

1. Einführung

1.1 Forschungsgegenstand und Forschungsperspektive

Die Darstellung von Gewaltkriminalität in den Medien wird vielfach als Zerrbild kritisiert. Pfeiffer (2004) rügt die Zuspitzung auf gravierende Delikte und die Emotionalisierung der Berichterstattung als „Dämonisierung des Bösen“. Gestützt auf eine Analyse aus drei Fernsehprogrammwochen der Jahre 1985, 1995 und 2003 (Lehnert 2004), kommt Pfeiffer zu dem Schluss, dass sich seit dem Start privater Fernsehsender das deutsche Fernsehen sehr viel umfangreicher als zuvor dem Thema Kriminalität zugewandt hat – eine Entwicklung, die mit wachsendem Konkurrenzdruck am Fernsehmarkt sowohl private wie öffentlich-rechtliche Sender erfasst hat (Pfeiffer, Kleimann und Windzio 2005, vgl. Bruns 1998: 259).

Das Thema Gewaltkriminalität, so heißt es, wird als profitable Massenware ausgeschlachtet, um den Konkurrenzkampf der Medien erfolgreich zu bestreiten (Dulinski 2003: 73, McManus 1994, Walter 1999: 350). Diese These setzt zweierlei voraus – dass Medienschaffende dem Publikumsgeschmack folgen und dass sich aus journalistischer Sicht ein großes Publikum besonders für Gewaltverbrechen interessiert. Diese beiden Annahmen sollen mit dieser Untersuchung geprüft werden.

Wie stark sind Journalistinnen und Journalisten, und insbesondere jene, die für das Fernsehen arbeiten, tatsächlich an ihrem Publikum orientiert? Bis weit in die 80er Jahre resümieren zahlreiche kommunikationswissenschaftliche Studien, dass Medienschaffende Publikumsbedürfnisse ignorieren und das Publikum gering schätzen (Pürer 1997: 102f., Weischenberg, von Bassewitz und Scholl 1989: 292, Köcher 1985: 180, Donsbach 1982). Als Indiz für journalistischen Eigensinn gilt ein geradezu missionarischer Eifer, persönliche Haltungen und Vorlieben zu verwirklichen (Donsbach 1982, Kepplinger 1992, 1984, Kepplinger, Brosius, Staab und Linke 1989). An diese Forschung knüpft die 1969 erstmals erschienene und vieldiskutierte Streitschrift von Glotz und Langenbacher (1993) über den „missachteten Leser“ an. Seit den 1990er Jahren aber stellt die Medienforschung eine zunehmende Bedeutung des Publikums in journalistischen Entscheidungsprozessen fest, während subjektive Haltungen an Einfluss verlieren (Schneider, Schönbach und Stürzebecher 1993, Weischenberg und Scholl 1998, Weischenberg, Malik und Scholl 2006a, Haller 2007).

Gleichwohl wird den Programmverantwortlichen nach wie vor angelastet, sie würden inhaltliche Ziele und damit eine „mediale Kriminalpolitik“ verfolgen, indem sie Verbrechensfurcht schüren und damit Einfluss auf Politik, Polizei, Justiz und die Öffentlichkeit nehmen (Kaiser 2002: 31, vgl. Friedrichsen 2004: 204, Rückert 2003, Leutheusser-Schnarrenberger 2000, Walter 1994: 196). Inwiefern Journalistinnen und Journalisten auf solche Effekte tatsächlich abzielen und ob dies aus

persönlichen Haltungen oder vielmehr aus einem Reflex auf Publikumsbedürfnisse zu erklären ist, bleibt bislang offen.

Unser Forschungsinteresse konzentriert sich auf das Medium Fernsehen. Die Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität ist besonders bedeutsam, weil das Fernsehen – trotz der wachsenden Bedeutung des Internets – derzeit als Leitmedium zu betrachten ist. Dies lässt sich mit dem Ausmaß der Nutzung, mit der zugewiesenen Bedeutung und mit den Nutzungsmotiven begründen (Gerhard 2008, vgl. Brosius 2001: 115, Ludes 1999: 272, Stipp 2009: 232). Zum ersten Aspekt: In Nutzungsdauer und Nutzungshäufigkeit ist das Fernsehen herausragend: Seit dem Jahr 2002 verbringt das Publikum ab drei Jahren mehr als 200 Minuten täglich vor dem Bildschirm, im Jahr 2008 waren es genau 207 Minuten (AGF 2009b). Im Vergleich der Nutzungsdauer verschiedener Medien liegt das Fernsehen nach aktuellen Zahlen vor dem Hörfunk und deutlich vor dem Internet (ARD 2009, vgl. Schmitt-Walter 2004: 6 – 16). Auch wenn die Nutzungshäufigkeit betrachtet wird, also wie viele Menschen ein Medium mehrmals in der Woche nutzen, erzielt das Fernsehen den Spitzenwert: 87,5 Prozent aller Befragten geben an, dass sie mehrmals wöchentlich fernsehen (ARD 2008).

