

European Federation of Psychologists' Associations - EFPA

Richtlinie zur Arbeit von Psychologen in und mit den Medien (Medien-Richtlinie)¹

1. Einleitung/Präambel

- 1.1. Diese Richtlinie beruht auf dem Meta-Code für Ethik der EFPA („EFPA Meta-code of Ethics“² angenommen durch die EFPA Generalversammlung in Granada, Juli 2005 (www.efpa.eu)).
- 1.2. Psychologen³ stehen in der Verantwortung, ihr Wissen, ihre Einsichten und ihre Expertise mit der Öffentlichkeit zu teilen. Medien (Fernsehen, Radio, Internet, Print-Medien) haben sich zu wichtigen Quellen für Wissen, Meinungsbildung und Einflussnahme entwickelt. Durch die Nutzung der Medien können Psychologen ihr Wissen verbreiten und so danach streben, einen Beitrag zum Wohl der Menschen zu leisten.
- 1.3. Im Umgang mit den Medien können Psychologen viele Ziele verfolgen, beispielsweise:
 - a. die gemeinsame Nutzung von Informationen aus einer Vielzahl von Tätigkeitsfeldern Bereichen der Psychologie in Forschung und Praxis,
 - b. die Information der Bevölkerung über psychologische Dienstleistungen und die Möglichkeiten zur Inanspruchnahme,
 - c. das Leisten eines Beitrag in der Darlegung und Erläuterung schwieriger psychologischer Fragestellungen und zu Problemen bei der medialen Darstellung,
 - d. den Auftrag zur Bildung und Information der Bürger zu erfüllen,
 - e. die Unterstützung von Aktivitäten zur persönlichen Stärkung und Befähigung,
 - f. die Reduktion von Unsicherheit und Stress in Krisenzeiten mittels sachbezogener Darstellung
- 1.4. Diese Richtlinie wurde entwickelt zur Unterstützung der Mitgliederorganisationen in der Ausarbeitung von nationalen Richtlinien mit den Zielen:
 - a. die in öffentlichen Medien auftretenden Psychologen darin zu unterstützen, sich ethisch zu verhalten.
 - b. die Rechte aller beteiligten Personen zu achten und zu schützen.

1 Englische Originalfassung Guidelines on working with the media: www.efpa.eu/ethics

2 Deutsche Fassung EFPA Meta-Code ist auf den Homepages von BDP/BÖP/FSP verfügbar .

3 Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in der deutschen Übersetzung der Berufs- und Personenbezeichnung die männliche Form verwendet. Selbstverständlich sind beide Geschlechter gemeint.

2. Grundlegende Bestandteile einer Richtlinie zur Arbeit mit Medien

Die folgenden Aussagen bilden die Grundlage einer Richtlinie zur Arbeit mit Medien. Jeder Abschnitt ist verankert in relevanten Artikeln des Meta-Codes (MC).

Ein Psychologe, der in öffentlichen Medien auftritt, sollte:

2.1. Respekt für alle beteiligten Personen zeigen.

In allen beruflichen Aktivitäten von Psychologen wird Respekt erwartet. Dennoch ist Respekt von größter Bedeutung, wenn Psychologen in einer Zeitung schreiben oder wenn Psychologen im Fernsehen oder in der Öffentlichkeit auftreten. Beim Auftreten in Medien sehen oder hören viele Menschen den Psychologen.

Jeder Psychologe sollte sehr achtsam sein, um sich nicht ungewollt respektlos gegenüber einer der beteiligten Person zu verhalten beziehungsweise sich ohne ausreichende Beweise über Einzelne oder Organisation negativ zu äußern. Öffentliche Aussagen werden immer in einem lokalen Zusammenhang gesehen und jeder sollte deshalb bedacht sein, dass er nicht unbeabsichtigt oder irrtümlich die Identität Dritter preisgibt.

(MC: 3.1.1.ii)

2.2. Er sollte weiterhin vermeiden, eine berufliche Meinung über irgendeine Person öffentlich zu äußern.

Unter Psychologen besteht prinzipieller Konsens darüber, dass eine Beurteilung des psychischen Zustandes eines Menschen auf einer soliden Untersuchung beruhen sollte, die nur im Einverständnis mit betreffender Person durchgeführt werden kann, es sei denn dies ist durch gesetzliche Vorgaben *gefordert*. Eine solide Untersuchung enthält Verhaltensbeobachtungen, Interviews und/oder Testverfahren. Aber auch wenn es als möglich angesehen wird, eine professionelle Beurteilung einer Person ausschließlich auf Basis der durch Medien verbreiteten Informationen vorzunehmen, sollte der Psychologe aufgrund des fehlenden Einverständnisses der betreffenden Person von einer Aussage Abstand nehmen.

