

Gebrechlich, schutzlos, hilflos

Stereotype zu älteren Menschen im medialen Diskurs während der Corona-Pandemie. *Von Janina Myrczik und Eva-Marie Kessler*

Abstract Erste empirische Studien aus den ersten Monaten der Corona-Epidemie im Jahr 2020 zur medialen Repräsentation älterer Menschen deuten auf eine Konjunktur des Stereotyps des verletzlichsten, einsamen und abhängigen alten Menschen hin. Die Stereotype rund um Schutz- und Hilfslosigkeit sind seit langem feste Bestandteile der medialen Berichterstattung über ältere Menschen. Der vorliegende Beitrag greift diesen Aspekt kritisch auf und sammelt erste Studien zu diesem Thema rund um den Kontext der Corona-Pandemie. Ein aktuelles Forschungsprojekt soll in einem interdisziplinären Rahmen noch mehr zur Erforschung von Altersrepräsentation in einer historischen Ausnahmesituation beitragen.

Am 12. März 2020 erklärte die Weltgesundheitsorganisation (WHO) das Coronavirus zur weltweiten Pandemie (vgl. WHO 2020a). Bereits in der Erklärung wurde, wie auch schon frühe Daten aus China zeigten (vgl. Liu et al. 2020; Zhou et al. 2020), chronologisches Alter als bedeutsamer Risikofaktor für Sterblichkeit identifiziert. Auch anfängliche Daten aus Italien und den USA zeigten eine hohe Sterblichkeitsrate für ältere Personen und keine Todesfälle bei unter 30-Jährigen (vgl. Onder et al. 2020). Dadurch kam es zu weiteren Einschätzungen weltweiter Organisationen (vgl. WHO 2020b; RKI 2020b), dass es sich um ein Problem für die ältere Bevölkerung handele, auch wenn schwere Krankheitsverläufe auch bei Jüngeren dokumentiert wurden (vgl. CDC COVID-19 Response Team 2020). Mit dem Fokus auf der Anfälligkeit für das Coronavirus war auch eine Darstellung älterer Menschen in der öffentlichen Debatte vornehmlich als *Schwache, Schutz- und Hilfsbedürftige* (vgl. Kess-

Dr. Janina Myrczik ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Medical School Berlin (MSB) und seit 2020 im Forschungsprojekt „Wie schützen wir die Schwachen? – Altersdarstellungen in deutschen Nachrichtenmagazinen und Zeitungen während der Corona-Pandemie“.

Dr. Eva-Marie Kessler ist Inhaberin der Professur für Gerontopsychologie an der Medical School Berlin (MSB).

ler, 2020; Kessler/Bowen, 2020) zu beobachten. Der vorliegende Beitrag greift diesen Aspekt auf und versucht im Kontext der Corona-Pandemie den medialen Diskurs zu präzisieren und mit Beispielen zu hinterlegen.

Hohes Alter = Defizit?

Bis in die 1980er Jahre dominierten in der Gerontologie, der Gesellschaft und in den Medien defizitorientierte Repräsentationen von Alter. In den letzten beiden Jahrzehnten kam es, unter anderem verbunden mit dem Strukturwandel des Alters und im Kontext der Diskurse um erfolgreiches Altern (vgl. Ylänne 2015) und aktives Altern (vgl. WHO 2014), zu einer Konjunktur positiver, kompetenzorientierter Altersbilder. Tendenziell sind ältere Menschen unterrepräsentiert in Medien (vgl. Kessler et al. 2004; Ylänne 2015), dies betrifft vor allem Frauen (vgl. Martin et al. 2009) sowie Menschen mit Behinderungen und Hochalt-

Die am häufigsten in der Werbung vorkommenden Bilder älterer Menschen sind glückliche, berentete Menschen, Golden Agers und perfekte Großeltern.

