

Inhalt

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	11
Verzeichnis der Abkürzungen	12
Vorwort	15

TEIL I: DIE SPRENGKRAFT DES SKANDALS

1. Einleitung	24
2. Problemstellung und Zielsetzung	34
2.1 Problemstellung	34
2.2 Relevanz für Theorie und Praxis	37
2.3 Erkenntnistheoretische Bestimmungen	42
2.4 Zielsetzung	47
2.5 Zwischenfazit: Das Verständnis moralischer Sprengkraft	48
3. Methodisches Vorgehen	50
3.1 Forschungsfragen	50
3.2 Forschungsdesign	52
3.3 Zwischenfazit: Methodik der Modellentwicklung	56
4. Zusammenfassung: Skandale in der Mediengesellschaft	57

TEIL II: VOM SKANDAL ZUM MEDIENSKANDAL

5. Am Anfang war das Wort: Zur Karriere des Skandalon	60
5.1 Etymologisches Verständnis	62
5.1.1 <i>Profane Konnotationen</i>	63
5.1.2 <i>Religiöse Konnotationen</i>	64
5.1.3 <i>Moralische Konnotationen</i>	70
5.2 Skandale als Kommunikationsprozesse	74
5.3 Zwischenfazit: Der Dreischritt des Skandals	80

6. Skandale in den Medien:	82
Zur Genealogie der Empörung	
6.1 Die Transformation der Visibilität und die Anfänge der Skandalberichterstattung	85
6.2 Der Aufstieg medialer Skandalisierung	88
6.3 Die Industrialisierung des Medienskandals	105
6.4 Zwischenfazit: Imperative medialer Skandalisierung	110
7. Funktionskontexte:	112
Eine skandalöse Gesellschaft	
7.1 Journalismus und soziales Kapital	112
7.2 Ebenen der öffentlichen Entrüstung	115
7.3 Nachrichten- und Narrationsfaktoren	121
7.4 Codierung der Moralsphäre	125
7.5 Rückwirkungen der Tabuisierung	128
7.6 Diskursivierung als Distinktionsmechanismus	130
7.7 Symbolische Macht	133
7.8 Zwischenfazit: Skandale als <i>social scanning</i>	135
8. Die Deutungskrieger und ihr Publikum:	138
Zur Triade der Skandalakteure	
8.1 Skandalproduzenten	139
8.2 Skandalrezipienten	141
8.3 Protagonisten der Skandalisierung	143
8.4 Zwischenfazit: Das Rollenspiel öffentlicher Entrüstung	145
9. Skandal und Medienskandal im Vergleich	146
9.1 Publikationsgrad	147
9.2 Transgressionsmodi	150
9.3 Framing: Zeit und Raum	151
9.4 Differenz- und Identitätsmanagement	152
9.5 Präsenz des <i>Image Setting</i>	153
9.6 Zwischenfazit: Medien als Skandalisierer	154
10. Zusammenfassung:	158
Skandalgeschichte als Zivilisationsgeschichte	

TEIL III: DIE MECHANISMEN DES MEDIENSKANDALS

11. Die blinden Flecken der Macht:	164
Zur Analyse der medialen Skandalmechanismen	
11.1 Darstellung und Problematisierung der exemplarischen Analyse	169
11.2 Diskursanalytischer Fokus	170
11.3 Methodische Schritte	172
11.4 Kriterien und Spezifika der Textauswahl	173
11.5 Zwischenfazit: Zur Rekonstruktion der Mechanismen des Medienskandals	176
12. Rekonstruktion I: Die funktionalen Phasen des Medienskandals	178
12.1 Mediale Skandalisierung in Zyklen	178
12.2 Phasen des Medienskandals	184
12.2.1 Latenzphase und Schlüsselereignisse	184
12.2.2 Aufschwungphase	191
12.2.3 Etablierungsphase und Klimax	196
12.2.4 Abschwungphase	199
12.2.5 Rehabilitationsphase	201
12.3 Zwischenfazit: Die ›Skandaluhr‹ als Phasenmodell des Medienskandals	203
13. Rekonstruktion II:	206
Die narrative Struktur des Medienskandals	
13.1 Mediale Skandalisierung als Narration	206
13.2 Episodisierung	210
13.2.1 Berufliche Episode	210
13.2.2 Private Episode	216
13.2.3 Metaphysische Episode	224
13.3 Zwischenfazit: Medienskandale als soziale Autobiographien der Mediengesellschaft	229

14. Rekonstruktion III:	233
Die Thematisierungsstrategien des Medienskandals	
14.1 Mediale Skandalisierung als Themenmanagement	233
14.2 Repräsentations- und Moralisierungs- mechanismen: Implementierung der Moral in den Diskurs	234
14.2.1 <i>Repräsentation religiöser Moral</i>	236
14.2.2 <i>Repräsentation öffentlicher Moral</i>	245
14.2.3 <i>Repräsentation der juristischen Moral</i>	259
14.2.4 <i>Repräsentation der privaten Moral</i>	271
14.2.5 <i>Repräsentation der politischen Moral</i>	280
14.3 Politisierungsmechanismen:	288
Maximierung des Nachrichtenwerts	
14.3.1 <i>Politisierung der Skandalereignisse</i>	290
14.3.2 <i>Konstruktion politischer Relevanz</i>	302
14.3.3 <i>Konstruktion politischen Handlungsbedarfs</i>	307
14.3.4 <i>Problematisierung des politischen Systems</i>	311
14.3.5 <i>Analyse politischer (Dys-)Funktionalität</i>	319
14.4 Systematisierungsstrategien:	325
Reduktion der Narrationskomplexität	
14.4.1 <i>Die Personifikation des Leitcodes: Gut und Böse in den Medien</i>	326
14.4.2 <i>Zuschreibung des Codes der Systemumwelt</i>	328
14.4.3 <i>Zuschreibung des Leitcodes eines sozialen Systems</i>	331
14.4.4 <i>Symbolische Binarisierung der Aktanten</i>	334
14.5 Deeskalationsstrategien:	335
Die Rolle der Medienjournalisten	
14.6 Zwischenfazit:	338
Die Diskursmacht der Skandalisierer	
15. Distinktion als Aktualisierung von Macht	342
16. Zusammenfassung: Die Mechanismen des Medienskandals	351

TEIL IV: AUF DEM SCHLACHTPLATZ ÖFFENTLICHER MORAL

17. Der mediale Siegeszug der Moral	358
17.1 Folgen für die Akteure	361
17.2 Folgen für das soziale System	366
17.3 Individuelle Permanenz versus soziale Ephemerität	369
18. Von ausgebliebenen Medienskandalen – Die Niederlage der Ethik	372
19. Schlussbetrachtung:	381
Das Skandalon als publizistischer Brandsatz	
19.1 Zusammenfassung und Fazit	384
19.2 Ausblick	405
Literaturverzeichnis	411
Presse- und Agenturquellen	471