

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	21
Abkürzungsverzeichnis.....	23
1 Einleitung	25
1.1 Ausgangsthese – Vom alten Mars zum Bad Banker	25
1.2 PR-Forschung – Der Homo narrans im Rekonstruktionskorridor	27
1.3 Zur strukturalen Analyse eines sozialen Mechanismus.....	31
1.4 Forschungsfrage und Gang der Untersuchung	33
2 Der Sündenbock als sozialer Mechanismus – Theoretische und analytische Grundlagen.....	35
2.1 Eine interdisziplinäre Perspektive	35
2.2 Der Bock für Asasel – Begriffsklärung und Etymologie	38
2.3 Sündenbock-Literatur: Ein Forschungsüberblick.....	41
2.3.1 Das Ritual als Ursprung.....	41
2.3.2 Girards Mimetische Theorie des Sündenbocks	45
2.3.3 Der Mythos als traditionelle Erzählung	48
2.3.3.1 Ritual und Mythos – Erzählerische Denkstrukturen	48
2.3.3.2 Mythenanalyse nach Lévi-Strauss.....	50
2.3.3.3 Mythenanalyse nach Barthes.....	51
2.3.3.4 Der Sündenbock als narrative Erinnerungsspur	53
2.3.4 Der Schatten, die Gruppe und das Stigma	56
2.3.4.1 Schatten und Schuld.....	56
2.3.4.2 Gruppendynamik und Projektion	60
2.3.4.3 Der Auswahlprozess: Opfermerkmal und Stigma.....	64

2.3.5	Zusammenfassung: Definition des Sündenbock-Mechanismus	68
2.4	Der Sündenbock in der Öffentlichkeit.....	69
2.4.1	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	69
2.4.1.1	Öffentlichkeit – Grundlegende Begriffsbestimmung.....	69
2.4.1.2	Öffentliche Meinung als soziale Kontrolle	72
2.4.1.3	Gruppenöffentlichkeit versus anonyme Öffentlichkeit.....	74
2.4.2	Öffentliche Kommunikation im 21. Jahrhundert.....	76
2.4.2.1	Öffentliche Kommunikation in der Informationsgesellschaft.....	76
2.4.2.2	Nachrichtenauswahl durch Journalismus und PR	79
2.4.2.3	Wirtschaftsjournalismus.....	82
2.4.3	Zusammenfassung: Der Sündenbock in der Öffentlichkeit.....	84
3	Merkmale einer medialen Sündenbock-Erzählung.....	89
3.1	Die Sündenbock-Nachrichtenwerte	89
3.1.1	Status – Prominenz, Macht und Sensation.....	89
3.1.2	Identifikation – Personalisierung im Organisationskontext.....	91
3.1.3	Valenz – Konflikt und Schaden in der Öffentlichkeit	94
3.2	Sündenbock-Mechanismus und Organisationskrisen.....	96
3.2.1	Sündenböcke im Organisationskontext	96
3.2.1.1	Wirtschaftsunternehmen als Organisationstyp.....	96
3.2.1.2	Der Sündenbock im Belohnungssystem des Unternehmens.....	98
3.2.2	Grundlagen der Krisenforschung.....	100
3.2.2.1	Begriffsdefinition und grundlegende Forschungstraditionen.....	100
3.2.2.2	Paradigmatische Ansätze der Krisenforschung.....	102
3.2.3	Krisenbewältigungsstrategien.....	104
3.2.3.1	Instrumentelle Aktualisierung und Attributionsforschung.....	104
3.2.3.2	Situational Crisis Communication Theory (SCCT)	106
3.2.3.3	Mediale Berichterstattung und Verantwortungszuschreibung	109
3.3	Krisennarratologie als strukturelle Sündenbock-Analyse	111
3.3.1	Mögliche Untersuchungsansätze zur Krisennarration	111
3.3.1.1	Der Framing-Ansatz.....	111
3.3.1.2	Symbolic Convergence Theory und Fantasy Theme Analysis	113
3.3.1.3	Der Sensemaking-Ansatz.....	115

