

**Globale Kommunikation für Menschenrechte – Schlüsselfragen der
angewandten Ethik von Kampagnen für eine bessere Welt**

Mathis Danelzik

Institut für Medienwissenschaft

Wilhelmstr. 50

72074 Tübingen

mathis.danelzik@uni-tuebingen.de

Globale Kommunikation für Menschenrechte – Schlüsselfragen der angewandten Ethik von Kampagnen für eine bessere Welt

Der weltweite Schutz von Menschenrechten gehört zu den wichtigsten Herausforderungen der Menschheit. Für die Durchsetzung der Menschenrechte als globales moralisches Regime muss die Universalität von Werten im Kontext lokaler Gemeinschaften ausgehandelt werden, um der Interpretation von Menschenrechten dort ebenfalls Geltung zu verleihen (Dürschmidt 2002: 54). Eine zentrale Rolle in der Vermittlung der international durchgesetzten Positionen übernehmen dabei Kampagnen von Nichtregierungsorganisationen (Hamm 2001: 233).

Die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft schenkt diesen Kampagnen bislang wenig Aufmerksamkeit (Bonfadelli & Friemel 2010: 13-14), insofern stellen sie für die Kommunikationsethik einen neuen Gegenstand dar. International hat insbesondere Nurit Guttman (2000; 2011) einschlägige Beiträge geleistet.

Ein ethisch besonders interessanter Fall sind Kampagnen gegen ‚schädliche traditionelle Praktiken‘. Diese Praktiken – die bekannteste ist die weibliche Genitalverstümmelung – macht aus, dass sie in praktizierenden Gemeinschaften soziale Normen darstellen, elaboriert begründet und kulturell eingebettet sind. Die Praktiken sind Kristallisationspunkte für Auseinandersetzungen über den Umgang mit kulturellen Differenzen in der Weltgemeinschaft (McKinnon 2006). An ihnen werden grundlegende ethische Fragen um Universalismus und Relativismus, Autonomie und Paternalismus, Kulturimperialismus und Menschenrechte thematisiert (Nussbaum 2000).

Anhand von Kampagnen gegen weibliche Genitalverstümmelung lassen sich ethische Schlüsselfragen dieses Bereiches besonders gut herausarbeiten. Seit 1980 werfen afrikanische intellektuelle Frauen Kampagnen vor, die Praktik ethnozentrisch-rassistisch zu thematisieren sowie kulturimperialistisch zu agieren, wobei die Mehrzahl dieser Protestierenden Genitalverstümmelung ebenfalls ablehnen. Es kam zu einer Auseinandersetzung um Grenzen und Bedingungen legitimer Einflussnahme durch westliche Akteure und über die Legitimität gezielter Kulturveränderung, die bis heute andauert. Als neues Ideal haben sich sogenannte ‚kulturell sensible‘ Kampagnen herausgebildet.

Der Vortrag basiert auf einer ethnographischen Feldforschung (zu dieser Methode in der Kommunikationswissenschaft siehe z.B. Krotz 2005: 262ff.) in Tansania, in der elf Monate lang vier Kampagnen mit Hilfe von teilnehmender Beobachtung und Interviews untersucht wurden.

Erstens wird der Vortrag dafür plädieren, die metaethische Debatte um Universalismus und Relativismus zu Gunsten von angewandter Ethik aufzugeben. Die postkoloniale Kritik und das Ideal der ‚kulturellen Sensibilität‘ werfen nicht vornehmlich die Frage auf, ob Kampagnen existieren sollen, sondern wie Kampagnen vorgehen sollten und unter welchen Bedingungen sie legitim sind. Dennoch werden diese Fragen bislang kaum angemessen diskutiert.

Zweitens stellt der Vortrag eine Typologie von ethischen Schlüsselfragen vor, die sich in Bezug auf das strategische Vorgehen von Kampagnen stellen. Dabei wird aus zeitlichen Gründen ein Überblick gegeben und nur gezielt einzelne Aspekte vertieft. Diese Typologie unterscheidet vier Bereiche, deren Erörterung den Schwerpunkt des Vortrages bilden wird:

- Bedingungen legitimer Einmischung: Sind identitätspolitische Kriterien für legitimes Engagement sinnvoll, oder sollte vollständig auf sie verzichtet werden? Ergeben sich aus der für westliche Akteure besondere moralische Verpflichtungen? Bedarf es einer grundlegenden

Änderung des Verhältnisses zwischen westlichen Förderorganisationen und afrikanischen Durchführungsorganisationen?

