

# Der kleine Bund

## «Es ist Fakt, dass frauenfeindliche Inhalte schädlich sind»

**Psychologin über Hass gegen Frauen** Christa Nater hat die Auswirkung misogynen Medieninhalte auf menschliches Verhalten untersucht. Sie sagt, wieso der Effekt bei Jugendlichen besonders ausgeprägt ist.

Jessica King

«Feminismus ist eine Lüge und Frauen haben ohne Männer keinerlei Macht», das schrieb der Influencer Andrew Tate vor ein paar Tagen auf X. Tate ist das wohl bekannteste Gesicht für Frauenhass im Internet. Aber er handelt nicht alleine: Frauenfeindliche Inhalte gedeihen in der digitalen Welt, nicht nur in Posts von Antifeministen, sondern auch in sexistischen Musikvideos, gewaltverherrlichenden Pornos oder Videospielen.

Haben solche Inhalte einen Einfluss auf das menschliche Verhalten in der realen Welt? Ja, und zwar einen eindeutigen, sagen nun Forschende der Universität Bern: Je mehr jemand frauenfeindliche Inhalte konsumiert, desto feindseliger würden das Verhalten und die Einstellung gegenüber Frauen. Egal, ob es sich bei den Inhalten um Bilder, Videos, Werbungen, Texte oder Posts in den sozialen Medien handelt. Für die Studie hat das internationale Team um Studienleiterin und Psychologin Christa Nater Daten aus 257 Studien mit über 130'000 Menschen gesammelt, analysiert und ausgewertet.

**Frau Nater, war dieses Resultat nicht ein wenig zu erwarten?**

Man hat vielleicht das Gefühl, dass der Zusammenhang offensichtlich sei. Aber so einfach ist das nicht. Als Beispiel: Nur weil Sie einen Krimi lesen, in dem eine Frau ihren Mann erschießt, machen Sie das am nächsten Tag auch nicht selber. Zudem hat die Forschung bisher vor allem Auswirkungen von sehr spezifischen Formaten erforscht, etwa der Pornografie. Unsere Studie ist die erste umfassende, wir haben dafür etliche Feldstudien, Befragungen und Experimente analysiert, und können jetzt sagen: Es ist Fakt, dass frauenfeindliche Inhalte schädlich sind.

**Aus welchem Grund reagieren Menschen so darauf?**

Das kann man mit Lerntheorien erklären. Wir imitieren beobachtetes Verhalten. Vereinfacht gesagt: Wer sieht, dass sexistische Witze oder demütigendes Verhalten in den Medien gang und gäbe und quasi toleriert sind, verhält sich gegenüber Frauen auch selbst eher negativ. Dieser Effekt ist nicht bei allen gleich ausgeprägt – bei Jugendlichen aber besonders.

**Kann man das an einer Zahl festmachen?**

In unserer Studie haben 10- bis 18-Jährige doppelt so feindselig reagiert wie Erwachsene. Ältere Menschen mit mehr Lebenserfahrung waren weniger beeinflusst.

**Macht es einen Unterschied, ob Männer oder Frauen solche Inhalte sehen?**

Jein. Männer reagieren im Durchschnitt stärker, aber Frauen sind nicht immun. Beide Geschlechter sind feindseliger gegenüber Frauen, wenn sie demütigen-



Christa Nater ist Postdoktorandin in der Abteilung Soziale Neurowissenschaft und Sozialpsychologie am Institut für Psychologie der Universität Bern. Foto: Adrian Moser

**«Frauen sind nicht immun. Enthalten die Medieninhalte aber Gewalt gegen Frauen, hat das nur bei Männern einen Effekt.»**

de oder pornografische Inhalte konsumieren. Enthalten die Medieninhalte aber Gewalt gegen Frauen, hat das nur bei Männern einen Effekt.

**Wie erklären Sie sich das?**

Gewalt ist sehr leicht als frauenfeindlich zu erkennen. Frauen identifizieren sich stärker mit den Opfern und zeigen deshalb weniger negative Reaktionen. De-

mütigende oder pornografische Inhalte sind hingegen oft subtiler – es ist nicht sofort offensichtlich, dass sie gegen Frauen gerichtet sind. Nehmen wir etwa das populäre Videospiel «Grand Theft Auto»: Dort sind Frauen primär Dekoration, stehen als Prostituierte am Strassenrand oder tanzen an der Stange. Das fällt unter diese Kategorie.