Im Allgemeinen ist diese Regel bei der wissenschaftlichen Untersuchung verstorbener Personen, die von historischem Interesse sind, nicht anzuwenden. Aber sogar in dieser Situation sollte jeder Vorsicht walten lassen, nicht die Interessen Anderer, wie zum Beispiel die der Nachkommen, zu verletzen.

(MC: 3.1.2, 3.1.3 und 3.2.3.ii)

2.3. Besondere Vorsicht ist geboten, dass keine persönlichen Daten über Personen, mit denen er als Psychologe in einer beruflichen Beziehung steht oder stand, in die Öffentlichkeit *gelangen*.

Vertraulichkeit ist ein elementarer Wert in der Arbeit von Psychologen. Auch mit Einverständnis oder auf Wunsch von Klienten sollte der Psychologe davon Abstand nehmen, Informationen über den Klienten/die Klientin öffentlich zu verbreiten.

Der Psychologe sollte sich der möglichen Interessenskonflikte bewusst sein, die auftreten,

wenn er die unterschiedlichen Rollen einnimmt, eine Dienstleistung für Klienten durchzuführen und zugleich Informationen über diese öffentlich zu verbreiten.
(MC: 3.1.2.ii und 3.4.4.i)

2.4. Er sollte darauf achten, die Breite und Tiefe seines Wissen und seiner Kompetenzen nicht zu überschreiten.

Eine erfolgreiche Mitwirkung von Psychologen in den Medien kann zur Folge haben, dass dem Psychologen zu einem späteren Zeitpunkt Fragen zu ähnlichen oder anderen Themen gestellt werden. Der Psychologe sollte daher darauf achten, dabei nicht sein Erfahrungswissen und seinen Kompetenzbereich zu überschreiten.
(MC: 3.2.2)

2.5. Er sollte darauf abzielen, das Publikum zu befähigen und zu stärken.
Psychologen verfolgen das Ziel, psychologisches Wissen und Einsichten zu teilen, dass relevant für das Leben der Zuhörer sein kann. Bei dieser Aufgabe wird empfohlen, sich in einer für die Allgemeinbevölkerung verständlichen Sprache auszudrücken, und dabei - soweit möglich - der Entstehung von Missverständnisse vorzubeugen.
(MC: 3.1.1.i und 3.4.4.)

2.6. Er sollte sich dessen bewusst sein, dass er auch die Gruppe der Psychologen repräsentiert.

Im Bewusstsein dieser Verantwortung sollte der Psychologe respektvoll mit anderen psychologischen Modellen und Vorgehensweisen umgehen und sich solcher Äußerungen enthalten, welche die Präsentation der Arbeit von Kollegen schlecht machen oder behindern können. Hingegen sollte eine mit wissenschaftlich bestätigten Argumenten fair vorgetragene Kritik nicht verhindert werden; diese kann den Berufsstand stärken.
(MC: 3.3.1.ii)

2.7. Er sollte sensibel gegenüber möglichen Auswirkungen auf dritte Parteien wie Verwandte oder Bekannte sein.

Obwohl es schwierig sein kann, negative Effekte auf dritte Parteien und deren Beziehungen vorherzusehen, sollten Psychologen sich nach allen Kräften bemühen, um solche Effekte zu vermeiden.
(MC: 3.3.3)

2.7. Er sollte sensibel gegenüber negativen Auswirkungen von Eigenwerbung sein.

Beim Auftreten in öffentlichen Medien haben Psychologen die Gelegenheit, das Ansehen der Organisation, für die sie arbeiten, oder das ihrer eigenen Tätigkeit zu heben. Beim Präsentieren solcher Informationen sollten die Forderungen zur Aufrichtigkeit und Integrität in der Richtlinie gebührend berücksichtigt werden, ebenso mögliche negative Auswirkungen der Selbstdarstellung.
(MC: 3.4.2 und 3.4.4)

3. Den Mitgliederorganisationen wird empfohlen

3.1. diese EFPA Richtlinien zu ethischen Aspekten des Auftretens in Medien und in Tätigkeiten mit den Medien einzuführen.

3.2. zu überprüfen – falls möglich im Kontext der nationalen Gesetzgebung – ob die Personen, die in den öffentlichen Medien als Psychologen in Erscheinung treten, auch tatsächlich Psychologen nach den Bestimmungen des Landes sind.

3.3. ihren Mitgliedern ein Medientraining anbieten, das neben den eher technischen Aspekten auch ein Training zum Bewusstsein ethischer Aspekte beinhaltet.

Deutsche Übersetzung von K. Kalteis, WD. Zuzan, F. Lang