

**UNTERSUCHUNG DES ZUSAMMENHANGS VON
PERSÖNLICHKEITSMERKMALEN, INTERPERSONELLEM
VERTRAUEN UND PSYCHISCHEM WOHLBEFINDEN BEI
TRUE CRIME NUTZERN UND NICHT-KONSUMENTEN**

Vorgelegt von: Pauline Fechner

Erstgutachterin: Frau Dipl. Psych. Silvia Gurdan

Zweitgutachterin: Silan Derin, vertreten durch Prof. Dr. Thilo Deckersbach

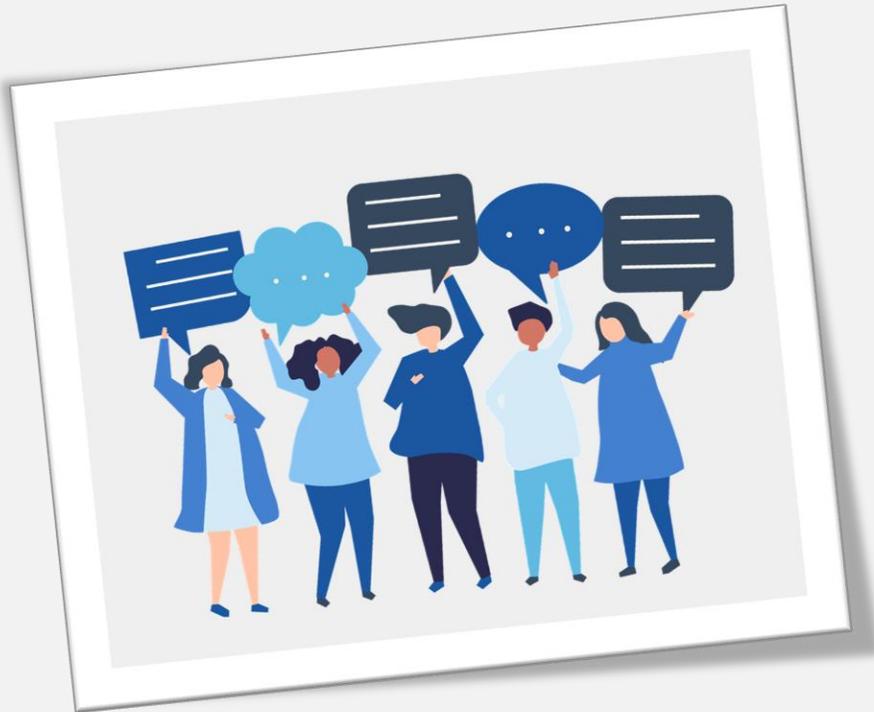
Datum: 12.09.2023

GLIEDERUNG

- 1. Motivation
- 2. Theoretischer Hintergrund
- 3. Forschungsstand und Hypothesen
- 4. Methodik
- 5. Ergebnisse
- 6. Interpretation
- 7. Limitationen
- 8. Fazit und Ausblick
- 9. Literaturverzeichnis



I. MOTIVATION



- Beobachtungen im Freundeskreis
- Meinungen zu True Crime gehen auseinander
 - Unterhaltung und Faszination
 - Ablehnung und Unverständnis
- Negative Auswirkungen von sekundären Gewalterfahrungen bereits hinreichend erforscht (z. B. Shields et al., 2010; Papazoglou & Tuttle, 2018)
- „Was macht das mit Menschen?“

2. THEORETISCHER HINTERGRUND



TRUE CRIME

"Unter der Bezeichnung werden Darstellungen realer Kriminalfälle unter Einbezug der persönlichen Umstände der Opfer oder Täter [...] gebündelt, die jeweils den Zweck der Information ebenso wie den Zweck der Unterhaltung erfüllen."