**Hängt eine Reaktion auf frauenfeindliche Inhalte nicht auch davon ab, welche Meinungen und Werte jemand vertritt?**

Nur teilweise. Wir haben in unserer Übersichtsstudie auch Experimente mit einbezogen, in denen die Probandinnen und Probanden entweder frauenfeindliche oder neutrale Inhalte schauen mussten. Man sah danach einen deutlichen Unterschied im Verhalten. Natürlich gibt es Menschen, die reflektierter sind oder sich stärker mit Frauenrechten

identifizieren, aber im Durchschnitt zeigt die grosse Masse – wir haben Daten von 133'000 Teilnehmenden – die Effekte deutlich.

**Wie ändert sich denn das Verhalten der Menschen?**

Besonders häufig sahen wir, dass die Probandinnen und Probanden den Frauen ihre Menschlichkeit absprachen. Sprich: Sie betrachteten den Körper der Frauen als Objekt und verhielten sich ihnen gegenüber aggressiver. Frauen wurden sogar vermehrt als schuldig dafür angesehen, wenn sie Opfer einer Vergewaltigung wurden.

**Was sollten wir aus diesen Erkenntnissen lernen?**

Das ist letztlich eine gesellschaftliche Frage: Wie viel Feindseligkeit gegenüber Gruppen wollen wir tolerieren? Eine Schlussfolgerung ist sicher, dass es mehr Kontrolle braucht. Man könnte sogar Verbote von bestimmten Inhalten nachdenken, gerade in den sozialen Medien, weil junge Menschen so vulnerabel sind. Andere Länder sind da schon weiter: In Grossbritannien gibt es zum Beispiel sehr strikte Regeln gegen stereotype Darstellungen in der Werbung.

**Australien hat vor kurzem soziale Medien für unter 16-Jährige ganz verboten – die Regierung argumentierte unter anderem damit, dass sie die Kinder vor gewalttätigen und misogynen Inhalten schützen will. Was halten Sie davon?** Das ist durchaus eine Überlegung wert. Ich weiss nicht, ob

man die sozialen Medien insgesamt verbieten muss, aber meines Erachtens muss man gezielt gegen Inhalte vorgehen, die Gruppen abwerten oder Gewalt verherrlichen.

**Könnte man bei Jugendlichen nicht auch die Eltern in die Verantwortung nehmen? Nur schon, indem sie ein gutes Vorbild sind?**

Wir werden aber nicht nur von den Eltern sozialisiert, sondern von der ganzen Gesellschaft. Wir unterschätzen die Wirkung, die dieses Umfeld auf uns hat. Auch Muster wie Gewalt gegen Frauen und Femizide hängen mit unseren tief sitzenden Stereotypen zusammen, die wir alle bewusst oder unbewusst haben. Zu glauben, man sei immun dagegen, halte ich für sehr hoch gegriffen.

**Es gibt Studien, wonach insbesondere junge Männer wieder ein traditionelles Rollenbild vertreten, in den USA etwa wird dieses auch von der Maga-Bewegung gezielt eingesetzt. Sehen Sie hier einen Zusammenhang zu frauenfeindlichen Medien?**

Das ist zumindest denkbar, wobei politische Orientierung und Frauenfeindlichkeit zwei verschiedene Dinge sind. Wichtig ist hier, zu sagen, dass der Mechanismus wie ein Kreislauf wirkt, der sich selbst verstärkt. Wer sucht solche Inhalte? Jene, die sich dafür interessieren. Und was bewirken die Inhalte? Sie führen zu mehr Frauenfeindlichkeit. So steigt wieder das Interesse an dem Content, und die Effekte kumulieren sich.

**Die Menschen sind ehrlicher als ihr Ruf**

**Studie über Betrug** Viele glauben, Unehrlichkeit sei allgegenwärtig. Eine Studie zeigt das Gegenteil.

Donald Trump liesse sich als das grösste Arbeitsbeschaffungsprogramm für Faktenprüfer begreifen. Wann immer er den Mund öffnet, wann immer seine Finger über das Smartphonedisplay tippen, um so etwas wie einen Text in die Social-Media-Arena zu schiessen, gerät die Wahrheit unter die Räder. Trump feuert allerdings mit einer so hohen Kadenz, dass selbst ein Fussballstadion voller motivierter Faktenprüfer die weisse Flagge hissen müssten: Da kommt niemand hinterher.