rige (vgl. Rozanova 2010; Ylänne 2015). Wenn sie als produktiv und ressourcenreich dargestellt werden, geschieht dies meist überzogen und ohne Charakteristika von hohem Alter und die Darstellungen beziehen sich stärker auf mittleres Alter, sodass es zu starken Differenzierungen von „jungen Alten“ und „alten Alten“ (vgl. Karl 2012) kommt. Abgesehen von der Darstellung des demografischen Wandels und Altern allgemein als große gesellschaftliche Belastungen (vgl. O'Neill/Haydon, 2015) oder als Gebrechlichkeit und Einsamkeit (vgl. Loos/Ivan 2018), werden einzelne Charaktere, vorwiegend jüngere alte Menschen, in den meisten Studien in Werbung, Fernsehen oder Zeitschriften konsequent als aktive, vitale und gut integrierte Gruppe dargestellt (vgl. Kessler et al. 2010; Williams et al. 2010b), was auch auf das Framing der Werbeindustrie zurückzuführen ist, mit dem Anliegen, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen (vgl. Loos/Ekström 2014). Die Bilder von älteren Menschen in der Werbung, die am häufigsten vorkommen, sind glückliche, berentete Menschen, Golden Agers und perfekte Großeltern, wodurch traditionelle, positive Stereotype von älteren Menschen widergespiegelt und bestärkt werden (vgl. Williams et al. 2010a; Williams et al. 2010b; Ylänne 2015). Vor allem junge und idealisierte Formen von Alter(n) sind unmöglich, zu erreichen (vgl. Milner et al. 2012; Ylänne 2015; Zhang et al. 2006). Die mediale Stereotypisierung und Homogenisierung von älteren Menschen ignoriert die Heterogenität und Handlungsfähigkeit bspw. die

eigene Gesundheit (vgl. Markov/Yoon 2020; Yläne 2015) der Altersgruppe.

Bekannte Stereotype zu Beginn der Epidemie

Erste empirische Studien aus den ersten Monaten der Epidemie im Jahr 2020 zur medialen Repräsentation älterer Menschen deuten auf eine Konjunktur des Stereotyps des verletzlichen, einsamen und abhängigen alten Menschen hin. Eine Studie zu Artikeln in führenden US-Zeitungen fand einen Ausschluss der Stimmen von Bewohner:innen in Pflegeheimen sowie deren Darstellung als vornehmlich vulnerabel (vgl. Allen/Ayalon 2020). In spanischen Zeitungen dominierten Darstellungen älterer Menschen als vulnerabel und es wurde in Verbindung mit Tod und Mangel von älteren Personen berichtet (vgl. Bravo-Segar/Villar 2020). Zu ähnlichen Ergebnissen kam eine Studie zu neuseeländischen Nachrichtenmedien, die ältere Menschen ebenfalls als passive, vulnerable und homogene Gruppe mit einem Mangel an Handlungsfähigkeit darstellten (vgl. Morgan et al. 2021). So auch Analysen chinesischer Medien, in denen homogene Darstellungen älterer Menschen als verletzlich, passiv und unterstützungsbedürftig vorherrschen (vgl. Zhang/Liu 2021). Studien auf Twitter zeigten sogar starke altersdiskriminierende Diskurse, die vor allem ältere Menschen lächerlich machten oder die Pandemie herunterspielten, da davon ausgegangen wurde, dass hauptsächlich ältere Menschen betroffen sind (vgl. Jimenez-Sotomayor et al. 2020; Xiang et al. 2020). Jedoch zeigte im Gegensatz dazu eine Studie zu Weibo (Twitter-ähnliche Plattform in China) ein differenziertes Bild älterer Erwachsener, welche überwiegend als handlungsfähige und kompetente Menschen vorkamen (vgl. Xi et al. 2020).

Studien auf Twitter zeigten starke altersdiskriminierende Diskurse, die ältere Menschen lächerlich machten oder die Pandemie herunterspielten.

