzt am 12.07.2018.

### Zur Bedeutung von Sprache:

Winter, K. (2018). Abstrakt oder konkret: Wie lassen sich Vorurteile durch eine geeignete Wortwahl reduzieren? Online abrufbar unter:  
<https://tinyurl.com/y7p6yr4d>, zuletzt am 12.07.2018.

### Zur Rolle der Medienberichterstattung:

Kießler, A., & Frischlich, L. (2015) Vom rechten Rand auf Seite 1 – Wie die Medien unsere Meinung über Rechtsextremismus und Einwanderung beeinflussen. Online abrufbar unter  
<https://tinyurl.com/y8adgww2>, zuletzt am 12.07.2018.

### Dazu, wie man zu einer individuellen Wahrnehmung von Geflüchteten beitragen kann:

Fetz, K. (2018). „Die sind doch alle gleich!“ – Warum geflüchtete Menschen oft als homogene Gruppe betrachtet werden und welche Maßnahmen zu einer individuellen Wahrnehmung beitragen können, Online abrufbar unter:  
<https://tinyurl.com/y6vo4m4o>, zuletzt am 12.07.2018.