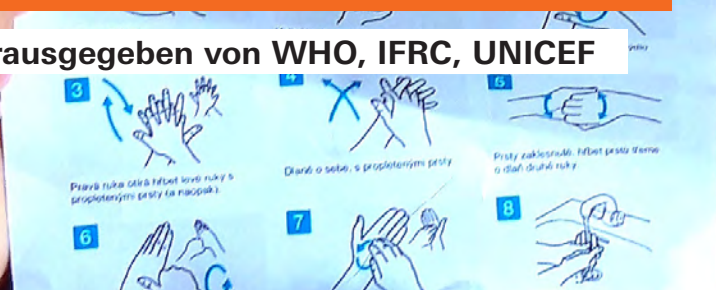


Soziale Stigmatisierung durch COVID-19

Leitfaden zur Prävention und
Bekämpfung von sozialer
Stigmatisierung

Herausgegeben von WHO, IFRC, UNICEF



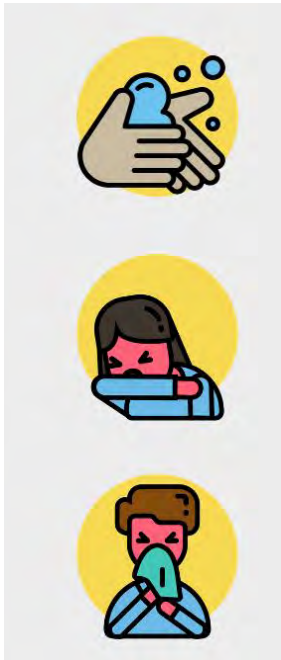
Dieser von UNICEF, der WHO und der IFRC entwickelte Leitfaden zur Prävention und Bekämpfung sozialer Stigmatisierung im Zusammenhang mit COVID-19 soll Regierungen, Medien und lokale Organisationen unterstützen. Übersetzt von UNICEF Österreich im Mai 2020.

Soziale Stigmatisierung im Zusammenhang mit COVID-19

Ein Leitfaden zur Prävention und Bekämpfung von sozialer Stigmatisierung¹

Zielgruppe: Regierungen, Medien und lokale Organisationen, die sich mit der neuen Coronavirus-Krankheit (COVID-19) befassen.

Was ist soziale Stigmatisierung?



Soziale Stigmatisierung im Zusammenhang mit Gesundheit ist eine negative Assoziation zwischen einer Person oder Personengruppe mit gemeinsamen Merkmalen und einer spezifischen Krankheit. Das kann dazu führen, dass Menschen diskriminiert, ausgegrenzt und stereotypisiert werden. Durch die zugeschriebene Verbindung zu einer Krankheit können Personen auch einen Statusverlust erleiden.

Soziale Stigmatisierung wirkt sich nicht nur negativ auf die Erkrankten selbst aus, sondern kann ihr gesamtes Umfeld, wie Familien, FreundInnen und andere Bezugspersonen, beeinflussen. Auch Menschen, die selbst nicht an der Krankheit leiden, aber Eigenschaften mit einer stigmatisierten Gruppe teilen, können von Diskriminierung betroffen sein.

Der Ausbruch von COVID-19 hat soziale Stigmatisierung gegenüber Menschen mit bestimmten ethnischen Hintergründen und gegenüber Personen, die mit dem Virus in Kontakt gekommen sind, hervorgerufen.

Warum verursacht COVID-19 soziale Stigmatisierung?

Der Grad der Stigmatisierung ist von drei Hauptfaktoren abhängig: Erstens die Neuartigkeit der Krankheit und die damit einhergehenden Unsicherheiten, zweitens die Angst vor dem Unbekannten und drittens die Leichtigkeit, diese Angst mit „anderen“ zu verknüpfen.

Es ist nachvollziehbar, dass in der Öffentlichkeit Verwirrung, Unsicherheit und Angst verbreitet sind - leider schüren diese Faktoren soziale Stigmatisierung.

Was sind die Auswirkungen?

Stigmatisierung kann den sozialen Zusammenhalt untergraben und eine Isolation von Gruppen verursachen, was zu einer schnelleren Ausbreitung der Krankheit beitragen könnte. Das kann auch zu schwerwiegenden Gesundheitsproblemen und Schwierigkeiten bei der Kontrolle eines Krankheitsausbruchs führen.

¹ Dieser Leitfaden enthält Empfehlungen des Johns Hopkins Center für Kommunikationsprogramme, READY Network.