Darstellung der älteren Menschen aus vielerlei Perspektiven problematisch

Auch wenn nicht vernachlässigt werden sollte, dass die Raten an Infektionen und schwerer Verläufe unter älteren Menschen hoch sind, so ist die Darstellung älterer Menschen als homogene vulnerable Gruppe aus vielerlei Hinsicht problematisch. So wird außer Acht gelassen, dass äußere Lebensumstände und nicht allein die biologische Anfälligkeit Risikofaktoren sind. Es sind vor allem ältere pflegebedürftige Menschen bzw. ältere Menschen mit (mehreren) Vorerkrankungen am stärksten vom Corona-

virus betroffen, die in Pflege- und Altenheimen wohnen (vgl. RKI 2020a). Ältere Menschen hingegen, die ihr Infektionsrisiko durch ihre Wohnverhältnisse reduzieren können, entsprechen weniger dem Bild der Schutzbedürftigen. Daneben werden Menschen mit anderen Risikofaktoren wie Rauchen oder Diabetes, unabhängig vom chronologischen Alter, meist nicht als homogene Gruppe zusammengefasst. Der Fokus auf ältere Menschen als homogene Risikogruppe beinhaltet einseitig-negative Altersbilder durch die Betonung von Vulnerabilität und dem Ausbleiben von Differenzierungen. Negative Altersbilder haben negative Auswirkungen auf die Leistung älterer Menschen und beeinflussen ihre Gesundheit und Wohlbefinden (vgl. Kornadt et al. 2020).

In der Pandemie können die negativen Stereotypisierungen zu Selbstbildern bei älteren Menschen als Bürde für die Gesellschaft wie auch in der Gegenreaktion zur Abgrenzung und Missachtung von Schutzmaßnahmen führen. Zum anderen bergen sie die Gefahr, dass sie Generationen nicht nur gegeneinander ausspielen, sondern sich jüngere Menschen sorgloser verhalten (vgl. Kessler 2020). Zudem können die für ältere entschiedenen Schutzmaßnahmen als Bevormundung älterer Menschen erfahren werden und somit als Verlust von Autonomie und Kontrolle erlebt werden (vgl. Kessler/Bowen 2020). Vielmehr sollte die Vulnerabilität der Gesellschaft als Ganzes in Erinnerung gerufen werden, wodurch auch ein Generationenkonflikt vermieden werden könnte (vgl. Ayalon 2020).

Das Forschungsprojekt IM/AGE-19 untersucht empirisch, wie Altersdarstellungen in deutschen Medien während der Corona-Pandemie ausfallen.

Interdisziplinäres Forschungsprojekt soll mehr empirische Details liefern

Vor diesem Hintergrund untersucht das Forschungsprojekt IM/AGE-19 unter Leitung von Eva-Marie Kessler, Professorin für Gerontopsychologie an der Medical School Berlin, und Annette Franke, Professorin für Gesundheitswissenschaften, Soziale Gerontologie und Methoden und Konzepte der Sozialen Arbeit an der Evangelischen Hochschule Ludwigsburg in zwei Teilstudien empirisch, wie Altersdarstellungen in deutschen Medien während der Corona-Pandemie ausfallen.

In *Teilstudie 1* untersucht das interdisziplinäre Forschungsteam die Partizipation älterer Menschen als Gäste in politischen Talkshows im deutschen Fernsehen. Untersucht wird die Sichtbarkeit älterer Menschen an Corona-bezogenen Diskus-

sionen in den vier führenden Talkshows „Maybrit Illner“, „Anne Will“, „hart aber fair“ und „maischberger. die woche“, die im gesamten Pandemiejahr 2020 ausgestrahlt wurden. Die Zuschauerzahlen bei den Polit-Talkshows in Deutschland liegen bei etwa 15 Prozent (vgl. Quotenmeter 2021) und sind in der Pandemie weiter angestiegen (vgl. Mantel 2020a). Die Reichweite von politischen Talkshows erhöht sich zudem durch die anschließende mediale Besprechung der Sendungen durch Zeitungen (vgl. Roth 2016). In einem sequentiellen Mixed Methods Design (vgl. Creswell et al. 2003) wird die Häufigkeit der Teilnahme als Gäste wie auch die Positionen, die sie in Sendungen zu Corona-bezogenen Themen vertreten, im Vergleich zu jüngeren Gästen analysiert. Erste Befunde zeigen eine Unterrepräsentation älterer Menschen in Sendungen mit Corona-Bezug, vor allem bei Hochaltrigkeit und bei Frauen, was eine doppelte Benachteiligung darstellt. Zudem verwenden ältere Gäste kaum andere Rahmungen der Corona-Pandemie als jüngere Gäste und nutzen ihre Stimme daher kaum, um die Situation älterer Menschen in der Pandemie zu thematisieren.