Zum zweiten Aspekt: Die Bedeutung, die dem Fernsehen aus Sicht des Publikums und der Öffentlichkeit insgesamt zugewiesen wird, ist enorm. Als zentral gilt dabei die Informationskompetenz (Brosius 2001: 115, Ludes 1999: 272, vgl. Schneider 1998: 428, van Eimeren und Ridder 2005: 493). Ridder und Engel ermitteln aus einer Publikumsbefragung zum Image verschiedener Medien, dass das Fernsehen im Vergleich mit dem Hörfunk, der Tageszeitung und dem Internet bei allen vorgegebenen Positivattributen wie informativ, glaubwürdig oder kompetent auf Platz eins rangiert (Ridder und Engel 2003: 433). Und zum dritten Aspekt: Gerhard verweist darauf, dass die Bandbreite der Nutzungsmotive beim Fernsehen mit der Befriedigung sowohl kognitiver wie emotionaler Bedürfnisse deutlich höher ist als bei Radio, Printmedien oder dem Internet (Gerhard 2008).

Vor allem für das Fernsehen mit der genauen Messung der Sehbeteiligung des Publikums wird angenommen, dass die Einschaltquoten von hohem Stellenwert sind und sich die Programmverantwortlichen mit der Auswahl von Themen und der Machart von Beiträgen weitgehend danach richten, was gute Quoten zu erzielen verspricht (Teichmann 2002: 204, Juzas 2002: 207-209, Haller 2007: 232, Gangloff 2007: 21). Galt die starke Orientierung an Einschaltquoten anfangs als Besonderheit privater Fernsehsender, verweist die Medienforschung auf eine zunehmende Anpassung der öffentlich-rechtlichen Sender. Danach ist auch für die überwiegend gebührenfinanzierten Fernsehsender der Markt zum zentralen Paradigma geworden (Karstens und Schütte 2005: 21, vgl. Brosius 2001).

Aus theoretischer Sicht beschreibt der dynamisch-transaktionale Ansatz nach Schönbach und Früh die Interaktion zwischen Publikum und Medien. So wird journalistisches Handeln aus dem „Para-Feedback“ erklärt, also den Vorstellungen, die sich Journalistinnen und Journalisten von den Bedürfnissen ihres Publikums machen und die sie aus dessen Reaktionen ableiten (Früh und Schönbach 1982, 2005, Schönbach und Früh 1984). Bislang allerdings hat sich die von diesem Modell

geleitete Forschung vor allem auf die Publikumsseite konzentriert und die Medienseite vernachlässigt (Früh und Schönbach 1982, 2005). So lassen die empirischen und theoretischen Befunde weitgehend offen, wie die Entscheidungen in den Redaktionen gefällt werden.

Bei der Analyse einer Publikumsorientierung des Fernsehens geht es, genauer betrachtet, nicht um die tatsächlichen Bedürfnisse der Menschen selbst, die als Fernsehpublikum gewonnen werden sollen. Entscheidend ist, welches Bild sich die Programmverantwortlichen von ihrem Publikum machen – wie genau, unscharf oder trügerisch es auch sein mag. Denn von diesem Bild leiten Journalistinnen und Journalisten, soweit sie sich überhaupt an ihrem Publikum orientieren, ihr Handeln ab. Wie das Publikum tatsächlich denkt und fühlt, ist für unser Forschungsinteresse unerheblich, womit wir an das Thomas-Theorem anknüpfen: Was Menschen für wirklich halten, wird in seinen Folgen wirklich (Thomas und Thomas 1928: 572). Dieses Theorem, das sich im Ursprungstext auf das Handeln eines Geisteskranken bezieht, ist auf vielerlei Zusammenhänge übertragen worden. Deutungen bestimmen konkretes Handeln, auch im Journalismus (Altmeppen 1999: 60). Wenn es also um journalistische Annahmen darüber geht, inwieweit Menschen sich für Gewalt interessieren, stehen diese Annahmen und wie sie journalistisches Handeln leiten, im Fokus dieser Untersuchung.