Stigmatisierung kann:

- Menschen dazu bringen, die Krankheit zu verbergen, um Diskriminierung zu vermeiden.
- Menschen daran hindern, sofort medizinische Versorgung in Anspruch zu nehmen.
- Menschen davon abhalten, gesunde Verhaltensweisen anzunehmen.

Wie kann soziale Stigmatisierung bekämpft werden?

Es gibt deutliche Hinweise darauf, dass Stigmatisierung und Angst im Zusammenhang mit übertragbaren Krankheiten die Maßnahmen zur Bekämpfung der Krankheit erschweren. Positiv wirken der Aufbau von Vertrauen in verlässliche Gesundheitsdienste und Beratung, Einfühlungsvermögen für Betroffene sowie das Ergreifen wirksamer, praktischer Maßnahmen. Dadurch können Menschen sich selbst und ihre Angehörigen schützen.

Die Art und Weise, wie über COVID-19 kommuniziert wird, ist entscheidend, um Menschen dabei zu unterstützen, wirksame Maßnahmen zur Bekämpfung der Krankheit zu ergreifen und Angst und Stigmatisierung zu vermeiden. Es muss ein Umfeld geschaffen werden, in dem die Krankheit und ihre Auswirkungen offen, ehrlich und wirksam diskutiert und angesprochen werden können.

Hier sind einige Tipps, wie soziale Stigmatisierung vermieden und bekämpft werden kann:

1. Die Wortwahl ist wichtig: Dos and Don'ts in Bezug auf das neue Coronavirus
2. Alle können ihren Beitrag leisten: Einfache Ideen, um Stigmatisierung entgegenzuwirken
3. Botschaften und Kommunikationstipps

1. Die Wortwahl ist wichtig

Beim Sprechen über COVID-19 können bestimmte Wörter, wie z.B. Verdachtsfall oder Isolation, eine negative Bedeutung für Menschen haben und stigmatisierende Einstellungen schüren. Sprache kann bestehende negative Stereotypen oder Annahmen verhärten, falsche Assoziationen zwischen der Krankheit und anderen Faktoren verstärken, Angst erzeugen und verbreiten oder diejenigen, die an der Krankheit leiden, entmenschlichen.

Dadurch können Menschen davon abgehalten werden, sich untersuchen bzw. testen zu lassen und Quarantäne einzuhalten. Wir empfehlen in allem Kommunikationskanälen eine Sprache zu verwenden, die den Menschen an erste Stelle setzt, ihn respektiert und befähigt. Worte, die in Medien verwendet werden, sind besonders wichtig, da sie die populäre Sprache und die öffentliche Kommunikation über das neue Coronavirus prägen. Negative Berichterstattung kann die Art und Weise beeinflussen, wie Menschen wahrgenommen und behandelt werden.

Es gibt viele konkrete Beispiele dafür, wie die Verwendung einer inklusiven Sprache und einer weniger stigmatisierenden Terminologie bei der Kontrolle von Epidemien und Pandemien, wie HIV, TB und der H1N1-Grippe, helfen kann.²

² UNAIDS-Terminologie-Richtlinien: von „AIDS-Opfern“ zu „Menschen, die mit HIV leben“; von „Kampf gegen AIDS“ zu „Antwort auf AIDS“.