Der US-Präsident hat sich in den Augen vieler so zu einer Figur entwickelt, in der sich das Schlechte im Menschen wie in einem hochprozentigen Destillat konzentriert. Wer ohnehin Zweifel am Guten im Menschen hegt, findet in dieser Person täglich Bestätigung für seine Ansicht.

Doch auch sonst bietet die unmittelbare Gegenwart ausreichend Anlässe, um am Menschen zu zweifeln. In diesem Sinne soll im Folgenden der Versuch unternommen werden, als winziges Gegengewicht die positiven Ergebnisse einer grossen Studie darzustellen. Wie ein Team um Jaereef Martuza von der Norwegian School of Economics in Bergen im «Journal of Experimental Social Psychology» berichtet, sind die Menschen doch besser als ihr Ruf: Sie verhalten sich deutlich ehrlicher, als ihre Mitmenschen im Durchschnitt glauben.

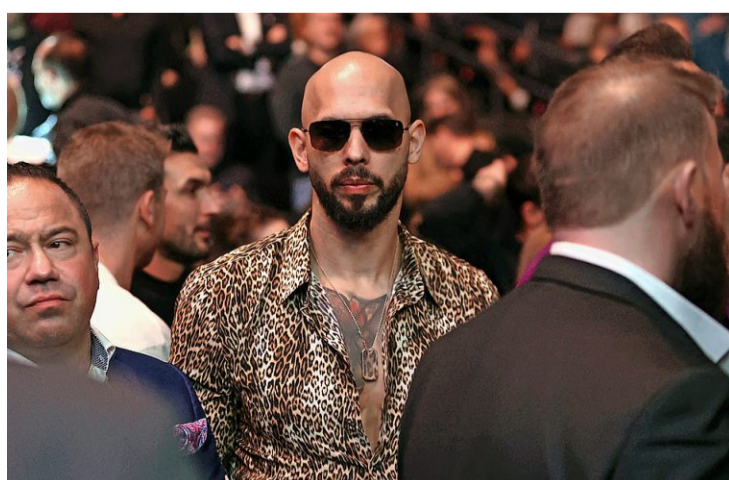
**«Das Fehlen von Ehrlichkeit hat gravierende Folgen»**

Für die Studie werteten die Forscher Daten von etwa 10'000 Teilnehmenden aus. Ein Grossteil nahm an Spielen teil, in denen sie leicht betrügen konnten, ohne Konsequenzen fürchten zu müssen. Die Forscher baten nun Probanden um eine Einschätzung zum Ausmass der Unehrlichkeit der anderen Teilnehmer. Im Schnitt überschätzten die Befragten den Hang zum Betrug um 13,6 Prozentpunkte. Lediglich ein Viertel der Probanden unterschätzte, wie oft andere betrogen. 11 Prozent der Befragten gaben eine weitgehend korrekte Antwort ab. Mit freundlichen Worten ausgedrückt: Die Menschen sind also ehrlicher als ihr Ruf.

«Ehrlichkeit ist wie die Luft, die uns umgibt», schreiben die Forscher, «wir nehmen ihre Präsenz normalerweise nicht wahr, aber ihr Fehlen hat gravierende Folgen.» Es hat jedoch auch Folgen, die Häufigkeit unehrlichen Verhaltens zu überschätzen, wie die Forscher beobachtet haben. Skeptische Führungskräfte neigten demnach stärker dazu, Angestellte am Arbeitsplatz zu überwachen und zu schikanieren. Wer Menschen für grundsätzlich arglistige Betrüger hält, klopfte ihnen eben fester auf die Finger.

Sobald das Team um Martuza den Managern allerdings korrekte Informationen über das Ausmass an Unehrlichkeit gab, neigten diese zu milderem Verhalten. Wer anderen nicht reflexartig niedere Motive unterstellt, scheint also selbst eine bessere Person zu werden. Und dass die meisten Menschen dazu berechtigten Anlass geben, ist doch mal eine gute Nachricht.

Sebastian Herrmann



Influencer Andrew Tate ist das Gesicht der «Manosphere» – eine Gegenbewegung zum feministischen Fortschritt. Foto: Getty Images/AFP