

## **Test zur Rolle von Moral in der Öffentlichkeit. Faktoren öffentlicher Moral (PUMO)**

Testautoren: Jürgen Grimm und Roland Burkart, Projekt „Professionelle Kommunikatoren in Europa“

Zitation des vorliegenden Textes:

Grimm, Jürgen (2016): Test zur Einschätzungen der Rolle von Moral in der Öffentlichkeit (Public Moral, PUMO). Testkonstruktion und -interpretation. - Methodenforum der Universität Wien: MF-Working Paper 2016-02. [<http://empcom.univie.ac.at/methoden-archiv/>]

Definitionen:

Ziel des Public-Moral-Test (PUMO) sind die Exploration von Überzeugungen zur Rolle der Moral in der Öffentlichkeit sowie die Trennung von folgenden Grundpositionen:

- a) Die einen glauben an die Macht moralischer Argumente, gegen die, wenn sie zur Mehrheitsüberzeugung werden, kaum etwas kommunikationsstrategisch ausgerichtet werden kann.
- b) Die anderen halten Moral für wirkungslos in Anbetracht der wirklichen ökonomischen und politischen Machtverhältnisse.

Des Weiteren wird erhoben, ob und inwieweit Individuen glauben, dass die Moral-Überzeugungen in der Öffentlichkeit durch Formen der instrumentellen und willkürlichen Kommunikation beeinflusst werden. Aus der Relationierung der Faktoren Macht öffentlicher Moral und Beeinflussbarkeit resultiert moraloptimistische vs moralpessimistische Einstellungen.

Der Kerntest zur „Einschätzung der Rolle von Moral in der Öffentlichkeit“ (PUMO) enthält die drei Faktoren:

1. Einschätzung der *Macht öffentlicher Moral* im Verhältnis zu anderen Machtressourcen wie Ökonomie und Politik. Im Falle hoher Werte wird der Moral eine große gesellschaftliche Macht eingeräumt.
2. *Beeinflussbarkeit von Moral* durch Formen instrumenteller Kommunikation. Hohe Werte zeigen an, dass die Befragungsperson glaubt, dass moralische Überzeugungen des Medienpublikums durch geschicktes Kommunizieren stark beeinflusst werden. Hieraus resultieren moralzynische Praktiken wie Moralmanipulationen oder aber ein Rückzug auf vormoralische Kommunikationsziele.
3. *Kommunikativer Moraloptimismus*, der aus einer geringen Beeinflussbarkeit der Moral und einer hohen Bewertung moralischer Machtressourcen resultiert. Hohe Werte auf diesem Faktor zeigen an, dass die Befragungsperson der Moral große Macht zuschreibt und von einer geringen Manipulierbarkeit moralischer Überzeugungen ausgeht. Der Moraloptimismus legt eine Haltung des Kommunikators nahe, sich als „Agent der Moral in der Öffentlichkeit“ zu verstehen. Moraloptimismus ist das Gegenteil von Moralpessimismus (durch niedrige Werte auf dem Faktor angezeigt), bei dem die Individuen davon ausgehen, dass Moral willkürlich durch Kommunikatoren beeinflusst werden, ohne dass der Moral selbst ein großer gesellschaftlicher Einfluss zugeschrieben wird. Moralpessimismus reduziert den gesellschaftlichen Moraldiskurs auf konstruktivistische Symbolkommunikation und räumt der öffentlichen Moral keine essentielle moralische Qualität zu.

Factoren Öffentlicher Moral (PUMO)

- Macht öffentlicher Moral (Public Moral Power, MOPO)
- Beeinflussbarkeit von Moral (Influenceability of Public Moral, MOINF)
- Kommunikativer Moraloptimismus (Communicative Moral Optimism, MOOPT)

Der PUMO-Test kann prinzipiell auf alle Bevölkerungsgruppen angewendet werden, wobei Personen mit professionellen Aufgaben in der Öffentlichkeit (JournalistInnen, PR-Fachleute) und professionelle Moral-Vermittler (Pädagogen, Philosophen, Intellektuelle) als Zielgruppe von besonderem Interesse sind.