Auffällig ist, dass sich das Fernsehen nicht nur darin verändert hat, wie viel es über Gewalt berichtet, sondern welche Delikte es aufgreift und wie es darüber berichtet. Schneider, Greve und Arnold untersuchen die Berichterstattung über ein besonders emotionalisierendes Verbrechen, den Sexualmord an einem Kind. Sie verfolgen die Berichterstattung zwischen 1971 und 2001 über jeweils zwei Fälle in Nachrichten- und Magazinsendungen des Fernsehens sowie in Zeitungen und Zeitschriften. Griff das Fernsehen in den 1970er Jahren dieses Delikt überhaupt nicht auf, stieg die Berichterstattung seit 1986 geradezu explosionsartig an, zunächst im Privatfernsehen, dann auch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen (Schneider, Greve und Arnold 2005a und 2005b, vgl. Albrecht 2004). Also sind die Auswahlkriterien nicht starr, sondern wandeln sich.

Wenn es darum geht, journalistische Kriterien der Auswahl und Thematisierung zu analysieren, bietet sich die Nachrichtenwerttheorie als Referenzrahmen an. Seit dem Konzept von Galtung und Ruge (1965) ist sie kontinuierlich weiterentwickelt worden, um Nachrichtenfaktoren zu bestimmen, mittels derer sich journalistische Entscheidungsmuster sinnvoll analysieren lassen. Die großen Forschungsvorhaben, die von der Nachrichtenwerttheorie geleitet sind, haben sich bisher vor allem auf Inhaltsanalysen gestützt (Schulz 1976, Staab 1990, Maier, Ruhrmann, Woelke, Maier und Diehlmann 2003, Maier, Ruhrmann und Klietsch 2006).

Damit lässt sich allerdings nur das Ergebnis journalistischer Entscheidungsprozesse analysieren, nicht aber der Entscheidungsprozess selbst durchdringen. Wie intuitiv oder bewusst Journalistinnen und Journalisten auswählen und thematisieren und inwieweit sie sich dabei an ihrem Publikum orientieren, lässt sich vielmehr dadurch rekonstruieren, dass man sie dazu befragt. Bislang sind die Entstehung von Medienbotschaften und die Bedeutung einzelner Nachrichtenfaktoren hierbei kaum

analysiert. Dies hängt mit bemerkenswerten Vorbehalten in der Medienforschung gegenüber Medienschaffenden zusammen. Kepplinger vermutet, dass Journalistinnen und Journalisten generell „den Einfluss extrinsischer Motive, wie z.B. ihrer subjektiven Sichtweisen, nicht erkennen oder eingestehen“ (Kepplinger 2004: 90, vgl. Bartel 1997: 81). Dieser Zweifel an der Zurechnungsfähigkeit oder Offenheit von Journalistinnen und Journalisten ist umso erstaunlicher, als er auf einem Missverständnis gründet.

Kepplinger stützt seine These auf die Studie von Flegel und Chaffee (1971). Der Stanford-Professor Steven Chaffee und die Journalistin Ruth Flegel hatten Reporterinnen und Reporter von zwei US-amerikanischen Zeitungen befragt, inwieweit eigene Haltungen, die Blattlinie und Publikumsbedürfnisse die Berichterstattung prägen. Überdies analysierten sie Artikel der Befragten, um deren Aussagen zu überprüfen. Chaffee und Flegel beschreiben ihre *Vorannahme*, dass Journalisten ihre Motive nicht offenlegen bzw. subjektive Einflüsse nicht wahrnehmen würden (Flegel und Chaffee 1971: 647). Tatsächlich aber überraschen die Befragten die Forschenden damit, dass sie sehr wohl eingestehen, wie stark sie – zu damaliger Zeit – von ihren persönlichen Ansichten geleitet sind (ebd.: 645).