Ein weiteres Ziel des Projektes ist es, für Öffentlichkeit und Medienschaffende Formen der Thematisierung von Alter(n) zu reflektieren.

Teilstudie 2 analysiert die visuellen Darstellungen älterer Menschen auf Fotos in Artikeln von Online-Nachrichtenportalen. Die Studie analysiert mittels einer quantitativen Bildanalyse die Titelfotos von Corona-bezogenen Artikeln aus den vier Online-Nachrichtenportalen mit den meisten Zugriffen aus dem gesamten Jahr 2020: „T-online.de“, „bild.de“, „spiegel.de“ und „ntv.de“. Die Daten wurden mittels eines Webcrawlings identifiziert und nach Synonymen für Pandemie („Corona“ OR „Covid“ OR „Pandemie“) wie auch für Ältere („alt“ OR „Senior“ OR „Oma“ etc.) gefiltert. Das Sample wird anschließend mittels einer Kombination aus quantitativer Bildanalyse und Frame Analyse analysiert.

Ausblick

Die beiden Teilstudien untersuchen somit in Talkshows die Selbstpräsentation älterer Menschen und in Online-Nachrichtenportalen die Fremdpräsentationen älterer Menschen in deutschen Medien während der Corona-Pandemie. Das von der Josef und Luise Kraft Stiftung in Auftrag gegebene Projekt hat zum einen zum Ziel, einen interdisziplinären Beitrag zur Erforschung von Alterspräsentation in einer historischen Ausnahmesituation zu leisten. Zum anderen sollen für Öffentlichkeit

und Medienschaffende Formen der Thematisierung von Alter(n) reflektiert werden. Mitte des Jahres 2021 folgt ein Fotowettbewerb und im Frühjahr 2022 ein Webinar für Medienschaffende.

Literatur

- Allen, Laura D./Ayalon, Liat (2021): "It's Pure Panic": The Portrayal of Residential Care in American Newspapers During COVID-19. In: *The Gerontologist*, 61. Jg., H. 1, S. 86-97, DOI: 10.1093/geront/gnaa1162.
- Ayalon, Liat (2020): There is nothing new under the sun: ageism and intergenerational tension in the age of the COVID-19 outbreak. In: *International psychogeriatrics*, 32. Jg., H. 10, S. 1221-1224, DOI: 10.1017/S1041610220000575.
- Bravo-Segal, Stephany/Villar, Feliciano (2020): La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo? [Die Darstellung älterer Menschen in Medien während der Corona-Pandemie: eine Wiederkehr von Altersdiskriminierung?]. In: *Rev Esp Geriatr Gerontol*, 55. Jg., H. 5, S. 266-271.
- CDC COVID-19 Response Team (2020): Severe outcomes among patients with coronavirus disease 2019 (COVID-19). In: *Morbidity and Mortality Weekly Report*, 69. Jg., H. 12, S. 343-346, DOI: 10.15585/mmwr.mm6912e2.
- Creswell, John W. et al. (2003): Advances in mixed methods research designs. In: Tashakkori, Abbas/Teddlie, Charles (Hg.): *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. London, S. 209-240.
- Jimenez-Sotomayor, Maria R./Gomez-Moreno, Carolina/Soto-Perez-de-Celis, Enrique (2020): Coronavirus, Ageism, and Twitter: An Evaluation of Tweets about Older Adults and COVID-19. In: *Journal of the American Geriatrics Society*, 68. Jg., H. 8, S. 1661-1665, DOI: 10.1111/jgs.16508.
- Karl, Fred (2012): *Das Altern der „neuen“ Alten*. Münster.
- Kessler, Eva-Marie/Rakoczy, Katrin/Staudinger, Ursula M. (2004): The portrayal of older people in prime time television series: The match with gerontological evidence. In: *Ageing and Society*, 24. Jg., H. 4, S. 531-552.
- Kessler, Eva-Marie (2020): Corona-Pandemie Ältere Menschen sind mehr als die Risikogruppe. *Psychotherapie im Alter*. In: *Psychotherapie im Alter*, 17. Jg., H. 3, S. 367-372, DOI: 10.30820/1613-2637-2020-3-367.
- Kessler, Eva-Marie/Bowen, Catherine E. (2020): COVID ageism as a public mental health concern. In: *The Lancet*, 1. Jg., H. 1, e12, DOI: 10.1016/S2666-7568(20)30002-7.
- Kornadt, Anna E. et al. (2020): Views on ageing: a lifespan perspective. In: *Eur J Ageing*, 17. Jg., H. 4, S. 387-401, DOI: 10.1007/s10433-019-00535-9.
- Liu, Kai/Chen et al. (2020): Clinical features of COVID-19 in elderly patients. A comparison with young and middle-aged patients. In: *J Infect*, 80. Jg., H. 6, e14-e18, DOI: 10.1016/j.jinf.2020.03.005.
- Loos, Eugene F./Ekström, Maria (2014): Visually representing the generation of older consumers as a diverse audience: Towards a multidimensional market

