



**Hans Mathias Kepplinger**

## **Die Mechanismen der Skandalisierung**

zu Guttenberg, Kachelmann, Sarrazin & Co.:

Warum einige öffentlich untergehen – und andere nicht

224 Seiten,

ISBN 978-3-7892-8248-5

**EUR 26,90**

Warum löst die Kritik an einigen Misständen große Skandale aus, während sie in anderen Fällen im Sande verläuft? Warum em-

pören sich bei Skandalen die meisten Menschen über ein Geschehen, das sie kurze Zeit später kalt lässt? Und warum betrachten sich alle Skandalisierten auch dann als Opfer der Medien, wenn sie die Fehler zugeben, die man ihnen vorwirft?

Hans Mathias Kepplinger beantwortet diese und weitere Fragen in fünfzehn spannenden und leicht lesbaren Kapiteln. Dabei geht es auch darum, **welche negativen Nebenfolgen Skandale besitzen und ob man durch sie eher aufgeklärt oder irregeführt wird**. Die Grundlagen der Analysen sind differenzierte Studien bedeutender Skandale, für die hunderte Journalisten, Politiker und Manager befragt und Tausende von Skandalberichten in Presse, Hörfunk und Fernsehen analysiert wurden. Das Ergebnis ist eine **empirisch fundierte Skandaltheorie**, die den Verlauf aktueller Skandale verständlich macht.

**Hans Mathias Kepplinger** hat in Mainz, München und Berlin Politikwissenschaft, Publizistik und Geschichte studiert, 1970 in Mainz promoviert und war anschließend wissenschaftlicher Assistent von Elisabeth Noelle-Neumann. Von seiner Habilitation (1977) bis zu seiner Berufung auf den neuen Lehrstuhl für Empirische Kommunikationsforschung an der Universität Mainz (1982) war er Heisenberg-Stipendiat der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Kepplinger war als Gastwissenschaftler an zahlreichen Universitäten tätig, darunter der UC Berkeley, der Harvard University, der Université de Tunis und der Universität Zürich. Er hat über 300 wissenschaftliche Aufsätze und 30 Bücher veröffentlicht und zeichnet als Mitherausgeber der zwölfbändigen »International Encyclopedia of Communication« verantwortlich für den Bereich Medienwirkungen. Gegenstände von Kepplingers Studien sind vor allem die politische Bedeutung der Massenmedien, die Wirkung des Fernsehens, die Kommunikation in Krisen, Konflikten und Skandalen sowie die reziproken Effekte der Medien – ihr direkter Einfluss auf Entscheider in Politik, Wirtschaft und Justiz, über die sie berichten.

[www.kepplinger.de](http://www.kepplinger.de)

Dieses und alle weiteren Bücher unseres Programms erhalten Sie im Buchhandel oder direkt bei:

OLZOG Verlag • Vertrieb • Patricia Fritsch-Lange • Welsersr. 1 • D-81373 München

Tel: +49 (0)89/ 71 04 66 65 • Fax: +49 (0)89/ 71 04 66 61 • E-Mail: [patricia.fritsch-lange@olzog.de](mailto:patricia.fritsch-lange@olzog.de) • [www.olzog.de](http://www.olzog.de)