Daher ist die vorliegende Untersuchung nicht von dem Zweifel geprägt, Medienschaffende ließen sich nicht sinnvoll befragen, auch deshalb, weil der Verfasser selbst dieser als gelegentlich schwierig geltenden Berufsgruppe entstammt. Dabei scheint sinnvoll, ähnlich wie Flegel und Chaffee (1971) zwei Methoden miteinander zu verschränken. Denn Befragungen geben keinen Aufschluss darüber, ob die Befragten tatsächlich so handeln, wie sie angeben. Inhaltsanalysen wiederum verraten nicht, wie Muster der Auswahl und Thematisierung entstehen und wie sie begründet werden. Mit einer Methodenverknüpfung soll daher eine Forschungslücke geschlossen werden, die gerade bei der Analyse medialer Gewaltdarstellungen frappierend ist.

Kaum ein Thema der Medienforschung wird so intensiv bearbeitet wie die Gewalt in den Medien. Kunczik und Zipfel (1998) schätzen die Zahl der einschlägigen Studien auf über 5.000, inzwischen dürfte ihre Zahl weit höher liegen. Die meisten Studien fokussieren auf mögliche Auswirkungen auf das Publikum, beispielsweise im Blick auf völlig überzogene Annahmen über vermeintlich steigende Verbrechensraten (Pfeiffer, Windzio und Kleimann 2004, 2005). Kaum aber werden die Motive derer beleuchtet, die für Gewaltdarstellungen verantwortlich sind (Krüger 1995: 5). Böckelmann (1993) dokumentiert für die Zeit von 1945 bis 1990 insgesamt 716 deutschsprachige Studien zur Kommunikatorforschung – nur eine einzige davon widmet sich einem Aspekt der Kriminalitätsberichterstattung (Höbermann 1989). Es widerspricht aber einem profunden Interesse an medialer Gewalt, dass ihre Entstehung im Dunkeln bleibt.

Wenn sich das Fernsehen an Publikumsbedürfnissen orientiert und Gewalt als Erfolgsfaktor gilt, lässt sich daraus schließen, dass aus journalistischer Sicht das Publikum besonders empfänglich für mediale Gewalt ist. In öffentlichen Diskussionen wird diese Ansicht häufig vertreten, insbesondere in Zeiten steigender Gewaltanteile in den Medien. So wurde mit der Einführung des Privatfernsehens in

Deutschland breit diskutiert, ob die neue Konkurrenz auch die öffentlich-rechtlichen Sender zur „Nervenkitzelei“ verführe (Elitz 1986: 9, Voß 1988: 147). Dieser Befürchtung liegt die Annahme zugrunde, Gewaltdarstellungen per se seien ein Garant für hohe Einschaltquoten, während eine Zurückhaltung in der Berichterstattung zu Einbußen am Fernsehmarkt führen könne (Struve 1998: 79). Sinkende Anteile – wie sie Tyndall (2009) für das Thema Kriminalität in den Hauptnachrichten der drei größten US-Sender feststellt – lassen sich damit allerdings schwer erklären. Sie können auf veränderte Publikumsbedürfnisse oder auch einen Wandel in der Publikumsorientierung verweisen.

Soweit sich diese Untersuchung auf die Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität bezieht, kann es nicht allein um Nachrichten gehen, die insgesamt besonders intensiv erforscht sind (Krüger 2007, 2008, 2009, Winterhoff-Spurk 1994, Unz, Schwab und Winterhoff-Spurk 2001, Winterhoff-Spurk, Unz und Schwab 2005, Morris 1997, Dixon und Linz 2000, Diehlmann 2003, Gross 2006, Maier, Ruhrmann und Klietsch 2006, Tyndall 2009). Denn seit Anfang der 90er Jahre über Gewaltdarstellungen im deutschen Fernsehen breit diskutiert wurde, waren vor allem Fernsehmagazine wie die neu entstandenen Boulevardmagazine aufgrund ihrer umfangreichen Thematisierung von Gewalt umstritten (Wegener 1994, Kammann 2002, Zachert 1994: 685f.). Nachdem der Privatsender RTL mit seinem Magazin *Explosiv* außerordentlich hohe Quoten erzielte, zog die öffentlich-rechtliche ARD mit *Brisant* bald nach. Beide Magazine berichteten zeitweise in mehr als einem Fünftel ihrer Sendezeit über Kriminalität (Mikos 1998: 67, vgl. Krüger und Zapf-Schramm 2003: 543). Damit liegt nahe, die vorliegende Untersuchung sowohl auf Nachrichten wie auf Boulevardmagazine zu beziehen.