- segmentation typology. In: *Participations*, 11. Jg., H. 2, S. 258-273.
- Loos, Eugene/Ivan, Loredana (2018): *Visual ageism in the media*. In: Ayalon, Liat/Tesch-Römer, Clemens (Hg.): *Contemporary Perspectives on Ageism*. Wiesbaden, S. 11-32.
- Mantel, Uwe (2020a): *Nach zwei Monaten Ausnahmezustand Corona-Quotenbilanz: Die großen Gewinner und Verlierer*. In: DWDL vom 15.5. https://www.dwdl.de/magazin/77648/coronaquotenbilanz_die_grossen_gewinner_und_verlierer/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=.
- Mantel, Uwe (2020b): *Online-IVW im November „Spiegel“ wieder vor ntv.de, „Tagesspiegel“ verdrängt stern.de*. In: DWDL vom 8.12. https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/80612/spiegel_wieder_vor_ntvde_tagesspiegel_verdraengt_sternde/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=.
- Markov, Čedomir/Yoon, Youngmin (2020): *Diversity and age stereotypes in portrayals of older adults in popular American primetime television series*. In: *Ageing and Society*, S. 1-21, DOI: 10.1017/S0144686X20000549.
- Martin, Ashley. E./North, Michael S./Phillips, Katherine W. (2019): *Intersectional escape: Older women elude agentic prescriptions more than older men*. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45. Jg., H. 3, S. 342-359, DOI: 10.1177/0146167218784895.
- Milner, Colin/Van Norman, Kay/Milner, Jenifer (2012): *The media's portrayal of ageing*. In: Beard, John et al. (Hg.): *Global population ageing: Peril or promise*. World Economic Forum, S. 25-28.
- Morgan, Tessa et al. (2021): *COVID-19 and the portrayal of older people in New Zealand News media*. In: *Journal of the Royal Society of New Zealand*, 51. Jg., H. 1, S. 127-142, DOI: 10.1080/03036758.2021.1884098.
- Onder, Graziano/Rezza, Giovanni/Brusaferro, Silvio (2020): *Case-Fatality Rate and Characteristics of Patients Dying in Relation to COVID-19 in Italy*. In: *JAMA*, H. 323, S. 1775-1776, DOI: 10.1001/jama.2020.4683.
- O'Neil, Moira/Haydon, Abigail (2015): *Aging, agency and attribution of responsibility: Shifting public discourse about older adults*. FrameWorks Institute. http://frameworksinstitute.org/assets/files/aging_ffa_final_090215.pdf.
- Quotenmeter (2021): *«maybrit illner» bleibt die gefragteste Politik-Talkshow in Deutschland*. <https://www.quotenmeter.de/n/125819/maybrit-illner-bleibt-die-gefragteste-politik-talkshow-in-deutschland>.
- Robert Koch-Institut (RKI) (2020a): *Prävention und Management von COVID-19 in Alten- und Pflegeeinrichtungen und Einrichtungen für Menschen mit Beeinträchtigungen und Behinderungen*. https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Alten_Pflegeeinrichtung_Empfehlung.pdf;jsessionid=E1243ABE0981E4D32B921CD3C465E1D6.inter-net111?__blob=publicationFile.