(Baumann, 2022, S. 357)

- Verschmelzung journalistischer und narrativer Aspekte (Punnett, 2018)
- Emotionale Darstellung und präzise Schilderung grausamer Details (Sahner, 2022)



PERSÖNLICHKEITSMERKMALE

- Regelmäßigkeiten des Erlebens und Verhaltens (Asendorpf, 2011, S.2)
- Umfassen affektive und motivationale Prozesse (Rauthmann, 2017)
- → Mediennutzungsforschung
- Fünf-Faktoren-Modell (Costa & McCrae, 1985)
- Modell der vielschichtigen Persönlichkeit (Himmer, 2007)

Offenheit
Gewissenhaftigkeit
Extraversion
Verträglichkeit
Neurotizismus



INTERPERSONELLES VERTRAUEN

- (generalisierte) Erwartungshaltung, dass anderen Personen oder Gruppen vertraut werden kann (Rotter, 1967)
- Lernprozess: gefestigte Einstellung, basierend auf primären und sekundären Erfahrungen (Blöbaum, 2022)



PSYCHISCHES WOHLBEFINDEN

- positive Affekte und Stimmungen (z. B. Freude), Zufriedenheit, sowie das Gefühl von Unbeschwertheit und Sinnerfüllung (Frank, 2011, S. 5-6)
- Wichtiger Aspekt von Gesundheit (WHO, 2020)

3. FORSCHUNGSSTAND UND HYPOTHESEN

PERSÖNLICHKEIT

- Gewalttätige Inhalte / True Crime / Polizeidramen von neurotischen Personen konsumiert (Krcmar & Kean, 2005)
- Filme, die Angst einflößen und plot-keywords wie „Serienmörder“ oder „Ohnmacht“ enthalten, werden von neurotischen Personen bevorzugt (Nave, 2020)
- Leser Kriminalromane: hoher Neurotizismus, niedrige Verträglichkeit (Cantador et al., 2013)
- Extravertierte Personen Vorliebe für gewalttätige Genres, verträgliche Personen nicht (Krcmar & Kean, 2005)
- Fans Kriminalfilme: hohe Extraversion, niedrige Verträglichkeit (Nave, 2020)

Welche Persönlichkeitsmerkmale stehen im Zusammenhang mit dem Konsum von True Crime Medien?

H1a

Eine hohe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Neurotizismus steht im Zusammenhang mit dem Konsum von True Crime Medien.

H1b

Eine hohe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Extraversion steht im Zusammenhang mit dem Konsum von True Crime Medien.

H1c

Eine niedrige Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Verträglichkeit (Soziale Orientierung) steht im Zusammenhang mit dem Konsum von True Crime Medien.

3. FORSCHUNGSSTAND UND HYPOTHESEN

VERTRAUEN UND WOHLBEFINDEN

- Kriminalitätsbezogene Nachrichten und Kriminalsendungen erhöhen Angst vor Kriminalität und Viktimisierung (Intravia et al., 2017; Näsi et al., 2021; Smolej & Kivivuori, 2006)
- Kriminalitätsfurcht: niedrigeres interpersonelles Vertrauen (Salmi, 2007; Visser et al., 2013)
- Kriminalitätsfurcht: niedrigeres psychisches und subjektives Wohlbefinden (Alfaro-Beracoechea et al., 2018; Pearson & Breetzke, 2014; Stafford et al., 2007)
- Interpersonelles Vertrauen sehr wichtig für psychisches Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit (Helliweg et al., 2016)

H2

True Crime Konsumenten weisen ein geringeres interpersonelles Vertrauen auf als Personen, die solche Medien nicht nutzen.

H3

True Crime Konsumenten weisen ein niedrigeres psychisches Wohlbefinden auf als Personen, die solche Medien nicht nutzen.