1.2 Forschungslogik: Berichterstattung und Kriminalität als Konstrukte

Die eingangs zitierte These, nach der Fernsehschaffende im Kampf um hohe Quoten ein Zerrbild von Kriminalität produzieren, wirft die Frage auf, woran sich die Berichterstattung messen lässt. Die vorliegende Untersuchung ist von einem konstruktivistischen Grundverständnis geleitet, wie es Schulz darlegt: „Denn was ‚wirklich‘ geschah, welches das ‚richtige‘ Bild von Realität ist, das ist eine letztlich metaphysische Frage. Niemand ist in der Lage, darüber eine intersubjektiv verbindliche Auskunft zu geben“ (Schulz 1976: 27, vgl. Schulz 1989, Watzlawick 2006, 2004). Gleichwohl bedient sich diese Untersuchung des Vergleichs, wenn Erkenntnisse über die Berichterstattung mit Daten der Polizeilichen Kriminalstatistik verglichen werden. Dieser Vergleich ist allerdings von einem anderen Verständnis getragen, als wenn etwa Kepplinger von „Tathäufigkeit“ und „Berichtshäufigkeit“ spricht, als stünden mit Polizeistatistik und Berichterstattung objektive Wahrheit und subjektive Deutung einander gegenüber (Kepplinger 2000: 65). Die Erkenntnisse der Polizei sind nicht *die* Wirklichkeit, aber sie stellen ein wesentliches *Angebot* von Wirklichkeit für die Berichterstattung über Gewaltkriminalität dar. Da sich Medienschaffende vielfach polizeilicher Erkenntnisse bedienen und kaum jemals in

das Dunkelfeld vordringen, verrät der Vergleich mit Polizeistatistiken viel über die journalistische Vermittlung von krimineller Gewalt.

Gleichsam ist Kriminalität selbst ein Konstrukt. Je nach örtlichem, zeitlichem und kulturellem Kontext unterscheidet sich, was als kriminelle Gewalt verstanden und gesetzlich definiert wird. So wird der Straftatbestand der Vergewaltigung in der Ehe in Deutschland erst seit 1997 verfolgt (Scheufele 2005: 15)¹. Einen anderen Menschen vorsätzlich zu verletzen, wird als Körperverletzung bestraft – im Boxring aber ist sie erlaubt. Menschen bestimmter Bevölkerungsgruppen zu quälen und systematisch zu töten, wurde im Nationalsozialismus legitimiert, aus heutiger Sicht ist dies ein einzigartiges Verbrechen. Für das Verständnis von Gewaltkriminalität ist also nicht allein entscheidend, welche äußeren Merkmale zu beobachten sind, sondern wie eine Handlung gedeutet wird.

Auch die Polizeiliche Kriminalstatistik ist nur ein Versuch, Wirklichkeit zu erfassen. Bei aller Akribie, mit der sie geführt wird, kann sie nur spiegeln, was zuvor bereits vielfach gefiltert wurde, beispielsweise durch die Anzeigebereitschaft. Denn auch das Dunkelfeld unentdeckter Delikte ist sehr viel größer als das Hellfeld der offiziell registrierten Gesetzesbrüche. So werden nur 7,4 Prozent der Fälle von sexuellem Missbrauch mit Körperkontakt vor dem 16. Lebensjahr angezeigt, berichten die Opfer in einer Befragung, und kein einziges der männlichen Opfer wandte sich an die Polizei.² Und nach polizeilicher Schätzung stehen einem entdeckten Opfer des Menschenhandels zur sexuellen Ausbeutung zehn Opfer im Dunkelfeld gegenüber.³ Damit zeichnet auch die Kriminalstatistik nur ein unzureichendes Bild gewalttätiger Handlungen. Keineswegs führt der Abschied von absoluten Wahrheiten zur Beliebigkeit. Entscheidend bleibt, wie Wirklichkeit

