

Urs Dahinden

# Framing

Eine integrative Theorie  
der Massenkommunikation

HERBERT VON HALEM VERLAG

Das Frontispiz zeigt die Titelvignette der *Relation* von 1609.  
Diese erste gedruckte Wochenzeitung ist seit 1605 in Straßburg erschienen.

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung  
der wissenschaftlichen Forschung.

#### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Urs Dahinden

*Framing.*

*Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*

Forschungsfeld Kommunikation, Band 22

Köln: Halem, 2018

ISBN 978-3-7445-1638-9

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der  
Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch  
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des  
Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-  
Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2018 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2006 (ISBN 978-3-89669-576-5)

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

URL: <http://www.halem-verlag.de>

# Inhalt

Dank .....	11
<b>1. Einleitung</b> .....	13
1.1 Arbeitsdefinition .....	14
1.2 Stärken des Framing-Konzeptes .....	15
1.2.1 Framing als integrativer Theorieansatz .....	16
1.2.2 Framing als Theorie mittlerer Reichweite .....	18
1.3 Schwächen der Framing-Forschung .....	21
1.4 Zielsetzung und Aufbau dieser Arbeit .....	22
<b>2. Begriffsgeschichte: Wurzeln des Framing-Begriffs in anderen Disziplinen</b> .....	27
2.1 Frames vs. Rahmen? Einige Vorbemerkungen zur Sprachwahl .....	27
2.2 Kognitionspsychologie: Frames als Schemas .....	30
2.3 Informatik, künstliche Intelligenz: Frames als Instrumente der Wissensrepräsentation .....	36
2.4 Soziologie: Frames als Rahmen (Goffman 1974) .....	38
2.4.1 Rahmenschichten und Transformationstiefen .....	44
2.4.2 Falschrahmungen .....	44
2.4.3 Klärung des Rahmens .....	46
2.4.4 Zur Rezeption von Goffmans Rahmenanalyse .....	49
2.4.5 Goffmans Arbeit als Frame-Syntax ohne Frame-Semantik .....	51
2.5 Frames in der Politikwissenschaft: Master Frames als Ideologie (Gerhards/Rucht 1992) .....	51
2.6 Frames als technischer Fachbegriff in der praktischen Medienproduktion .....	53
2.7 Framing in der Ökonomie und Entscheidungstheorie (Tversky/Kahneman 1981) .....	54
<b>3. Begriffsbestimmungen von Framing in der Kommunikations- und Medienwissenschaft</b> .....	59
3.1 Einleitung: Framing als mehrstufiger Prozess .....	59
3.2 Framing und Public Relations .....	61

3.3	Framing und Journalismus .....	67
3.3.1	Framing und Nachrichtenauswahl .....	67
3.3.2	Framing und Bias .....	73
3.4	Framing und Medieninhalte .....	75
3.4.1	Frames und Themen .....	75
3.4.2	Frames und Metaphern .....	76
3.4.3	Frames als formale Rahmen (Rezeption des Frame-Konzepts von Goffman bei Willems) .....	80
3.5	Framing und Medienwirkungen .....	82
3.5.1	Framing und Agenda Setting .....	84
3.5.2	Medienkompetenz (Pietrass 2003) .....	89
3.5.3	Framing und Schema .....	90
3.5.4	Persuasion: Frames und Einstellungen .....	95
3.5.5	Elaboration-Likely-Hood-Modell als ein Persuasions-Modell .....	99
3.5.6	Schema und Einstellung: Argumente für eine Integration .....	103
3.5.7	Fazit .....	104
4.	<b>Einleitung zur propositionalen Meta-Analyse der empirischen Framing-Forschung .....</b>	<b>105</b>
5.	<b>Medieninhaltsframes .....</b>	<b>111</b>
5.1	Risikokommunikationsframes (Peters 1994) .....	112
5.2	Frames zur Atomenergie-Debatte (Gamson/Modigliani 1989) .....	113
5.3	Frames zu Gentechnik-Berichterstattung (Durant/Bauer/Gaskell 1998) .....	115
5.4	Medienframes in der Risikoberichterstattung (Schöberl 1995) .....	119
5.5	Frames in der Gentechnikberichterstattung (Kohring/Matthes 2002) .....	122
5.6	Frames zu Tierversuchen (Kruse 2001) .....	125
5.7	Episodische vs. thematische Frames (Iyengar 1991) .....	130
5.8	Framing von privatem Waffenbesitz (Callaghan/Schnell 2001) .....	133
5.9	Frames in der Berichterstattung über Drogenpolitik (Wessler 1999) .....	139
5.10	Frames zur Abtreibungsfrage (Gerhards 1998) .....	143
5.11	Frames zu Fremdenfeindlichkeit I (Brosius/Eps 1993) .....	147
5.12	Frames und Fremdenfeindlichkeit II (Scheufele 2003) .....	152
5.13	Standortkonflikt um Asylbewerberzentrum (Van Gorp 2001) .....	159
5.14	Frames zur europäischen Politik (Semetko/Valkenburg 2000) .....	160
5.15	Frames in der Meta-Kommunikation in Wahlkämpfen (Esser/D'Angelo 2003) .....	162
5.16	Bias-Studien zu Medienframes .....	165