3.3.2	Der Rhetorische Ansatz nach Heath	117
3.3.2.1	Einführung in den Rhetorischen Ansatz	117
3.3.2.2	Archetypische Krisen, kulturelle Passung und Kontrolle	118
3.3.2.3	Glaubwürdigkeit der Krisen-Erzählung	120
3.3.3	Zusammenfassung: Strukturelle Krisenanalyse nach Heath	122
4	Die Sündenbock-Fallstudien	125
4.1	Auswahl der Methode	125
4.2	Auswahl und Plot der Fallstudien	127
4.3	Analyseobjekt CEO – Begriffsklärung und Rollenkonzepte	129
4.3.1	Begriffsklärung CEO und Topmanagement	129
4.3.2	CEO-Rollenkonzepte	130
4.4	Untersuchungsdesign der Leitfadeninterviews mit Experten	134
4.4.1	Konstruktion des Leitfadens	134
4.4.2	Auswahl und Anfrage der Experten	137
4.4.3	Methodenreflexion – Leitfadeninterviews und Auswertungslogik	138
4.5	Ergebnisse der Leitfadeninterviews (Fragenkomplex I und II)	139
4.5.1	Fragenkomplex I: Der Sündenbock in der Mediengesellschaft	139
4.5.2	Fragenkomplex II: Reflexion über Konsequenzen	143
4.5.3	Zusammenfassung der Ergebnisse (Fragenkomplex I und II)	148
4.6	Inhaltsanalyse – Kategorien der Sündenbock-Erzählung	150
4.6.1	Untersuchungsanlage	150
4.6.2	Intracoder-Reliabilität und basale Merkmalskomplexe	152
4.6.3	Erläuterung der sündenbock-spezifischen Merkmalskomplexe	154
4.6.4	Methodenreflexion – Inhaltsanalyse und Auswertungslogik	159
4.7	Fallstudie I – Werner Seifert	161
4.7.1	Hintergründe und Ergebnisse der Leitfadeninterviews	161
4.7.1.1	Chronologie der Krise	161
4.7.1.2	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III	162
4.7.2	Ergebnisse Inhaltsanalyse – Deskription und Krise	164
4.7.2.1	Deskriptive Analyse	164
4.7.2.2	Krisenspezifische Analyse	166
4.7.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Die Sündenbock-Erzählung	168

4.7.3.1	Narrative Analyse – Linguistic Category System.....	168
4.7.3.2	Narrative Analyse – Fantasy Theme Analysis (FTA).....	177
4.7.3.3	Narrativ-visuelle Analyse.....	179
4.8	Fallstudie II – Josef Ackermann.....	184
4.8.1	Hintergründe und Ergebnisse der Leitfadeninterviews	184
4.8.1.1	Chronologie der Krise	184
4.8.1.2	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III.....	187
4.8.2	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Deskription und Krise	190
4.8.2.1	Deskriptive Analyse.....	190
4.8.2.2	Krisenspezifische Analyse	194
4.8.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Die Sündenbock-Erzählung.....	197
4.8.3.1	Narrative Analyse – Linguistic Category System (LCS).....	197
4.8.3.2	Narrative Analyse – Fantasy Theme Analysis (FTA).....	205
4.8.3.3	Narrativ-visuelle Analyse.....	209
4.9	Fallstudie III – Hartmut Mehdorn	215
4.9.1	Hintergründe und Ergebnisse der Leitfadeninterviews	215
4.9.1.1	Chronologie der Krise	215
4.9.1.2	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III.....	217
4.9.2	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Deskription und Krise	221
4.9.2.1	Deskriptive Analyse.....	221
4.9.2.2	Krisenspezifische Analyse	224
4.9.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Die Sündenbock-Erzählung.....	225
4.9.3.1	Narrative Analyse – Linguistic Category System.....	225
4.9.3.2	Narrative Analyse – Fantasy Theme Analysis (FTA).....	230
4.9.3.3	Narrativ-visuelle Analyse.....	232
4.9.4	Zusammenfassung des Interviews mit Hartmut Mehdorn.....	237
4.10	Die Ergebnisse der Fallstudien im Überblick.....	239
4.10.1	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III	240
4.10.2	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Vergleichende Analyse	242
4.10.2.1	Deskriptive Analyse.....	242
4.10.2.2	Krisenspezifische Analyse	243
4.10.2.3	Die Sündenbock-Erzählung	245
4.10.3	Strukturelle Sündenbock-Analyse nach Heath	251

4.10.3.1	Methodik der strukturalen Krisenanalyse nach Heath	251
4.10.3.2	Seifert – Der Steuermann und das Phantom	252
4.10.3.3	Ackermann – Die allegorische Figur des Managers	254
4.10.3.4	Mehdorn – Der Sturkopf und das Ende einer Ära	257
5	Schlussbetrachtung	261
5.1	Sündenbock-Typologie und weiterführende Analysen	261
5.1.1	Vier CEOs, drei Sündenbock-Typen	261
5.1.2	Weiterführende Analyse von Sündenbock-Rollenkonzepten	263
5.1.3	Exkurs: Der Sündenbock im Fernsehen.....	267
5.2	Hypothesen und Desiderate	270
5.3	Resümee	274
	Literatur.....	279
	Anhang	299

Der Sündenbock in der öffentlichen Kommunikation
Schulduzuweisungsrituale in der
Medienberichterstattung

Viertmann, C.

2015, XXIII, 282 S. 60 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07531-6