4. METHODIK

STUDIENDESIGN

- Quantitatives Design
- Querschnittserhebung
- Online-Fragebogen (24.02.23 bis 13.03.23)
- Akquirierung: soziale Medien, Studienportal der *Psychologie Heute*, Facebook-Gruppe *TRUE CRIME – Wahre Verbrechen*, Verteiler der DIPLOMA Hochschule

MESSINSTRUMENTE

- Soziodemografische Daten
- CPI: Complex Personality Inventory (Gurdan, 2022)
- BFI-2: Big Five Inventory 2 → Skala *Negative Emotionalität* (Danner et al., 2016)
- KUSIV3: Kurzskala Interpersonales Vertrauen (Beierlein et al., 2014)
- WHO-5: Index zum Wohlbefinden (Psychiatric Research Unit, 1998)
- Konsum- und wahrnehmungsbezogene Items zu True Crime

STICHPROBE

- 561 Teilnehmer → N = 422 gültige Fälle

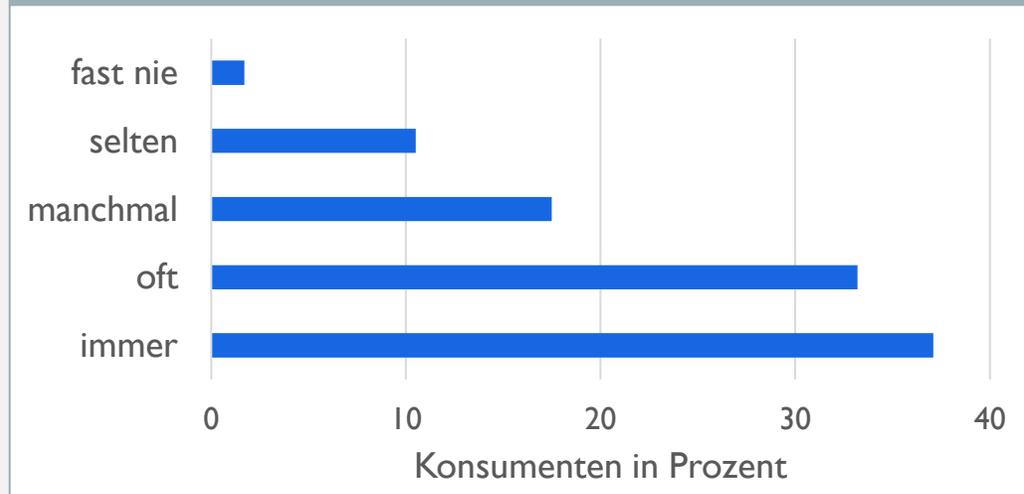
286 Konsumenten	136 Nicht-Konsumenten
<ul style="list-style-type: none">• 92 % ♀ / 8 % ♂• 19 – 65 Jahre (M = 37)	<ul style="list-style-type: none">• 66 % ♀ / 34 % ♂• 18 – 86 Jahre (M = 39)

DATENANALYSE

- IBM SPSS Statistics 28.0
- Deskriptive Analysen zur Stichprobenbeschreibung
- Bivariate Analysen: Korrelationen
- Multivariate Analysen: binär logistische Regressionen
- Statistische Voraussetzungen jeweils geprüft

5. DESKRIPTIVE ERGEBNISSE

KONSUMHÄUFIGKEIT



WAHRNEHMUNG

- „Stimme überhaupt nicht zu“ (1) bis „Stimme voll und ganz zu“ (5)
- TC-Medien machen mir Spaß: $M = 4.21$
- TC-Medien machen mir Angst: $M = 2.08$

„Total spannend, aber teilweise hat man auch Angst [...], dass etwas ähnliches passieren kann.“

„Ich hatte mehr Angst um meine "Liebsten" als ich True Crime Podcasts täglich konsumiert habe.“

„Ich nutze die Podcasts zum Einschlafen.“

5. HYPOTHESENPRÜFUNG

PUNKTBISERIALE KORRELATION

- Korrelation mit True Crime Konsum (** $p < .001$)

Negative Emotionalität	$r = -.215^{**}$
Extraversion	$r = .172^{**}$
Soziale Orientierung	$r = .095$
Interpersonelles Vertrauen	$r = .142^{**}$
Psychisches Wohlbefinden	$r = .150^{**}$

BINÄR LOGISTISCHE REGRESSION

- Kriterium: True Crime Konsum
- Negative Emotionalität signifikanter Prädiktor
→ $\beta = -.590$ / $p = .005$ / OR = .554
- Extraversion, Soziale Orientierung, interpersonelles Vertrauen und psychisches Wohlbefinden keine signifikanten Prädiktoren ($p > .05$)

