

Warum nicht ein bisschen schwindeln?

Täuschung und Lüge aus moralphilosophischer Sicht.

Von Claudia Paganini

Abstract Täuschung und Lüge sind in unserem Alltag allgegenwärtig, so auch in den Medien. Hier scheint es gar Anwendungsgebiete zu geben, wie etwa Werbung oder PR, die für die Unwahrheit geradezu prädestiniert sind. Ist es zielführend, für diese Lebensbereiche normative Kriterien erarbeiten zu wollen? Ist es sinnvoll, darüber zu streiten, ob etwa Pressesprecher Tatsachen verdrehen dürfen? Oder handelt es sich dabei lediglich um eine Frage des persönlichen Empfindens? Im Anschluss an die Diskussion dieses metaethischen Problems geht der Beitrag methodischen Überlegungen nach, nämlich der Frage, ob Medienethiker eher bei allgemeinen Normen oder bei der Beobachtung konkreter Phänomene ansetzen sollen, wenn sie normative Aussagen zum Thema „Täuschung und Lüge“ tätigen wollen. In Abgrenzung von einer Festlegung dessen, was eine erlaubte Lüge ist und was eine verbotene, wird abschließend für die Betonung jenes positiven Wertes argumentiert, der durch eine Praxis des Täuschens in Frage gestellt wird.

Dienstag, 10.30 Uhr. Zwischen dem Vorwort für den Rinderzuchtverein und der Rede für den Empfang der Industriellenvereinigung bleibt für die Pressesprecher der Landesregierung genügend Zeit, schon einmal eine Pressemitteilung zum Antrittsbesuch des spanischen Botschafters am Nachmittag zu verfassen. Es geht darin um die Verstärkung der bilateralen Zusammenarbeit, den Austausch zwischen den Völkern und den Aufbau eines spanischen Kulturzentrums. Stunden später findet das Treffen dann tatsächlich statt. Die Themen, die besprochen werden, sind aber ganz andere, als die in der Pressemitteilung erwähnten: Besucht die Gattin des Botschafters gern das Ballett? – Das trifft sich gut, denn die Stadt ist für ihr Ensemble bekannt. Welche Schule wäre für die drei Söhne des Botschafters geeignet? Und: Bevorzugt man zum Mittagessen tra-

*Dr. Claudia Paganini,
Universitätsassistentin
am Institut für
Christliche Philosophie
in Innsbruck,
wo sie derzeit an ihrer
Habilitation im
Bereich der
Medienethik arbeitet.*

ditionelle oder internationale Küche? Am nächsten Tag können sich die Bürger in der Tagespresse über den Botschafterbesuch informieren – zumindest über die offiziell verlautbarte Version; die Pressemitteilung wurde von den Redaktionen nämlich eins zu eins übernommen.

Ist es sinnvoll, über das Lügen zu streiten?

Seitens der Medienethik können der Botschafterbesuch und seine mediale Aufbereitung auf unterschiedliche Art und Weise rezipiert werden. Entweder indem die moralischen Überzeugungen und Gewohnheiten der Akteure beschrieben werden und zwar berücksichtigend, dass sie vorkommen oder eben nicht vorkommen (deskriptiv): Manche Pressesprecher pflegen offenbar unabhängig vom tatsächlich stattfindenden Geschehen ihre Pressemitteilungen vorweg zu schreiben. Sie nehmen damit die mögliche Täuschung und Falschinformation der Öffentlichkeit billigend in Kauf. Oder aber die Medienethik reflektiert das Verhalten der involvierten Person unter der Berücksichtigung, dass es sein soll oder nicht sein soll, indem man also versucht, Richtlinien

Die Phänomene Täuschung und Lüge scheinen auf den ersten Blick gute Kandidaten zu sein, einen nonkognitivistischen Standpunkt zu verteidigen.

für gelungenes moralisches Handeln (normative Ethik) zu entwerfen: In diesem Fall würde man diskutieren, ob Pressesprecher sich an die tatsächlichen Geschehnisse halten müssen bzw. ob es richtig ist, dass sie die Täuschung der Öffentlichkeit durch ihre Arbeitsweise billigend in Kauf nehmen (vgl. Beauchamp/Childress 2009, S. 1-12).