- Robert Koch-Institut (RKI) (2020b): *Informationen und Hilfestellungen für Personen mit einem höheren Risiko für einen schweren COVID-19-Krankheitsverlauf*. https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Risikogruppen.html.
- Roth, Franziska S. (2016): *Die Rezeption politischer Talkshows im Fernsehen. Der Einfluss des Unterhaltungserlebens auf die Informationsverarbeitung*. Wiesbaden.
- Rozanova, Julia (2010): *Discourse of successful aging in The Globe & Mail: Insights from critical gerontology*. In: *Journal of Aging Studies*, 24. Jg., H. 4, S. 213-222, DOI: 10.1016/j.jaging.2010.05.001.
- WHO (2014): „Ageing well” must be a global priority. <https://www.who.int/news/item/06-11-2014--ageing-well-must-be-a-global-priority>.
- WHO (2020a): WHO erklärt COVID-19-Ausbruch zur Pandemie. <https://www.euro.who.int/de/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/3/who-announces-covid-19-outbreak-a-pandemic>.
- WHO (2020b): *Leaders speak out about their concerns regarding older people in the context of COVID-19*. <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/leaders-speak-out-older-people-covid-19>.
- Williams, Angie et al. (2010a): *Portrayals of older adults in UK magazine advertisements: Relevance of target audience*. In: *Communications: The European Journal of Communication Research*, 35. Jg., H. 1, S. 1-27.
- Williams, Angie/Wadleigh, Paul/Ylänne, Virpi (2010b). *Images of older people in UK magazine advertising: Toward a typology*. In: *International Journal of Aging and Human Development*, 71. Jg., H. 2, S. 83-114.
- Xi, Wanyu et al (2020): *A thematic analysis of Weibo topics (Chinese Twitter Hashtags) regarding older adults during the COVID-19 outbreak*. In: *J Gerontol B Psychol Sci Soc Sci*, gbaa148, DOI: 10.1093/geronb/gbaa148.
- Xiang, Xiaoling et al. (2021): *Modern Senicide in the Face of a Pandemic: An Examination of Public Discourse and Sentiment About Older Adults and COVID-19 Using Machine Learning*. In: *The journals of gerontology. Series B, Psychological sciences and social sciences*, 76. Jg., H. 4, e190–e200, DOI: 10.1093/geronb/gbaa128.
- Ylänne, Virpi (2015): *Representations of ageing in the media*. In: *Twigg, Julia/ Martin, Wendy (Hg.): Routledge handbook of cultural gerontology*. London, S. 369-375.
- Zhang, Yan B. et al. (2006): *The portrayal of older adults in advertising: A cross-national review*. In: *Journal of Language and Social Psychology*, 25. Jg., H. 3, S. 264-282, DOI: 10.1177/0261927X06289479.
- Zhang, Jingjing/Liu, Xiaoting (2021): *Media representation of older people's vulnerability during the COVID-19 pandemic in China*. In: *European journal of ageing*, S. 1-10. Online-Vorabpublikation, DOI: 10.1007/s10433-021-00613-x.

Zhou, Fei et al. (2020): *Clinical course and risk factors for mortality of adult inpatients with COVID-19 in Wuhan, China: A retrospective cohort study*. In: *The Lancet*, H. 395 (10229), S. 1054-1062, DOI: 10.1016/S0140-6736(20)30566-3.