Dos und Don'ts beim Sprechen über die neue Coronavirus-Krankheit (COVID-19):	
DO: Sprechen Sie über die neue Coronavirus-Krankheit (COVID-19).	DON'T: Verbinden Sie weder Orte noch ethnische Zugehörigkeit mit der Krankheit: Es handelt sich nicht um ein „Wuhan-Virus“, „chinesisches Virus“ oder „asiatisches Virus“. Der offizielle Name für die Krankheit „COVID-19“ wurde bewusst gewählt, um eine Stigmatisierung zu vermeiden: „CO“ steht für Corona, „VI“ für Virus und „D“ für Krankheit (engl. „disease“), „19“ da die Krankheit 2019 erstmals auftrat.
DO: Sprechen Sie über „Menschen, die COVID-19 haben“, „Personen, die wegen COVID-19 behandelt werden“, „Menschen, die sich von COVID-19 erholen“ oder „Menschen, die nach der Ansteckung mit COVID-19 gestorben sind“.	DON'T: Bezeichnen Sie Menschen nicht als „COVID-19-Fälle“ oder „COVID-19-Opfer“.
DO: Sprechen Sie über „Personen, die möglicherweise / vermutlich COVID-19 haben“.	DON'T: Reden Sie nicht von „COVID-19 Verdächtigen“ oder „Verdachtsfällen“.
DO: Sprechen Sie über „Menschen, die an COVID-19 erkranken“ oder „Personen, die COVID-19 bekommen“.	DON'T: Sprechen Sie nicht von „Menschen, die andere Menschen anstecken“ oder „den Virus verbreiten“, da dies eine bewusste Übertragung impliziert. Die Verwendung einer kriminalisierenden oder entmenschlichenden Terminologie erweckt den Eindruck, dass die Erkrankten etwas falsch gemacht haben oder weniger menschlich sind als der Rest. Das führt zu Stigmatisierung, untergräbt das Mitgefühl und schürt möglicherweise eine allgemeine Abneigung dagegen, sich behandeln zu lassen oder an Vorsorgeuntersuchungen, Tests und Quarantänemaßnahmen teilzunehmen.
DO: Sprechen Sie über das Risiko von COVID-19, basierend auf wissenschaftlichen Daten und den neuesten offiziellen Gesundheitsratschlägen.	DON'T: Wiederholen oder teilen Sie keine unbestätigten Gerüchte und vermeiden Sie eine übertriebene Sprache, die darauf abzielt, Ängste zu erzeugen wie z.B. „Pest“ oder „Apokalypse“.
DO: Sprechen Sie positiv und betonen Sie die Wirksamkeit von Präventions- und Behandlungsmaßnahmen. Für die meisten Menschen handelt es sich um eine überwindbare Krankheit. Es gibt einfache Möglichkeiten, um uns selbst, Angehörige sowie gefährdete Menschen zu schützen.	DON'T: Betonen Sie weder das Negative noch bedrohliche Botschaften und befassen Sie sich auch selbst nicht lange damit. Wir müssen zusammenarbeiten, um die am meisten gefährdeten Menschen zu schützen.

2. Alle können ihren Beitrag leisten

Regierungen, BürgerInnen, Medien, SchlüsselakteurInnen und Gemeinschaften spielen eine wichtige Rolle dabei, Stigmatisierung von Menschen zu vermeiden und zu beenden. Jede/r kann aufmerksam und bedacht über soziale Medien und andere Plattformen kommunizieren und so positive Verhaltensweisen im Zusammenhang mit der neuen Coronavirus-Krankheit unterstützen.

Hier sind einige Beispiele, Tipps und Handlungsmöglichkeiten, um sozialer Stigmatisierung entgegenzuwirken:

Fakten verbreiten: Stigmatisierung kann durch unzureichendes Wissen darüber, wie COVID-19 übertragen, behandelt und verhindert werden kann, verstärkt werden. Wichtig sind die Sammlung, Konsolidierung und Verbreitung von genauen länderspezifischen und gemeindespezifischen Informationen über (1) betroffene Gebiete, (2) die Anfälligkeit von Einzelpersonen und Gruppen für COVID-19, (3) Behandlungsmöglichkeiten sowie (4) den Zugang zu medizinischer Versorgung und fachlichen Informationen. Verwenden Sie dabei eine einfache Sprache. Soziale Medien sind nützlich, um eine große Anzahl von Menschen zu relativ geringen Kosten zu erreichen.³

Influencer ins Boot holen⁴: Personen mit einer großen Reichweite, z.B. Prominente, können darüber zum Nachdenken anregen, wie man Menschen, die stigmatisiert werden, unterstützen kann und Botschaften gegen Stigmatisierung verbreiten. Die Informationen sollten dabei zielgerichtet sein. Influencer müssen persönlich engagiert sein und geographisch sowie kulturell dem Publikum, das sie beeinflussen möchten, entsprechen.

Stimmen verstärken: Betonen Sie Stimmen, Geschichten und Bilder von der lokalen Bevölkerung, die das neue Coronavirus (COVID-19) erlebt und sich erholt haben oder die einen geliebten Menschen bei der Genesung unterstützt haben. Außerdem sollen „HeldInnen“ vor den Vorhang geholt werden, um z.B. PflegerInnen und medizinisches Personal zu ehren und deren Stigmatisierung entgegenzuwirken.

Unterschiedliche ethnische Gruppen porträtieren: Stellen Sie sicher, dass Sie bei Ihren Maßnahmen und Materialien aufzeigen, dass alle Menschen betroffen sind und zusammenarbeiten, um die Verbreitung von COVID-19 zu verhindern. Achten Sie darauf, dass Schriftart, Symbole und Formate neutral sind und keine bestimmte Gruppe suggerieren.