Inwiefern derartige Aussagen begründungs- und wahrheitsfähig sind (Kognitivismus), ist umstritten und gerade die Phänomene Täuschung und Lüge scheinen auf den ersten Blick gute Kandidaten zu sein, einen nonkognitivistischen Standpunkt zu verteidigen. Denn zieht man die aktuelle Fachliteratur heran, fällt auf, dass hinsichtlich der Frage, wann und in welchem Maß es zulässig ist, von der Wahrheit abzuweichen, durchaus verschiedene Positionen vertreten werden (vgl. Thummes 2013).

Könnte es also sein, dass normative Aussagen wie „Es ist moralisch bedenklich, wenn Pressesprecher Ereignisse vortäuschen, die de facto nicht stattgefunden haben“ nicht kognitiv entscheidbar sind? Sind Fragen wie diese vielmehr eine Frage des persönlichen Geschmacks? Vielleicht tarnen sich solche Äußerungen nur mithilfe ihrer Oberflächengrammatik als Behauptungen, sind in Wahrheit aber der Ausdruck einer Vorliebe, von

Gefühlen (Emotivisten)¹ oder versteckte Imperative (Präskriptivisten)? Ist es dann überhaupt zielführend, für Lebensbereiche wie Werbung oder PR normative Kriterien erarbeiten zu wollen?

Ich gehe in diesem Artikel davon aus, dass zumindest die Mehrzahl unserer medienethisch relevanten Äußerungen doch Behauptungen sind, die als solche wahr oder falsch sein können, also kognitiv entscheidbar sind. Deshalb ist es sinnvoll, über diese Aussagen zu diskutieren. Argumente für diese metaethische Position gibt es einige, aus Platzgründen werde ich lediglich eines anführen; und zwar werde ich versuchen aufzuzeigen, wie hoch der Grad an Überzeugung ist, der moralischen Äußerungen üblicherweise zukommt.

Denken wir dafür zunächst an eine deskriptive Aussage wie: „In den Tiroler Bezirksblättern finden sich keine Anzeigen.“ Stellen wir uns nun vor, wir würden bei der Lektüre des besagten Mediums feststellen, dass sogar mehr als die Hälfte der Zeitungen aus Inseraten besteht. In einem solchen Fall würden wir unsere ursprüngliche Aussage zurückziehen und sagen: „In den Tiroler Bezirksblättern finden sich sehr viele Anzeigen.“ Wir würden aber nicht erwarten, dass aufgrund unserer ursprünglichen Behauptung „In den Tiroler Bezirksblättern finden sich keine Anzeigen“ wie durch Zauberhand alle Inserate aus den „Tiroler Bezirksblättern“ verschwinden und an ihrer Stelle lediglich weiße Seiten zurückbleiben würden. Das heißt, wir erwarten nicht, dass sich – unserer Aussage zuliebe – die Realität wandelt.

Bei normativen Aussagen ist das anders. Wenn ich sage: „Es ist wünschenswert, dass Journalisten gründlich recherchieren“, dann bleibe ich von dieser Aussage auch dann überzeugt, wenn ich erfahre, dass viele Journalisten bisweilen sehr wenig

Normative Aussagen sind mit der Erwartung verbunden, dass sich die Realität entsprechend unseren Wünschen verändert.

1 Die Unterschiede zwischen den verschiedenen kognitivistischen und nonkognitivistischen Ansätzen wird am besten vor dem Hintergrund der Sprechaktheorie verständlich, wie sie durch John Langshaw Austin (1911-1960) und John Searle (*1932) entfaltet worden ist. Ausgehend von der Beobachtung, dass wir, wenn wir sprechen, handeln, dann wird zwischen der illokutionären Rolle – was wir im Äußern (in locutione) einer Lautfolge tun – und der perlokutionären Rolle einer Äußerung – was wir durch das Äußern (per locutionem) einer Lautfolge bewirken – unterschieden. In diesem Sinn können nun Moralphilosophen fragen, was wir tun, wenn wir eine moralische Äußerung – wie etwa „Es ist schlecht zu foltern“ – machen. Behaupten wir etwas, befahlen wir oder drücken wir unsere Gefühle aus?

oder gar nicht recherchieren. Ich bin nicht bereit, aufgrund einer – noch so unbestreitbaren – Tatsache meine ursprüngliche Aussage zu korrigieren und stattdessen zu behaupten: „Es ist gleichgültig, ob Journalisten recherchieren oder nicht.“ Vielmehr erwarte ich, dass sich die Realität verändert: Ich wünsche mir, dass Journalisten besser recherchieren. Wenn es aber in der Medienethik normative Aussagen gibt, die wir selbst dann nicht fallenzulassen bereit sind, wenn de facto das Gegenteil praktiziert wird, dann meine ich, lohnt es sich, über solche Aussagen zu streiten und sie nicht als Frage des Geschmacks oder der persönlichen Vorliebe abzutun.