## Operationalisierung des PUMO-Tests

Skalierung: 1-8: trifft überhaupt nicht zu – trifft in hohem Maße zu

1. (-) (Über die Moral siegt die legitimatorische Macht des Faktischen:) Ist eine ökonomische/ politische Entscheidung erst mal getroffen, dann wird sie früher oder später akzeptiert.
2. (-) Gegen ökonomische und politische Machtgruppen in der Gesellschaft haben moralisch begründete Positionen in der Öffentlichkeit keine Chance.
3. (-) Mit propagandistischen Mitteln lassen sich auch die moralischen Überzeugungen von Mehrheiten kippen.
4. (+) Selbst ein noch so großer propagandistischer Aufwand ist zum Scheitern verurteilt, wenn er die moralische Überzeugung der Mehrheit gegen sich hat.
5. (+) Wer die moralische Akzeptanz in der Öffentlichkeit verliert, kann seine politischen und ökonomischen Interessen nicht mehr wirksam durchsetzen.
6. (+) Mit einer überzeugenden moralischen Argumentation kann man die Macht von ökonomischen und politischen Interessensgruppen beschneiden.

Die mit „-“ gekennzeichneten Items müssen vor Index-Bildung umkodiert werden (1=8, 2=7, etc.).

### Index-Bildung

Zum Subindex „Moral Power“ MOPO gehören die Items 1 (-), 2 (-), 5, 6

Zum Subindex „Influenceability of Public Moral“ (MOINF): Item 3 und 4.

Die Indexbildung erfolgt jeweils über Summierung der Zustimmung zu den Test-Items und anschließender Prozentuierung am maximal mal erreichbaren Zustimmungswert. Skala: 0-100)

„Moraloptimismus“ (MOOP): MOOP=MOPO-MOINF. Skala -100 bis +100.

Frage: Über die Rolle der Moral in der Öffentlichkeit kann man ja geteilter Meinung sein. Wie oft treffen die nachfolgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach in der Realität zu.

| Die folgenden Aussagen treffen zu ...                                                                                                              | überhaupt nicht          |                          |                          |                          |                          |                          |                          | in hohem Maße            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ist eine ökonomische/ politische Entscheidung erst mal getroffen, dann wird sie früher oder später akzeptiert.                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gegen ökonomische und politische Machtgruppen in der Gesellschaft haben moralisch begründete Positionen in der Öffentlichkeit keine Chance.        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mit propagandistischen Mitteln lassen sich auch die moralischen Überzeugungen von Mehrheiten kippen.                                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Selbst ein noch so großer propagandistischer Aufwand ist zum Scheitern verurteilt, wenn er die moralische Überzeugung der Mehrheit gegen sich hat. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wer die moralische Akzeptanz in der Öffentlichkeit verliert, kann seine politischen und ökonomischen Interessen nicht mehr wirksam durchsetzen.    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mit einer überzeugenden moralischen Argumentation kann man die Macht von ökonomischen und politischen Interessensgruppen beschneiden.              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Englische Version von PUMO:

Scale: 1-8: never applies – always applies

1. (-) (The legitimacy power of facts is stronger than morals:) Once an economic/ political decision has been made it will be accepted sooner or later.
2. (-) Morally-founded positions don't stand a chance in society against economic and political power groups.
3. (-) Even the moral convictions of majorities can be overturned by propagandistic means.
4. Even the biggest propagandistic effort is doomed to fail if it goes against the moral convictions of the majority.
5. Whoever loses the moral acceptance of the public can no longer achieve his political and economic aims effectively.
6. With convincing moral reasoning one can curtail the power of economic and political pressure groups.