- **Transparenz und Persuasion:** Wie transparent müssen Kampagnen in Bezug auf entscheidende Aspekte ihrer Kampagne sein (Kampagnenziele, geheime Ziele, Grenzen ihrer Kompromissbereitschaft, nicht öffentliche Strategien, Finanzierung)? Haben Kampagnen eine Verpflichtung, Risiken zu quantifizieren und Übertreibungen zu vermeiden? Dürfen sie Botschaften verwenden, deren Richtigkeit nicht belegt ist, die aus biomedizinischer Sicht jedoch plausibel erscheinen? Dürfen Kampagnen grundsätzlich Nachteile für verschiedene Bevölkerungsgruppen in Kauf nehmen, um möglichst effektive Botschaften zu verwenden?
- **Sozio-kulturelle Transformation:** Sind weitreichende sozio-kulturelle Transformationen in den Zielgruppen Ziel, Mittel oder ein moralisches Problem von Kampagnen? Sind Essentialisierung und Marginalisierung von Wissens- und Geltungsformationen legitime Strategien für Kampagnen? Dürfen Kampagnen über die offiziellen Ziele hinaus mehr oder weniger verdeckt weitere Ziele der sozio-kulturellen Veränderung verfolgen?
- **Widersprüche zwischen inhaltlichen Zielen und prozeduralen Idealen der Kampagnen:** Das Konzept der ‚kulturellen Sensibilität‘ verlangt Kampagnen ab, partizipativ zu sein und die *ownership* der Kampagnen an die Zielgruppe zu übergeben. Die paternalistische Konstellation der Kampagnen setzt jedoch Grenzen der Mitbestimmung. Es besteht eine fundamentale Spannung zwischen den prozeduralen Idealen und den erwünschten Ergebnissen der Kampagnen.

Abschließend wird der Vortrag erörtern, warum das Ideal der ‚kulturellen Sensibilität‘ ungeeignet ist, die Kampagnen normativ zu orientieren. Das Konzept ist gleichzeitig zu unbestimmt (für die Beantwortung der konkreten Schlüsselfragen) und zu dogmatisch (in seiner kategorischen Ablehnung von Machtausübung). Eine Ethik der Kampagnen gegen ‚schädliche traditionelle Praktiken‘ darf keine sein, die Konflikt und Machtausübung grundsätzlich für problematisch hält, sondern muss Konfliktführung normativ orientieren. Anstatt einer Illusion aufzusitzen, die macht- und konfliktfreie Veränderung sozio-kulturell stabilisierter Praktiken suggeriert, ist die Explikation der eigenen Position sowie die kritische Überprüfung des eigenen Handelns ein angemesseneres Ziel. Hierbei können die Schlüsselfragen helfen.

Zitierte Literatur

Bonfadelli, H. & Friemel, T. (2010): Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich. Grundlagen und Anwendungen. UVK: Konstanz.

Dürschmidt, J. (2002): Globalisierung. transcript: Bielefeld.

Guttman, N. (2000): Public health communication interventions. Values and ethical dilemmas. Sage: Thousand Oaks.

Guttman, N. (2011): Ethics in Communication for Health Promotion in Clinical Settings and Campaigns: New Challenges and Enduring Dilemmas. In: Thompson, T.L.; Parrott, R. & Nussbaum, J.F. (Hg.): The Routledge Handbook of Health Communication. Routledge: New York. 632-646.

Hamm, B. (2001): Die Achtung der Menschenrechte als Grundlage für politische Gerechtigkeit im 21. Jahrhundert. In: Leggewie, C. & Münch, R. (Hg.): Politik im 21. Jahrhundert. Suhrkamp: Frankfurt am Main. 228-241.

Krotz, F. (2005): Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung. Herbert von Halem: Köln.

McKinnon, C. (2006): Toleration. A critical introduction. Routledge: London.

Nussbaum, M.C. (2000): Sex & social justice. Oxford University Press: Oxford.