- 1 Bis zur Strafrechtsreform 1997 war im Paragraphen 177 des Strafgesetzbuches ausdrücklich von der Nötigung zum „außerehelichen Beischlaf“ die Rede (s. dazu Tröndle, Herbert (1995): *Strafgesetzbuch und Nebengesetze*. Beck'sche Kurz-Kommentare Band 10, München: Beck'sche Verlagsbuchhandlung, S. 890, und Tröndle, Herbert (1995): *Strafgesetzbuch und Nebengesetze*. Beck'sche Kurz-Kommentare Band 10, 47., neubearbeitete Auflage, München: Beck'sche Verlagsbuchhandlung, S. 890, und Fischer, Thomas (2005): *Strafgesetzbuch und Nebengesetze*. Beck'sche Kurz-Kommentare Band 10, 55. Auflage, München: Beck, S. 1186-1188). Tröndle (1995) weist darauf hin, dass Vergewaltigung in der Ehe auch vor der Strafrechtsreform als verwerflich galt, nicht aber als Vergewaltigung geahndet wurde.
- 2 Wetzels, Peter (1997): *Gewalterfahrungen in der Kindheit. Sexueller Missbrauch, körperliche Misshandlung und deren langfristige Konsequenzen*. Interdisziplinäre Beiträge zur kriminologischen Forschung, Band 8. Baden-Baden: Nomos, S. 154-164, ergänzt durch persönliche Angaben des Autors.
- 3 Zu diesem Ergebnis kommt eine bundesweite Befragung von Polizeibeamtinnen und Polizeibeamten (Herz, Annette und Eric Minthe (2006): *Straftatbestand Menschenhandel. Verfahrenszahlen und Determinanten der Strafverfolgung*. Polizei + Forschung Bd. 31, hrsg. vom Bundeskriminalamt. München: Luchterhand, S. 159). Diese Zahl entspricht internationalen Hochrechnungen (Kutnick, Bruce, Patrick Belser und Gergana Danailova-Trainor (2007): *Methodologies for global and national estimation of human trafficking victims: current and future approaches*. Working Paper No. 29. Genf: International Labour Office, S. 23).

konstruiert wird. Dabei ist falsch, dass die Kriminalstatistik „die ihr zugrundeliegenden gesellschaftlichen Rekonstruktions- und Transformationsprozesse ebenso bedenkenlos benutzt wie spurenlos eliminiert“ (Bergmann 1985: 307, vgl. Dörmann 2004). Die Mechanik ihrer Entstehung lässt sich weitgehend erschließen, und aus ihr heraus eröffnet die Statistik eine bestimmte Perspektive auf den Gegenstand, die sich mit anderen Perspektiven vergleichen lässt.

1.3 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit

Diese Untersuchung verfolgt die übergeordnete Frage: Welches Publikumsbild leitet Journalistinnen und Journalisten, wenn sie im Fernsehen über Gewaltkriminalität berichten? Damit sind fünf Forschungsfragen aufgeworfen:

1. Wie stark sind Fernsehjournalistinnen und Fernsehjournalisten an ihrem Publikum orientiert?
2. Wie machen sich Fernsehjournalistinnen und Fernsehjournalisten ein Bild von ihrem Publikum?
3. Von welchen Publikumsbedürfnissen hinsichtlich der Berichterstattung über Gewaltkriminalität gehen Fernsehschaffende aus?
4. Welche Auswahl- und Thematisierungskriterien folgern Fernsehschaffende aus ihren Annahmen über die Bedürfnisse ihres Publikums?
5. Inwieweit sind die beschriebenen journalistischen Auswahl- und Thematisierungskriterien handlungsrelevant?

Diesen Fragen geht die vorliegende Untersuchung nach, indem Medienschaffende zu ihrer Arbeit befragt und die Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität im Inland in Nachrichten und Boulevardmagazinen erfasst wurden.

Die Synopse der bisherigen Forschung ist in zwei Kapitel gegliedert. Zu Beginn geht es um journalistische Deutungs- und Handlungsmuster im Allgemeinen. Dabei steht die Kommunikatorforschung im Fokus, die auf eine wachsende Publikumsorientierung im Journalismus und eine schwindende Bedeutung missionarischer Absichten verweist (Kap. 2.1). Daran schließen sich Erkenntnisse darüber an, wie sich Journalistinnen und Journalisten ein Bild von ihrem Publikum machen. Als Referenzrahmen dient der dynamisch-transaktionale Ansatz nach Schönbach und Früh, der geschildert und kritisch betrachtet wird (Kap. 2.2). Dazu werden die Erkenntnisse zu journalistischen Deutungs- und Handlungsmustern aus der Nachrichtenwerttheorie vorgestellt, um damit zu analysieren, was aus der Orientierung an Publikumsbedürfnissen praktisch abgeleitet wird (Kap. 2.3).

