

Kurzreferat Massenmedien

**Welches Bild von Empfängern öffentlicher Mittel
in Medien konstruiert wird.**

Bezogen auf Hartz 4 Empfänger

Gliederung

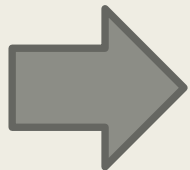
- Hintergrundwissen
- Kulturelle Präsentation
- Dargestelltes Bild der Massenmedien
- Folgen für die Empfänger

Hintergrundwissen

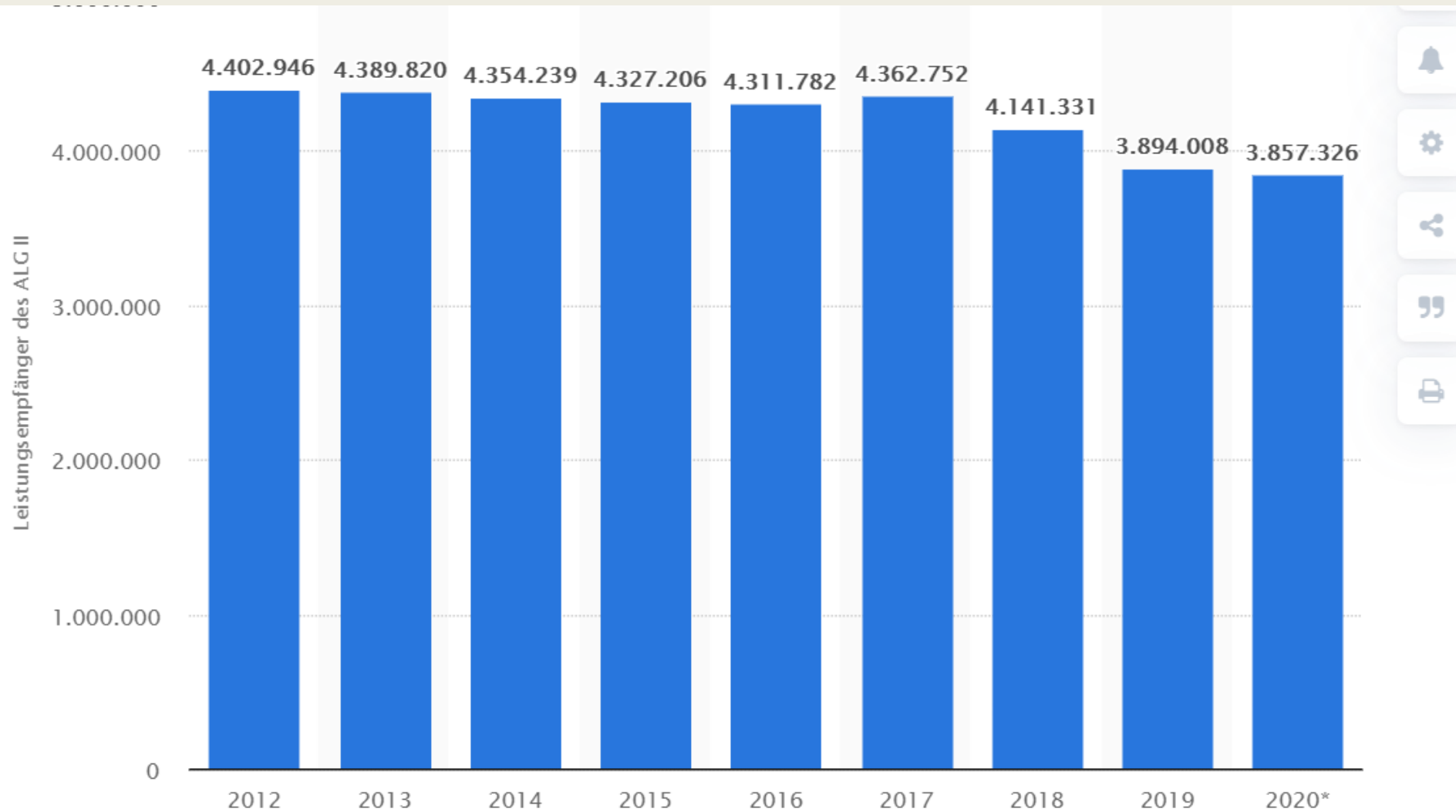
- Arbeitslosengeld II
- Einführung 1. Januar 2005
- Sozialhilfe + Arbeitslosenhilfe
- „Fördern und Fordern“
- Arbeitslosigkeit aufgrund eigenes Handeln