Zur Methodik: Von der Theorie zur Lüge oder von der Lüge zur Theorie?

Gesteht man also zu, dass Täuschung und Lüge mögliche Themen der Medienethik sind, d. h. dass es für Medienethiker sinnvoll sein kann, über normative Aussagen wie „PR-Manager dürfen in bestimmten Situationen lügen“ (Thummes 2013, S. 237) zu diskutieren, stellt sich in einem weiteren Schritt die Frage, auf welche Art und Weise eine derartige Normativität begründet werden kann. Manche meinen, es sei die Aufgabe der Angewandten Ethik, die im Rahmen der moralphilosophischen Grundlagenforschung erarbeiteten, allgemeinen Prinzipien und Regeln zum Problem von Täuschung und Lüge auf konkrete Fragestellungen anzuwenden. Auf diese Weise würde man dazu beitragen, für einen speziellen Lebensbereich ein „Normen- und Regelpanorama“ (Pieper/Thurnherr 1998, S. 13) zu entwickeln, das dem Anspruch gerecht wird, Fragen nicht nur zu diskutieren, sondern tatsächlich auch zu lösen. Diese Anwendung könnte sowohl auf einzelne, einem bestimmten Lebensbereich zugehörige Fälle erfolgen, als auch auf größere Themenbereiche. In jedem Fall aber ist sie hierarchisch zu verstehen und folgt – stark vereinfacht – der Form:

I – Jede Handlung der Beschreibung A ist verboten.

II – Handlung b fällt unter die Beschreibung A.

III – Handlung b ist verboten.

Während es sich bei Prämisse I um eine allgemeine normative Aussage handelt, kommen in Prämisse II die empirischen Daten zum Tragen. Die Kunst des Medienethikers bestünde demnach darin, in Kenntnis der empirischen Rahmenbedingungen möglichst treffend darzustellen, unter welche allgemeineren

Beschreibungen sich singuläre Probleme der Inszenierung, des Vorspielens falscher Tatsachen, der Verzerrung etc. subsumieren lassen. Ein korrektes Ergebnis (Konklusion) zu erzielen, wäre dann gewissermaßen ein Leichtes.

Veranschaulichen wir diesen Prozess an einem Beispiel. Eine junge Frau und Mutter eines siebenjährigen Sohnes, sie nennt sich Isabella Greenwolf, postet in ihrem Facebook-Profil idyllische Bilder und Beschreibungen ihrer Mutter-Sohn-Beziehung und lässt damit alle Welt wissen, wie harmonisch und glücklich das Leben mit ihrem kleinen „Engel“ ist. De facto gilt das Kind in der Schule als verhaltensauffällig, gegen die Mutter liegen beim Jugendamt mehrere Anzeigen wegen Vernachlässigung vor, die Unterbringung bei Pflegeeltern steht unmittelbar bevor. Wollte man nach dem oben skizzierten deduktiven Schema vorgehen, lässt sich die Arbeit des Medienethikers rasch erledigen.

Die Anwendung von allgemeinen normativen Theorien ist nicht unproblematisch, weil kein Konsens besteht, welcher Theorie der Vorzug zu geben ist.

Wählt er als theoretischen Bezugsrahmen etwa Kant und proklamiert als Obersatz ein klares Lügenverbot, würde der Untersatz „Die mediale Inszenierung der Mutter-Sohn-Beziehung fällt unter die Beschreibung der Lüge“ ohne Umschweife zu einer negativen, das Verhalten der Isabella Greenwolf verurteilenden Konklusion führen.

Dennoch ist diese Lösung nicht befriedigend, sondern drängt uns eine ganze Reihe von Fragen auf: Ist sich Isabella Greenwolf der Diskrepanz zwischen den Schwierigkeiten ihres Familienlebens und der von ihr auf Facebook kreierten heilen Welt bewusst? Will sie damit ein bestimmtes Bild von sich und ihrem Sohn evozieren? Verfolgt sie die Absicht, ihr Publikum zu lenken, zu manipulieren, um auf diese Weise einen großen Kreis an Unterstützern im Kampf gegen das Jugendamt zu rekrutieren? Oder benötigt sie die Inszenierung, um mit ihrem Versagen als Mutter zurecht zu kommen? Ist ihr idealisiertes Facebook-Profil die Wirklichkeit, die sie am Leben hält? Diese und andere Überlegungen lassen das ursprünglich klare Urteil zumindest fragwürdig erscheinen.