H1a

Bestätigung der Hypothese:

Konsumenten weisen signifikant höhere Negative Emotionalität auf als Nicht-Konsumenten



H1b

Entgegen der Annahme:

Konsumenten weisen geringfügig niedrigere Extraversion auf als Nicht-Konsumenten



H1c

Konsumenten und Nicht-Konsumenten weisen kaum Unterschiede in der Ausprägung Sozialer Orientierung auf



H2

Konsumenten weisen geringfügig niedrigeres interpersonelles Vertrauen auf als Nicht-Konsumenten



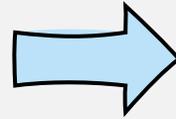
H3

Konsumenten weisen geringfügig niedrigeres psychisches Wohlbefinden auf als Nicht-Konsumenten



5. BEANTWORTUNG DER FRAGESTELLUNG

Welche
Persönlichkeitsmerkmale
stehen im Zusammenhang
mit dem Konsum von True
Crime Medien?



BINÄR LOGISTISCHE REGRESSION 2

- Kriterium: True Crime Konsum
- Merkmale des CPI als Prädiktoren untersucht

Autonome Orientierung

- $\beta = -.440 / p = .043 / OR = .644$
- Konsumenten zeigen höhere Ausprägung

Selbstvertrauen

- $\beta = .575 / p = .010 / OR = 1.776$
- Konsumenten zeigen niedrigere Ausprägung

Selbstreflexion

- $\beta = .466 / p = .048 / OR = 1.593$
- Konsumenten zeigen niedrigere Ausprägung

6. INTERPRETATION

Persönlichkeitsmerkmale

Negative Emotionalität

- Nutzung von Medien, die negativen Emotionen beinhalten, um eigenes psychologisches Profil bzw. Gefühlswelt zu bestätigen und aufrechtzuerhalten (Krcmar & Kean, 2005; Nave et al., 2020)
- → Identifikation (z. B. Brown, 2015)
- → emotionale Stimulation (Langstedt & Atkin, 2013)
- Ängstlichkeit: Medien als Infoquelle, um sich vor Übergriffen zu schützen (Krcmar & Kean, 2005; McDonald, 2021)

Extraversion



Studienlage: Präferenz für gewalttätige Genres

- Negativer Zusammenhang zwischen Extraversion und Inhalten, die unangenehme Emotionen hervorrufen (Nave, 2020)
 - Kriminalitätsbezogene Berichte: Angst und Besorgnis (Intravia, 2017)
 - Kontrast zur heiteren Stimmung
 - Erleben von Dissonanz vermeiden (Böcking & Fahr, 2009)
- → Realitätsaspekt wichtig

Soziale Orientierung

- Zusammenhang mit Empathie und Ekelempfindlichkeit (z. B. Giampietro et al., 2019; Song & Shi, 2017)
- → Mitgefühl und aversive Gefühle
- Soziale Interaktion / Austausch mit Freunden → schwaches Motiv (Boling & Hull, 2018)
- Stichprobe zu großem Teil aus interaktiver Facebook-Gruppe mit regelmäßigen Diskussionen
- → Verzerrung der Ergebnisse denkbar

6. INTERPRETATION

Persönlichkeitsmerkmale

Autonome Orientierung

- Autonomie als psychologisches Grundbedürfnis (z. B. Ryan et al., 2008)
- Tragische Inhalte heben eigene gelungene Lebensführung hervor (Wirth et al., 2012)
 - Abwärtsvergleich steigert / erhält Autonomiegefühl
 - Daten: Korrelation mit „Steigerung des Wohlbefindens“
- Motiv: Gerechtigkeitssuche (Vitis, 2022)
- Autonom Orientierte zeigen stärkere retributive Reaktionen auf Straftäter (z.B. van Prooijen & Kerpershoek, 2013)
- → TC als Bedürfnisbefriedigung