5.17	Framing von zwei Flugzeugabstürzen (Entman 1991) .....	165
5.18	Frames von Friedensprotestaktionen (Couldry 1999) .....	167
5.19	Naturschutz (Miller/Riechert 2001) .....	169
<b>6.</b>	<b>Individuelle Frames</b> .....	<b>173</b>
6.1	Schemas (bzw. Frames) zur Verarbeitung der Informationsflut (Graber 1984) .....	174
6.2	Frames schreiben Verantwortung zu (Iyengar 1991) .....	176
6.3	Framingwirkungen bei der Berichterstattung über soziale Proteste (McLeod/Detenber 1999) .....	179
6.4	Frames in der Risikowahrnehmung: Vorstellungsmuster zu Risiken (Renn 1989) .....	182
6.5	Frames als Integration von kognitiven und affektiven Dimensionen (Just/Crigler/Neumann 1996) .....	185
6.6	Frames in der Risikowahrnehmung – Faktoranalyse (Hornig 1992) .....	188
6.7	Bias-Studien zu Rezipientenframes .....	191
<b>7.</b>	<b>Synthese der theoretischen und empirischen Meta-Analyse</b> .....	<b>193</b>
7.1	Einleitung .....	193
7.2	Theorieorientierte Definition von Framing .....	193
7.3	Operationale Definition von Framing .....	200
7.3.1	Exkurs zur relativen Latenz von Frames als grundlegendem methodologischen Problem .....	202
7.3.2	Qualitativ-Induktives Vorgehen .....	203
7.3.3	Deduktiv quantitative Vorgehensweise .....	205
7.3.4	Induktiv quantitative Vorgehensweise .....	206
7.3.5	Wie viele Frames sollen identifiziert werden? .....	207
7.3.6	Propositionale Meta-Analyse: Verwendete Frame- Identifikations- und Datenerhebungsmethoden .....	208
7.3.7	Typologie der identifizierten Basisframes und Unterframes .....	210
7.3.8	Framing als kausale Medientheorie .....	214
7.3.9	Drei forschungsleitende Hypothesen .....	218
<b>8.</b>	<b>Einleitung zur empirischen Fallstudie über die Gentechnologie-Debatte</b> .....	<b>219</b>
8.1	Internationale Schlüsselereignisse: Gen-Soja und Dolly .....	221
8.2	Schweizer Schlüsselereignisse: Frühstart in Wissenschaft und Wirtschaft .....	222
8.3	Späte gesetzliche Regulierung .....	223

8.4	Die Genschutzinitiative: Mobilisierung und Gegenmobilisierung ...	223
8.5	Transatlantischer Graben? Die Gentechnologie-Debatte in Europa und Nordamerika.....	224
9.	<b>Empirische Vorgehensweise bei der Fallstudie</b> .....	227
9.1	Inhaltsanalyse.....	227
9.2	Befragung .....	233
9.3	Auswertungsstrategie.....	235
10.	<b>Auswertungsschritt 1: Identifikation von Medienframes</b> .....	239
10.1	Beschreibende Auswertung der Input-Variablen .....	239
10.1.1	Input-Variablen: Thema, Kontroverse.....	239
10.1.2	Input-Variable: Akteure .....	241
10.1.3	Input-Variablen: Bewertung, Argumentationsmuster und Handlungsempfehlung .....	242
10.2	Frame-Identifikation mit Hilfe von Faktor- und Clusteranalyse ....	245
10.3	Medienframes im Vergleich mit anderen Variablen .....	254
10.3.1	Medienframes und publizistische Formen .....	254
10.3.2	Empirischer Vergleich: Induktive und deduktive Framebildung ....	259
10.1.3	Medienframes im internationalen Vergleich .....	261
10.3.4	Zur Karriere des Medienthemas Gentechnologie .....	263
10.3.5	Medienframes im Zeitverlauf.....	265
10.3.6	Medienframes und Zeitungstypen .....	268
11.	<b>Auswertungsschritt 2: Identifikation von Rezipienten-Frames</b> .....	271
11.1	Vorbemerkung zum methodischen Vorgehen bei der Faktoranalyse	273
11.2	Faktoranalyse zur Dimension: Problemdefinition .....	274
11.3	Faktoranalyse zur Dimension: Akteure .....	277
11.4	Faktoranalyse zu Bewertungen und Handlungsempfehlungen .....	280
11.5	Integration der Rezipienten-Teil- zu Hauptframes .....	284
11.5.1	Methodenvergleich: Ein- vs. zweistufiges Vorgehen .....	284
11.5.2	Identifikation von Hauptframes mit Hilfe eines einstufigen Vorgehens.....	287
11.5.3	Clusteranalyse: Häufigkeit der Rezipientenframes .....	291
12.	<b>Auswertungsschritte 3 und 4: Vergleich von Medien- und Rezipientenframes</b> .....	295
12.1	Auswertungsschritt 3: Semantischer Vergleich von Medien- und Rezipientenframes.....	295

12.2	Auswertungsschritt 4: Zusammenhangsanalyse von Rezipientenframes und Mediennutzung .....	298
12.2.1	Wahl des Zusammenhangsanalyse-Verfahrens .....	298
12.2.2	Statistische Ergebnisse der Varianzanalyse .....	300
12.2.3	Inhaltliche Richtung der Ergebnisse .....	301
12.2.4	Zusammenfassung und Fazit: Medienframes als kausale Ursache von Rezipientenframes? .....	304
<b>13.</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>307</b>
13.1	Zusammenfassung der Theorie .....	307
13.2	Methodologie der Framing-Forschung .....	310
13.2.1	Frame-Identifikation .....	310
13.2.2	Kausalanalyse von Framing-Wirkungen .....	312
13.2.3	Inhaltliche Beschreibung der identifizierten Frames .....	313
13.3	Zusammenfassung: Eigene Methode und Ergebnisse .....	313
13.4	Normative Diskussion .....	315
13.5	Fazit: Qualitäten der Framing-Theorie .....	317
13.6	Framing als neues Paradigma der Kommunikations- und Medienwissenschaft? .....	319
13.7	Forschungsbedarf .....	320

## Anhang

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....	323
Literatur .....	329
Sachregister .....	343