Ähnlich wie im Fall der Isabella Greenwolf zeigt sich auch im Umgang mit einer Fülle anderer medienethischer Fragestellungen, dass die Anwendung von allgemeinen normativen Theorien nicht unproblematisch und noch weniger unstrittig ist. Dies mag zum einen daran liegen, dass kein Konsens besteht, welcher normativen Theorie der Vorzug zu geben ist (vgl. Beauchamp/Childress 2009, S.387; Fenner 2010, S.11; Wolf 2012, S.21).

Zum anderen deuten die Schwierigkeiten, die im Zuge der Anwendung de facto entstehen, auf grundsätzliche Schwächen einer solchen Top-Down-Begründung von Normativität hin. Möglicherweise nämlich ist die Methode der Deduktion im Hinblick auf eine sinnvolle Handlungslenkung gerade nicht ergiebig, weil allgemeine Regeln eben zu unbestimmt sind, als dass man aus ihnen deduzieren könnte, welche konkrete Handlung moralisch gut oder geboten ist (vgl. Childress 2007, S.16; Ricken 2003, S.21)². Auch gilt zu bedenken, dass es für manche Fälle vielleicht gar keine passende allgemeine Norm gibt, dass dieses Problem allein unter Berufung auf eine einzige Norm nicht in seiner ganzen Bandbreite und Tiefe erfasst werden kann.

Desweiteren impliziert ein Lösungsansatz, der das normative Prinzip im Obersatz einführt und der empirischen Aussage lediglich den Untersatz zugesteht, eine höhere Wertschätzung des Allgemeinen gegenüber dem Konkreten, der abstrakten Normen gegenüber moralischen Bräuchen, institutionellen Regeln und alltäglichen Urteilen. Eine derartige Priorität ist aber alles andere als evident und kann darüber hinaus in der Gemeinschaft der Medien- und Kommunikationswissenschaftler wohl kaum als konsensfähig gelten. Vielmehr scheint das Verhältnis zwischen praktischen

Manche medienethischen Probleme lassen sich nicht allein unter Berufung auf eine einzige Norm in ihrer ganzen Bandbreite erfassen.

Orientierungsfragen und der theoretischen Reflexion auf moralische Grundbegriffe komplexer zu sein, als es das Top-Down-Modell nahe legt. Die Anwendungsdimension der Ethik dürfte mehr sein als ein bloßer Appendix, ja sie ist unter Umständen sogar als Zielpunkt der normativen Ethik zu sehen (Düwell 2006, S.243). „Die Anwendung eines Prinzips“, so schreibt etwa Bayertz, „besteht nicht nur in einem Subsumtionsvorgang, sondern enthält ein interpretatives und damit auch produktives Element“ (Bayertz 2008, S. 174).

Ebenso wenig wird diese Wechselwirkung übrigens in den so genannten Bottom-Up-Modellen berücksichtigt, bei denen das Lösen eines konkreten Problems durch den Vergleich mit anderen Fällen geschieht. Anstelle der Deduktion steht hier ein „Geflecht horizontaler Analogien zwischen gleichrangigen Fällen“ (Bayertz 2008, S. 171). Aufgabe des Medienethikers wäre es somit, den Kontext des jeweiligen Falls – etwa der Isabella

² Winkler 1993, S. 4, bezeichnet ein rein deduktives Vorgehen sogar als „philosophically naive“.

Greenwolf und ihres Facebook-Tagebuches – wahrzunehmen und herauszuarbeiten, worin Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu anderen, bereits gelösten Fällen bestehen. Obwohl die Bezeichnung Bottom-Up suggeriert, dass ausgehend von der Beobachtung und Analyse solcher Einzelfälle schließlich mittels induktiver Generalisierung allgemeine Normen erarbeitet werden, finden sich auch Spielarten eines Bottom-Up-Ansatzes, bei denen eine explizite Generalisierung unterbleibt.³