Selbstvertrauen

- Friedfertigkeit (Himmer, 2007)
 - Sorge um andere / Ablehnung von Rachenormen / Identifikation mit Menschheit (Nelson, 2014, 2021)
- Emotionale Gelassenheit (Himmer, 2007)
- Streitlustigkeit und Aggressivität: Präferenz Kriminalgenre und Gewalt (z.B. Banerjee et al., 2009)
- Motiv: Affektstimulation (Vitis, 2022)
- → Widersprüche zwischen hohem Selbstvertrauen und TC-Medien

Selbstreflexion

- Motiv: Beweggründe / Gedanken von Tätern verstehen (Boling & Hull, 2018)
- Zusammenhang mit Fähigkeit, auch über Gedanken / Gefühle anderer nachzudenken (Dimaggio et al., 2008)
- → wenig Selbstreflektierten gelingt dies weniger, daher höheres Interesse
- Zusammenhang mit empathischen Fähigkeiten (z.B. Paloniemi et al., 2021)
 - Mitgefühl / aversive Gefühle
 - Reflexion negativer Effekte
- → hoch Selbstreflektierte meiden TC

6. INTERPRETATION

Vertrauen und
Wohlbefinden

Angstdisposition

- Interindividuelle Unterschiede im Angstempfinden (Smolej und Kivivuori, 2006)
- Interaktionseffekte möglich
- TC-Medien führen nicht bei allen Menschen zu Kriminalitätsfurcht

Persönlichkeit

- Negativer Zusammenhang zwischen Neurotizismus und Vertrauen bzw. Wohlbefinden (Beierlein et al., 2014; Danner et al., 2016)
- Positiver Zusammenhang zwischen Extraversion bzw. Selbstvertrauen und Wohlbefinden (Danner et al., 2016)

Selbstbestimmtheit

- Traditionelle Fernsehnachrichten steigern Kriminalitätsfurcht, Internetchrichten nicht (Roche et al., 2016)
- Eigenverantwortung: bewusste Wahl von Inhalten
- → Selbstbestimmtheit verhindert negative Auswirkungen

Motivation

- Hauptmotiv TC-Konsum: Unterhaltung (Boling & Hull, 2018)
- Erholung: Medien, die Freude bereiten, steigern Wohlbefinden (Wulf et al., 2018; Yang & Liu, 2017)
- Daten: TC-Medien „helfen beim Einschlafen“
- Schlafprobleme negativ für Wohlbefinden (Lazar & Bijak, 2020)

7. LIMITATIONEN

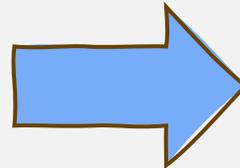


- Stichprobe nicht repräsentativ
 - Homogenisierung durch Facebook-Fangruppe
 - Größtenteils weibliche Studienteilnehmer
 - Gesamtstichprobe unterdurchschnittliches Wohlbefinden
- Theorie: Verknüpfung True Crime zu verwandten Genres
 - Eingeschränkte Übertragung der Ergebnisse
 - Kriminalitätsfurcht nicht explizit erhoben
 - Nutzungsmotivation → Unterhaltung vs. Information
- Medienkonsum neben True Crime nicht erhoben
- Querschnittliche Untersuchung

8. FAZIT UND AUSBLICK

FAZIT

- Zusammenhang zwischen Persönlichkeit und True Crime Konsum
- Studienbefunde zu kriminalitätsbezogenen Nachrichten nicht auf TC übertragbar
- → Motivation als relevanter Aspekt
- Unterhaltung durch TC-Medien steigert Wohlbefinden nicht, könnte aber negative Auswirkungen abschwächen



AUSBLICK

- Einfluss weiterer individueller Merkmale und Persönlichkeitsfacetten untersuchen
- → Beispiel: Empathievermögen
- Interaktionseffekte näher betrachten
- Erforschung Nutzungsmotivation und deren Einfluss auf Auswirkungen
- Längsschnittuntersuchungen
- Untersuchungen bei Jugendlichen (FSK)