Das dritte Kapitel fokussiert die bisherigen theoretischen und empirischen Befunde auf die Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität. Zunächst geht es um Ergebnisse der Kommunikatorforschung und Diskussionen im Journalismus über Publikumsbedürfnisse hinsichtlich der Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität (Kap. 3.1) und die vermutete Emotionalisierung des Publikums durch Gewaltberichte (Kap. 3.2). Im Anschluss daran wird die Nachrichten-

werttheorie mit Blick auf den Nachrichtenwert von Gewaltkriminalität und die im Forschungsinteresse liegenden Nachrichtenfaktoren beleuchtet (Kap. 3.3). Daran knüpfen inhaltsanalytische Befunde zur Berichterstattung über Kriminalität, insbesondere über Gewaltkriminalität, an. Sie werden eingeleitet durch eine Definition der Begriffe Gewalt und Gewaltkriminalität (Kap. 3.4). Der Forschungsüberblick endet mit einer Dimensionierung des Forschungsgegenstandes und der Begründung der fünf Forschungsfragen (Kap. 3.5).

Das vierte Kapitel beschreibt, mit welchem empirischen Vorgehen die Forschungsfragen operationalisiert werden. Damit geht es zunächst um die Qualitative Heuristik als die zugrunde liegende Methodologie (Kap. 4.1) und die Gründe, warum sich diese Untersuchung auf Nachrichtensendungen und Boulevardmagazine des Fernsehens konzentriert (Kap. 4.2). Als Verfahren des empirischen Erkenntnisgewinns dienen eine leitfadengestützte Befragung und eine standardisierte Inhaltsanalyse, deren Begründung und Entwicklung im Folgenden erläutert wird (Kap. 4.3).

Im fünften Kapitel werden die Ergebnisse dieser Untersuchung vorgestellt, wobei sich die ersten vier Abschnitte auf die Befragung stützen, der fünfte Abschnitt auf die Inhaltsanalyse. Dabei geht es darum, wie bedeutsam das Publikum aus journalistischer Sicht ist (Kap. 5.1), wie sich Fernseherschaffende ein Bild von ihrem Publikum machen (Kap. 5.2), wie nach ihrer Vermutung Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität auf ihr Publikum wirkt (Kap. 5.3), wie sie mit Blick auf die vermuteten Publikumswirkungen Gewaltdelikte auswählen und thematisieren (Kap. 5.4) und die inhaltsanalytischen Befunde zur Fernsehberichterstattung über Gewaltkriminalität, die Aufschluss darüber geben, inwieweit sich die beschriebenen Muster in der Berichterstattung tatsächlich feststellen lassen (Kap. 5.5).

Das sechste Kapitel fasst die zentralen Untersuchungsergebnisse zusammen und bezieht sie auf den bisherigen Stand der Forschung. Eine Anmerkung ist schließlich zur Sprache dieser Studie zu machen. Die Hälfte der Menschheit verschwindet gemeinhin in einer Fußnote – darin heißt es am Anfang einer wissenschaftlichen Arbeit oft, mit den genannten Journalisten seien Journalistinnen mitgemeint. Dahinter steht die Vermutung, dass eine geschlechtergerechte Sprache die Welt kaum besser, gewiss aber das Schreiben und Lesen komplizierter macht. Doch mit einem sich wandelnden Sprachgebrauch führt ein starres Festhalten an gewohnten Formen zu Irritationen. Denn je häufiger männliche Formen ausdrücklich für Männer und weibliche Formen nur für Frauen verwendet werden, wird das generische Maskulinum nicht mehr als neutral, sondern eher als männlich verstanden. Rezeptionsstudien weisen deutliche Unterschiede im Verständnis nach (Heise 2000, Stahlberg und Sczesny 2001, Klimmt, Pompetzki und Blake 2008).

Daher werden in dieser Arbeit neutrale Formulierungen (Tatverdächtige) oder Doppelformen (Journalistinnen und Journalisten) verwendet. Dies schließt Partizipialkonstruktionen (die Zuschauenden) ein, die derzeit eher unüblich sind, künftig aber möglicherweise stärker genutzt werden (vgl. Studierende, Lehrende). Lediglich eingeführte Begriffe (z.B. Kommunikatorforschung) bleiben der Verständlichkeit zuliebe unverändert. Insgesamt ist dieses Vorgehen – wie so oft im Verhältnis der Geschlechter – keine Patentlösung, sondern ein Kompromiss.