Bei all diesen Zugängen wird jedoch die Vorrangstellung der konkreten Probleme gerne mit der Beobachtung gerechtfertigt, dass wir im Alltag fast immer sicher sind, was zu tun ist, aber nur selten angeben können, warum dieses und jenes zu tun und anderes zu unterlassen ist. Wir urteilen über Handlungen, Haltungen und Emotionen, indem wir vergleichen und Analogien herstellen, nicht indem wir uns von allgemeinen Prinzipien leiten lassen. Obwohl dieses Argument dem ersten Anschein nach plausibel ist, scheint mir der Verweis auf die lebensweltliche Praxis als Rechtfertigung zu schwach. Denn einmal ist zu hinterfragen, ob es tatsächlich so ist, dass die meisten Menschen zwar wissen, was sie tun sollen, nicht aber, warum. Auch die Behauptung, wir würden uns nicht auf allgemeine Prinzipien, sondern auf ähnliche Fälle berufen, wenn wir Handlungsentscheidungen treffen, ist anzuzweifeln und müsste gegebenenfalls durch geeignete empirische Studien belegt werden.

*Wir urteilen über Handlungen,
Haltungen und Emotionen, indem
wir Analogien herstellen. Oder lassen
wir uns doch von Prinzipien leiten?*

Und selbst nachdem dies geschehen wäre, ließe sich aus dem Umstand, dass wir im Alltag eine gewisse (unreflektierte) Methode anwenden, um zu moralischen Urteilen zu kommen, nicht schlussfolgern, dass dies auch die geeignete Methode für die wissenschaftliche Aufarbeitung solcher Urteile ist. Wenn man aber doch akzeptieren wollte, dass der Erfolg einer Methode im Alltag ein hinreichender Grund sein könnte, diese Methode in der Moralphilosophie anzuwenden, steht man vor dem Problem, wie sich ein solches Gelingen feststellen lässt. Welche Kriterien können wir angeben, um die Behauptung zu stützen, dass sich ein

3 Die Kritik von Bayertz, der gegen das Bottom-Up-Modell einwendet, dass es in der Angewandten Ethik sehr wohl um die Begründung von Normen gehe, die allgemein sind, jedoch auf einen bestimmten Bereich zugeschnitten wurden, trifft daher nur jene Ansätze, in denen eine induktive Generalisierung unterbleibt.

moralisches Alltags-Urteil bewährt hat? Beruft man sich nämlich allein auf die eigene Intuition oder den eigenen Eindruck, muss man den Eindruck anderer Menschen ebenso gelten lassen, die meinen, dass sich solche Urteile häufig gerade nicht bewähren, d. h. dass unser alltägliches Bewerten von Situationen oft genug scheitert.

Will man also nicht bloß eine vage Intuition, sondern klare Kriterien angeben, wann mediale Täuschung als erlaubt gelten darf und wann als verboten, muss man eine Vorstellung davon haben, was als gelungen anzusehen ist (moralische Bewertung), d. h. man muss noch vor dem Bottom-Up-Verfahren bestimmte moralische Prinzipien anerkennen. Der Verweis auf ähnliche Fälle löst dieses Problem nicht, er verschiebt es lediglich, weshalb Beauchamp auch von einer „method without content“ (Beauchamp 2003, S. 10) spricht. Gesteht man also zu, dass konkretes Urteilen nie theorielos ist und normative Theorien als Ausgangs-

punkt, Zielpunkt und Korrektiv die Praxis brauchen, könnte eine Antwort auf die Frage nach der Normativität darin bestehen, dass man zwischen den Ebenen der Theorie und der Praxis hin- und hergehen muss, um bei Widersprüchen bald auf der einen, bald auf

der anderen Ebene Anpassungen vorzunehmen und so ein Netz von Überlegungen und Argumenten zu knüpfen, die sowohl deduktiv als auch induktiv sind (Bayertz 2008, S. 174; Ward 2011, S. 78; Nida-Rümelin 2005, S. 61).

Dies würde aber zugleich bedeuten, dass der allgemeine normative Rahmen der Moralphilosophie nicht mehr als „unkorrigierbares System von Regeln“ (Siep 2004, S. 23) gelten dürfte, sondern als eine ungefähre Richtschnur, die durch jene Kriterien, die in unterschiedlichen Lebensbereichen erarbeitet wurden und sich dort bewährt haben, durchaus verändert werden kann. Sofern man eine derartige Beeinflussung der Theorie durch die Praxis zugesteht, ergibt sich das Problem, dass sich in unterschiedlichen Lebensbereichen möglicherweise unterschiedliche Prinzipien, Werte und Ideale als sinnvoll herausstellen. Dann jedoch muss man sich fragen, wie Ethik noch Orientierung bieten kann, denn es scheint auf der Hand zu liegen, dass es im Alltag sehr unbefriedigend wäre, ständig überlegen zu müssen, ob wir uns in einem Kontext befinden, in dem die Täuschung beispielsweise gerade legitim, verboten oder gar geboten ist.