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Alfaro-Beracoechea, L., Puente, A., da Costa, S., Ruvalcaba, N. & Páez, D. (2018). Effects of Fear of Crime on Subjective Well-being: A Meta-analytic Review. *The European Journal of Psychology Applied to Legal Context*, 10(2), 89–96. <https://doi.org/10.5093/ejpalc2018a9>
- Asendorpf, J. (2011). *Persönlichkeitspsychologie - für Bachelor* (2. Aufl.). Springer-Lehrbuch. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-19884-7>
- Banerjee, S. C., Greene, K., Krcmar, M. & Bagdasarov, Z. (2009). Who Watches Verbally Aggressive Shows? *Journal of Media Psychology*, 21(1), 1–14. <https://doi.org/10.1027/1864-1105.21.1.1>
- Baumann, L. (2022). How to talk about Murder? Die Erzählstrategien der beliebtesten True Crime Podcasts im deutschsprachigen Raum. In V. Katzenberger, J. Keil & M. Wild (Hrsg.), *Podcasts: Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums* (1. Aufl., S. 357–373). Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38712-9_14
- Beierlein, C., Kemper, C., Kovaleva, A. J. & Rammstedt, B. (2014). *Interpersonales Vertrauen (KUSIV3)*. Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS). <https://doi.org/10.6102/ZIS37>
- Blöbaum, B. (2022). *Vertrauen, Misstrauen und Medien*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38558-3>
- Böcking, T. & Fahr, A. (2009). Television program avoidance and personality. *COMM*, 34(3), 323–344. <https://doi.org/10.1515/COMM.2009.020>
- Boling, K. S. & Hull, K. (2018). Undisclosed Information— Serial Is My Favorite Murder: Examining Motivations in the True Crime Podcast Audience. *Journal of Radio & AudioMedia*, 25(1), 92–108. <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1370714>
- Brown, W. J. (2015). Examining Four Processes of Audience Involvement With Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship. *Communication Theory*, 25(3), 259–283. <https://doi.org/10.1111/comt.12053>
- Cantador, I., Fernandez-Tobias, I., Bellogín, A., Kosinski, M. & Stillwell, D. (2013). Re-lating Personality Types with User Preferences Multiple Entertainment Domains. *CEUR Workshop Proceedings*, 997.
- Costa, P.T., Jr. & McCrae, R. R. [R. R.]. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Odessa, FL. Psychological Assessment Resources.
- Costa, P.T., Jr. & McCrae, R. R. [R. R.]. (1992). *Revised NEO Personality Inventory and NEO Five Factor Inventory professional manual*. Odessa, FL. Psychological Assessment Resources.
- Danner, D., Rammstedt, B., Bluemke, M., Treiber, L., Berres, S., Soto, C. & John, O. (2016). *Die deutsche Version des Big Five Inventory 2 (BFI-2)*. <https://doi.org/10.6102/ZIS247>
- Dimaggio, G., Lysaker, P. H., Carcione, A., Nicolò, G. & Semerari, A. (2008). Know yourself and you shall know the other... to a certain extent: multiple paths of influence of self-reflection on mindreading. *Consciousness and Cognition*, 17(3), 778–789. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2008.02.005>