Question: Opinions about the role of morals and ethics in public can be divided. How often would you say do these statements apply in real life?

| <i>The statement applies ...</i>                                                                                    | never                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          | always                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Once an economic/ political decision has been made it will be accepted sooner or later.                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Morally-founded positions don't stand a chance in society against economic and political power groups.              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Even the moral convictions of majorities can be overturned by propagandistic means.                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Even the biggest propagandistic effort is doomed to fail if it goes against the moral convictions of the majority.  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Whoever loses the moral acceptance of the public can no longer achieve his political and economic aims effectively. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| With convincing moral reasoning one can curtail the power of economic and political pressure groups.                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## ANHANG

Neben dem Kerntest zu PUMO können bei professionellen Kommunikatoren ergänzend Überzeugungen zur beruflichen Ethik erhoben werden

### Ethik professioneller Kommunikatoren (PROFETH)

- Meinungen zur journalistischen Ethik
- Verwirklichung ethischer Grundsätze im Beruf

| <b>Meinungen zur journalistischen Ethik/<br/>Opinions on Journalic Ethics</b>                                                                                              |                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Denken Sie bitte nun an den Begriff „ <b>Journalistische Ethik</b> “. Entscheiden Sie bei jeder der folgenden Aussagen auf einer 8-stufigen Skala, wie sehr Sie zustimmen. | Think about the term „ <b>journalistic ethics</b> “ now. Please rate your agreement with each statement on a 8-level scale.              |
|                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                          |
| <i>(1= stimme gar nicht zu – 8= stimme völlig zu)</i>                                                                                                                      | <i>(1= do not agree at all – 8= fully agree)</i>                                                                                         |
|                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                          |
| - Es gibt keine spezielle journalistische Ethik, es gibt nur eine allgemeine menschliche Ethik.                                                                            | - There's no special journalistic ethics, just general human ethics                                                                      |
| - Journalistische Ethik kann immer nur die Ethik des einzelnen Journalisten sein.                                                                                          | - Journalistic ethics can only be the ethics of the individual journalist.                                                               |
| - Journalistische Ethik hat ihre Grenzen und ihre Vorgaben in der Ethik des Medienunternehmens.                                                                            | - Journalistic ethics has its limits and its guidelines in the media company's ethics                                                    |
| - Journalistische Ethik muss heutzutage eine gesellschaftsbezogene Ethik sein.                                                                                             | - Journalistic ethics today has to be an ethics related to society                                                                       |
| - Es gibt nicht <b>eine</b> journalistische Ethik; die Ethik muss den jeweiligen Anlässen angepasst werden können.                                                         | - There is no such thing as <b>one</b> journalistic ethics; ethics has to be adapted to the respective circumstances                     |
| - Die Diskussion um journalistische Ethik halte ich persönlich zwar für überflüssig, aber sie kann vielleicht helfen, das schlechte Image des Journalismus zu verbessern.  | - I personally think the discussion about journalistic ethics is superfluous, but maybe it can help improve the bad image of journalism. |

| <b>Verwirklichung ethischer Grundsätze im Beruf/<br/>Realization of Ethical Principles in the Profession</b>                   |                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wenn Sie Ihre beruflichen Erfahrungen überdenken, wie schwierig ist es da, ethische Grundsätze und Haltungen zu verwirklichen? | If you think about your professional experience, how difficult is it to implement ethical principles? |
| <i>Beurteilen Sie bitte für jede Aussage auf einer 8-stufigen Skala, wie sehr Sie zustimmen.</i>                               | <i>Please rate your agreement with each statement on a 8-level scale.</i>                             |
|                                                                                                                                |                                                                                                       |
| <i>(1= stimme gar nicht zu – 8= stimme völlig zu)</i>                                                                          | <i>(1= do not agree at all – 8= fully agree)</i>                                                      |
|                                                                                                                                |                                                                                                       |
| - Für mich gibt es da keine Schwierigkeiten                                                                                    | - I don't see any difficulties for me                                                                 |
| - Es ist schwierig, weil es im Beruf keine klaren ethischen Richtlinien gibt.                                                  | - It is difficult because there are no clear ethical guidelines in the profession                     |
| - Es ist schwierig, weil man sonst im Verhältnis zur Konkurrenz zu wenig Erfolg hat.                                           | - It is difficult because then you might be less successful than your competitors                     |
| - Es ist schwierig, weil alle beruflich überlastet sind.                                                                       | - It is difficult because everyone is overworked                                                      |
| - Es ist nicht schwierig, nur unbequem                                                                                         | - It is not difficult, just inconvenient                                                              |