Noch irritierender wäre es wohl, wenn wir feststellen würden, dass wir im Zusammenhang mit Werbung und PR einen

*Konkretes Urteilen ist nie theorielos.
Und gleichzeitig benötigen normative
Theorien als Ausgangspunkt,
Zielpunkt und Korrektiv die Praxis.*

eher toleranten Umgang mit dem Phänomen der Lüge pflegen, im privaten Bereich aber sehr sensibel reagieren, wenn der Partner ein romantisches Date als Geschäftsessen ausgibt oder die pubertierende Tochter die Shopping-Tour als Lernnachmittag bei der besten Freundin. Und wie verhält es sich mit dem Anspruch auf Wahrheit, wenn es um bioethische Fragestellungen geht? Wären wir nicht empört, wenn wir erfahren würden, dass der Arzt, der vorgegeben hat, er könne und wolle uns von einer schweren Krankheit heilen, in Wahrheit weder die Qualifikation dazu hat noch jemals die Intention hatte, dies tatsächlich zu tun?

Wenn sich also – und das sollte hier gezeigt werden – durch das Abwägen zwischen Theorie und Praxis in der Medienethik Prinzipien als verbindlich herausstellen oder Verbote herauskristallisieren sollten, die in einem anderen Lebensbereich ganz anders zu formulieren wären, dann zeigt das m. E., dass in der Begründung der normativen Behauptungen Fehler passiert sind.

Was für einen Wert stellt die Lüge in Frage?

Ich warne daher davor, aus der Feststellung, dass in den Medien und insbesondere im Bereich der Werbung und der PR Täuschung praktiziert wird, allzu leicht auf eine – zumindest partielle – Legitimität zu schließen. Im vorliegenden Beitrag habe ich dies aber auch deshalb vermieden, weil mir das Festschreiben von Ausnahmen und Sondergenehmigungen für Lüge und Täuschung zum einen als eine sehr aufwändige Beschäftigung erscheint, zum anderen als eine, die wegen der Komplexität ihrer Argumentation und Ergebnisse kaum geeignet ist, von den Akteuren selbst adäquat rezipiert und umgesetzt zu werden. Anstatt also das Verbot einzuschränken, will ich nach einem positiven Pendant suchen, danach fragen, welchen Wert die Lüge in Frage stellt und woran Menschen sich orientieren können, wenn sie ein gutes Leben führen wollen. Nach einem Guten zu suchen, erscheint mir nämlich einfacher zu sein, als alle Fälle des Schlechten zu beschreiben bzw. auszuschließen. Darüber hinaus – was noch wichtiger sein dürfte – bietet es ein Mehr an Motivation.

Was also könnte ein solches Pendant sein? Welchen Wert verletzten Täuschung und Lüge, so dass wir – zumindest partiell – mit spontaner Empörung, mit Ärger reagieren? Ein vielversprechender Kandidat scheint auf den ersten Blick die Wahrheit. Denn sowohl die Alltagsintuition als auch der Gesetzgeber betonen ein Prinzip Wahrheit, wenn beispielsweise Richtigstellung gefordert wird etc. Will man Wahrheit aber tatsächlich als normativen Wert der Täuschung gegenüberstellen, entstehen ver-

schiedene Schwierigkeiten. Einmal ist die Wahrheit nicht ohne weiteres zu erkennen, sondern zu ergründen, und es ist fraglich, ob etwas zu Ergründendes zugleich maßgebend bzw. moralisch verpflichtend sein kann. Dieses Problem könnte man allerdings umgehen, wenn man statt von Wahrheit von Richtigkeit spricht, in dem Sinne, dass Fakten korrekt dargestellt werden usw.