Kulturelle Präsentation

- Kein Recht zur Faulheit
- Trennung zwischen fauler und hart arbeitender Bevölkerung
- Vergleich mit Parasiten
- „Unterklasse“



Massenmedien verstärken dieses Bild
Sorgen für Vorurteile



Notification icons: bell, gear, share, quote, print.

Dargestelltes Bild der Massenmedien

- Talk Shows, Reality TV (Armes Deutschland, Mitten im Leben, Familien im Brennpunkt usw)
- Typisches Bild: Faulheit, Exessiver Konsum, Schlechte Eltern, Vernachlässigung, Assozial
- Bildung eines „Common Sense“
- Armut bring Einschaltquoten
- Mitleid und Schadenfreude des Zuschauers



Deutschlands faulster Hartz-IV-Empfänger
(seit 20 Jahren arbeitslos) über
seinen gemütlichen Alltag

**„Normalerweise
stehe ich gegen
Mittag auf“** 



UNFASSBAR!



Ein Passant
fotografierte
die Szene:
Kerstin S. (43)
leert die Flaschen
direkt vor dem
Supermarkt aus

**Hier kippt eine
Hartz-IV-Empfängerin
Wasserflaschen aus, die
sie für ihre Essens-Bons
bekommen hat. Vom
Pfand will sie Alkohol
und Zigaretten kaufen**

Seit drei
Jahren lebt
Kerstin S.
auf der
Straße

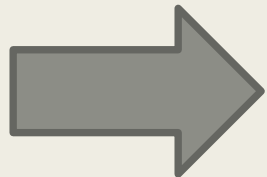
Von NILS MERTENS

Da kommt die So-
zialhilfe...
getan hat, ist ein

Foto: KURT GROBE, MULTI MEDIA

Folgen für die Empfänger

- Entstehung von Armenvierteln
- Scham vor der Gesellschaft
- Moralische Distanz, Abschottung
- Gefangen im Stereotype



Massenmedien sorgen für ein extrem negatives Bild, Vorurteile und Schamgefühle bei den Empfängern !

Quellen

- https://www.google.com/search?q=typischer+hartz+4+empf%C3%A4nger&tbm=isch&ved=2ahUKEwjS-6HD7PnpAhVNYKQKHTV6CPUQ2-cCegQIABAA&oq=typischer&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgQIIxAnMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAOgYIABAIEB46BAgAEB46BwgjEOoCECc6BAgAEEM6BQgAELEDUP2eAVihwQFg3cYBaAFwAHgCgAFqiAG_EpIBBDI2LjKYAQCgAQGqAQtnnd3Mtd2I6LWltZ7ABCg&sclient=img&ei=6i7iXtLeOc2QkwW19KGoDw&bih=529&biw=1280&rlz=1C1CHBF_deDE898DE898#imgrc=GVmaRYkSTI1HgM
- Fohrbeck, Anna/Hirseland, Andreas/Ramos Lobato, Philipp (2014): How Benefits recipients perceive themselves through the lens of the mass media – Some observations from Germany; Sociological Research Online. 19(4), 9: 1-8.
- Gidley, Ben/Rooke, Alison (2010): Asdatown. The intersections of classed places and identities; In: Taylor, Yvette (ed.) Classed Intersections. pp. 95-115. Aldershot: Ashgate.
- <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1396/umfrage/leistungsempfaenger-von-arbeitslosengeld-ii-jahresdurchschnittswerte/#professional>
- https://de.wikipedia.org/wiki/Arbeitslosengeld_II