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Frank, R. (2011). Den störungsorientierten Blick erweitern. In R. Frank (Hrsg.), *Therapieziel Wohlbefinden: Ressourcen aktivieren in der Psychotherapie* (2. Aufl., S. 3–16). Springer Berlin / Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-71622-8_1
- Giampietro, M., Ruggi, S., Caravita, S. C. S., Gatti, M., Colombo, L. & Gilli, G. M. (2019). A Measure to Assess Individual Differences for Disgust Sensitivity: An Italian Version of the Disgust Scale – Revised. *Current Psychology*, 38(2), 354–366. <https://doi.org/10.1007/s12144-017-9604-x>
- Gurdan, S. (2022). Verfahrensdokumentation für CPI: Complex Personality Inventory. In Leibniz Institut für Psychologie (Hrsg.), *Open Test Archive*.
- Helliwell, J., Huang, H. & Wang, S. (2016). New Evidence on Trust and Well-being. *National Bureau of Economic Research*. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.3386/w22450>
- Himmer, S. (2007). *Konstruktion und Untersuchung der Big Ten zur differenzierten Erfassung komplexer und vielschichtiger Persönlichkeitskonzepte* [Diplomarbeit]. Ludwig-Maximilians-Universität, München.
- Intravia, J., Wolff, K. T., Paez, R. & Gibbs, B. R. (2017). Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults. *Computers in Human Behavior*, 77, 158–168. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.047>
- Krcmar, M. & Kean, L. G. (2005). Uses and Gratifications of Media Violence: Personality Correlates of Viewing and Liking Violent Genres. *Media Psychology*, 7(4), 399–420. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0704_5
- Langstedt, E. R. & Atkin, D. J. (2013). An Examination of Personality Traits and Television Viewing Motives Using Patterns of Interrelation and Quadratic Analysis. *Atlantic Journal of Communication*, 21(5), 278–293. <https://doi.org/10.1080/15456870.2013.842571>
- Lazar, C. & Bijak, M. (2020). Schlaf und seine Störungen. *Deutsche Zeitschrift für Aku-punktur*, 63(4), 225–228. <https://doi.org/10.1007/s42212-020-00328-7>
- McDonald, M. M., James, R. M. & Roberto, D. P. (2021). True Crime Consumption as Defensive Vigilance: Psychological Mechanisms of a Rape Avoidance System. *Archives of sexual behavior*, 50(5), 2085–2108. <https://doi.org/10.1007/s10508-021-01990-1>
- Näsi, M., Tanskanen, M., Kivivuori, J., Haara, P. & Reunanen, E. (2021). Crime News Consumption and Fear of Violence: The Role of Traditional Media, Social Media, and Alternative Information Sources. *Crime & Delinquency*, 67(4), 574–600. <https://doi.org/10.1177/001128720922539>
- Nave, G., Rentfrow, J. & Bhatia, S. (2020). *We Are What We Watch: Movie Plots Predict the Personalities of Their Fans*. <https://psyarxiv.com/wdsu8/>
- Nelson, L. L. (2014). Peacefulness as a Personality Trait. In L. L. Nelson (Hrsg.), *Peace Psychology Book Ser: v.20. Personal Peacefulness: Psychological Perspectives* (1. Aufl., Bd. 20, S. 7–43). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-9366-2_2
- Nelson, L. L. (2021). Identifying determinants of individual peacefulness: A psychological foundation for peace education. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 27(2), 109–119. <https://doi.org/10.1037/pac0000517>