Doch auch ein Leitgedanke wie Richtigkeit wäre m.E. zu stark und deckt – bei näherer Betrachtung – lediglich den informierenden Journalismus als ein Teilgebiet ab. Bereits im Hinblick auf den meinungsbildenden Journalismus greift die Forde-

rung nach Richtigkeit nicht, denn es werden keine Fakten berichtet, die richtig oder falsch sein könnten; ähnlich bei Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, wo es sich immer um eine perspektivische Darstellung handelt. Was die Bildarbeit und jenen Teil der Neuen Medi-

Beim meinungsbildenden Journalismus greift die Forderung nach Richtigkeit nicht – es werden keine Fakten berichtet, die richtig oder falsch sein könnten.

en betrifft, der nicht aus journalistischen Inhalten besteht, ist schließlich unklar, wie Richtigkeit überhaupt festgestellt werden soll. Ähnliches gilt für die Forderung der Objektivität, die dort, wo sie eingeklagt wird, schwer festzustellen ist und in anderen – mengenmäßig deutlich größeren – Teilbereichen des Medialen gar nicht intendiert ist.

Was bleibt also als Orientierungspunkt? Vielleicht so etwas wie Transparenz, der Anspruch, Fakten als Fakten auszuweisen, Meinung als Meinung, Inszenierung als Inszenierung usw.? Gewiss, es gäbe auch im Zusammenhang mit diesem letzten Kandidaten reichlich Fragebedarf, der in dem vorliegenden Beitrag nicht befriedigend behandelt werden kann. Allerdings möchte ich abschließend noch auf eine – mir scheint nicht ganz unwichtige – Beobachtung verweisen. Im Alltag gibt es verschiedene Kontexte von Lüge und Täuschung, in denen diese als gänzlich unproblematisch angesehen werden: die Ironie, den Scherz, das Kabarett, aber auch den Roman, diverse Formen des Rollenspiels. All diesen Situationen ist gemeinsam, dass in ihnen das Unwahre nicht als Kränkung des Rezipienten aufgefasst wird, nicht als eine Art Betrug. Es sind Situationen, in denen keiner Wahrheit erwartet, in denen es schlichtweg nicht darum geht, korrekte Aussagen über einen Sachverhalt zu machen. Vielleicht also könnten wir im Ringen um einen moralisch verantwortlichen Umgang mit medialer Lüge und Täuschung zu einer befriedigenden Antwort gelangen, wenn wir fragen würden, ob es auch im Umgang mit Medien Situationen gibt, in denen es nicht sinnvoll ist, den Wahrheitsanspruch zu stellen.

Literatur

- Bayertz, Kurt (2008): *Was ist angewandte Ethik?* In: Ach, Johann/Bayertz, Kurt/Siep, Ludwig (Hg.): *Grundkurs Ethik. Band 1: Grundlagen*. Paderborn, S. 165-179.
- Beauchamp, Tom L. (2003): *The Nature of Applied Ethics*. In: Frey R.G./Wellman Ch. H. (Hg.): *A Companion to Applied Ethics*. Blackwell, S. 1-16.
- Beauchamp, Tom L./Childress, James F. (©2009): *Principles of Biomedical Ethics*. New York.
- Childress, James F. (2007): *Methods in Bioethics*. In: Steinbock, Bonnie (Hg.): *The Oxford Handbook of Bioethics*. New York, S. 15-45.
- Düwell, Marcus (©2006): *Angewandte oder Bereichsspezifische Ethik*. In: Düwell, Marcus/Hübenthal, Christoph/Werner, Micha H. (Hg.): *Handbuch Ethik*. Stuttgart, S. 243-247.
- Fenner, Dagmar (2010): *Einführung in die Angewandte Ethik*. Tübingen.
- Nida-Rümelin, Julian (©2005): *Theoretische und angewandte Ethik: Paradigmen, Begründungen, Bereiche*. In: Nida-Rümelin, Julian (Hg.): *Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung. Ein Handbuch*. Stuttgart, S. 2-87.
- Pieper, Annemarie/Thurnherr, Urs (1998): *Angewandte Ethik. Eine Einführung*. München.
- Ricken, Friedo (©2003): *Allgemeine Ethik (Grundkurs Philosophie 4)*. Stuttgart.
- Siep, Ludwig (2004): *Konkrete Ethik. Mannigfaltigkeit, Natürlichkeit, Gerechtigkeit*. Frankfurt am Main.
- Thummes, Kerstin (2013): *Täuschung in der strategischen Kommunikation. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse*. Münster.
- Ward, Stephan J.A. (2011): *Ethics and the Media. An Introduction*. Cambridge.
- Wolf, Ursula (2012): *Ethik der Mensch-Tier-Beziehung*. Frankfurt am Main.