³ Nigeria konnte den Ebola-Ausbruch im Jahr 2014 erfolgreich eindämmen. Dies gelang unter anderem durch den Einsatz gezielter Kampagnen in sozialen Medien, um korrekte Informationen zu verbreiten und um auf Twitter und Facebook verbreitete Falschmeldungen zu korrigieren. Die Intervention war besonders effektiv, weil internationale Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Influencer auf sozialen Medien, Prominente und Blogger ihre reichweitenstarken Plattformen nutzten, um Informationen und Meinungen weiterzuleiten. Fayoyin, A. 2016. Einsatz von sozialen Medien für die Gesundheitskommunikation in Afrika: Ansätze, Ergebnisse und Lehren. Zeitschrift für Massenkommunikation und Journalismus, 6(315).

⁴ Der Begriff "Angelina Jolie-Effekt" wurde von ForscherInnen im Bereich der öffentlichen Gesundheitskommunikation geprägt, um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass die SchauspielerIn Angelina Jolie sich nach 2013 mehrere Jahre lang einer viel berichteten präventiven doppelten Mastektomie unterzog und im Internet vermehrt über die Genetik und Tests von Brustkrebs recherchiert wurde. Der „Effekt“ deutet darauf hin, dass prominente BefürworterInnen als vertrauenswürdige Quellen die Öffentlichkeit wirksam beeinflussen können, nach Gesundheitswissen zu suchen, sowie ihre Einstellung zu und die Inanspruchnahme von Gesundheitsdiensten für Covid-19.

Ethischer Journalismus: Berichterstattung, die sich zu sehr auf das individuelle Verhalten und die Verantwortung einzelner für das Vorhandensein und die Verbreitung von COVID-19 konzentriert, kann die Stigmatisierung verstärken. Manche Medien haben sich zum Beispiel darauf konzentriert, über die Quelle von COVID-19 zu spekulieren und versucht, in jedem Land „PatientIn Null“ zu identifizieren. Auch die Betonung der Bemühungen, einen Impfstoff zu finden, kann die Angst verstärken und den Eindruck von Machtlosigkeit erwecken. Fördern Sie stattdessen Inhalte rund um grundlegende Praktiken zur Infektionsprävention, die Symptome von COVID-19 und wann man medizinische Versorgung in Anspruch nehmen sollte.

Zusammenarbeiten: Es gibt eine Reihe von Initiativen, um Stigmatisierung und Stereotypisierung entgegenzuwirken. Es ist entscheidend, solche Aktionen zu unterstützen um eine gemeinsame Bewegung und ein positives Umfeld zu schaffen, um so sozialen Zusammenhalt und Empathie zu stärken.

3. Botschaften und Kommunikationstipps

Fehlinformationen und Gerüchte verbreiten sich „infodemisch“ – schneller als der aktuelle Ausbruch des neuen Coronavirus. Dies trägt zu negativen Auswirkungen wie Stigmatisierung und Diskriminierung von Menschen bei. Wir brauchen kollektive Solidarität und klare, umsetzbare Informationen, um die Allgemeinheit zu unterstützen.

Falsche Vorstellungen, Gerüchte und Fehlinformationen erschweren die Bemühungen zur Bekämpfung und fördern soziale Stigmatisierung.

- **Korrigieren Sie falsche Vorstellungen** und anerkennen Sie gleichzeitig, dass Gefühle und das daraus resultierende Verhalten von Menschen sehr real sind, auch wenn die zugrunde liegende Annahme falsch ist.
- **Betonen Sie die Bedeutung von Prävention**, lebensrettenden Maßnahmen, Früherkennung und Behandlung.

Kollektive Solidarität und globale Zusammenarbeit sind notwendig, um eine weitere Übertragung zu verhindern und Sorgen zu lindern.

- **Teilen Sie bewegende Geschichten**, die die Erfahrungen und Anstrengungen von Einzelpersonen oder Gruppen, die von COVID-19 betroffen sind, menschlich darstellen.
- **Unterstützen und ermutigen Sie** diejenigen, die bei der Bekämpfung des Ausbruchs an vorderster Front stehen (MitarbeiterInnen des Gesundheitswesens, Freiwillige, usw.)

Fakten, nicht Angst, werden die Ausbreitung des neuen Coronavirus (COVID-19) stoppen.

- Teilen Sie Fakten und genaue Informationen über die Krankheit.
- Stellen Sie Fake News, [Mythen](#) und Stereotypen infrage.
- Setzen Sie Worte mit Bedacht ein. Die Art und Weise, wie kommuniziert wird, kann die Einstellung anderer beeinflussen (Siehe Dos und Don'ts).