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Paloniemi, E., Mikkola, I., Vajus, R., Jokelainen, J., Timonen, M. & Hagnäs, M. (2021). Measures of empathy and the capacity for self-reflection in dental and medical students. *BMC medical education*, 21(1), 114. <https://doi.org/10.1186/s12909-021-02549-3>
- Papazoglou, K. & Tuttle, B. M. (2018). Fighting Police Trauma: Practical Approaches to Addressing Psychological Needs of Officers. *SAGE Open*, 8(3), 215824401879479. <https://doi.org/10.1177/2158244018794794>
- Pearson, A. L. & Breetzke, G. D. (2014). The Association Between the Fear of Crime, and Mental and Physical Wellbeing in New Zealand. *Social Indicators Research*, 119(1), 281–294. <https://doi.org/10.1007/s11205-013-0489-2>
- Psychiatric Research Unit. (1998). *WHO (fünf) – Fragebogen zum Wohlbefinden (Version 1998)*. https://www.psykiatri-regionh.dk/who-5/Documents/WHO5_German.pdf
- Punnett, I. C. (2018). *Toward a theory of true crime narratives: A textual analysis*. *Routledge focus on journalism studies*. Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781351180481>
- Rauthmann, J. F. (2017). *Persönlichkeitspsychologie: Paradigmen – Strömungen – Theorien* (1. Aufl.). *Springer-Lehrbuch*. Springer Berlin Heidelberg. <http://nbn-resol-ving.org/urn:nbn:de:bsz:31-epflicht-1574173>
- Roche, S. P., Pickett, J. T. & Gertz, M. (2016). The Scary World of Online News? Internet News Exposure and Public Attitudes Toward Crime and Justice. *Journal of Quantitative Criminology*, 32(2), 215–236. <https://doi.org/10.1007/s10940-015-9261-x>
- Rotter, J. B. (1967). A new scale for the measurement of interpersonal trust. *Journal of personality*, 35(4), 651–665. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1967.tb01454.x>
- Ryan, R. M., Huta, V. & Deci, E. L. [Edward L.] (2008). Living well: a self-determination theory perspective on eudaimonia. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 139–170. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9023-4>
- Sahrer, S. (2022). Warte, warte nur ein Weilchen. Faszination und Ethik von True Crime-Erzählungen. In S. Beck & J. Franzen (Hrsg.), *Texturen: Bd. 3. Kriminalerzählungen der Gegenwart: Zur Ästhetik und Ethik einer Leitgattung* (1. Aufl., S. 133–154). Rombach Wissenschaft – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft. <https://doi.org/10.5771/9783968218793-133>
- Salmi, V., Smolej, M. & Kivivuori, J. (2007). Crime victimization, exposure to crime news and social trust among adolescents. *YOUNG*, 15(3), 255–272. <https://doi.org/10.1177/110330880701500303>
- Shields, N., Fieseler, C., Gross, C., Hilburg, M., Koechig, N., Lynn, R. & Williams, B. (2010). Comparing the Effects of Victimization, Witnessed Violence, Hearing about Violence, and Violent Behavior on Young Adults. *Journal of Applied Social Science*, 4(1), 79–96. <https://doi.org/10.1177/193672441000400107>
- Smolej, M. & Kivivuori, J. (2006). The Relation Between Crime News and Fear of Violence. *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 7(2), 211–227. <https://doi.org/10.1080/14043850601002429>

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Song, Y. & Shi, M. (2017). Associations between empathy and big five personality traits among Chinese undergraduate medical students. *PloS one*, 12(2), e0171665. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0171665>
- Stafford, M., Chandola, T. & Marmot, M. (2007). Association between fear of crime and mental health and physical functioning. *American journal of public health*, 97(11), 2076–2081. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2006.097154>
- van Prooijen, J.-W. & Kerpershoek, E. F. P. (2013). The impact of choice on retributive reactions: how observers' autonomy concerns shape responses to criminal offenders. *The British journal of social psychology*, 52(2), 329–344. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2011.02079.x>
- Visser, M., Scholte, M. & Scheepers, P. (2013). Fear of Crime and Feelings of Unsafety in European Countries: Macro and Micro Explanations in Cross-National Perspective. *The Sociological Quarterly*, 54(2), 278–301. <https://doi.org/10.1111/tsq.12020>
- Vitis, L. (2022). 'My Favourite Genre Is Missing People': Exploring How Listeners Experience True Crime Podcasts in Australia. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.5204/ijcsd.2362>
- Weltgesundheitsorganisation. (2020). *Verfassung der Weltgesundheitsorganisation*. Unterzeichnet in New York am 22. Juli 1946. https://www.fedlex.ad-min.ch/eli/cc/1948/1015_1002_976/de
- Wirth, W., Hofer, M. & Schramm, H. (2012). Beyond Pleasure: Exploring the Eudaimonic Entertainment Experience. *Human Communication Research*, 38(4), 406–428. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2012.01434.x>
- Wulf, T., Rieger, D. & Schmitt, J. B. (2018). Blissed by the past: Theorizing media-induced nostalgia as an audience response factor for entertainment and well-being. *Poetics*, 69, 70–80. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.04.001>
- Yang, C.-C. & Liu, D. (2017). Motives Matter: Motives for Playing Pokémon Go and Implications for Well-Being. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 20(1), 52–57. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0562>

A vibrant blue watercolor splash serves as the background for the entire image. The splash is irregular and textured, with darker blue areas on the left and right sides, and lighter, more translucent blue in the center. A black rectangular border is superimposed over the center of the splash, containing the text.

VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT