

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

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

Inhalt

Dank	11
1. Einleitung	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
2. Begriffsgeschichte: Wurzeln des Framing-Begriffs in anderen Disziplinen	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
3. Begriffsbestimmungen von Framing in der Kommunikations- und Medienwissenschaft	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.	Einleitung zur propositionalen Meta-Analyse der empirischen Framing-Forschung	105
5.	Medieninhaltsframes	111
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
6.	Individuelle Frames	173
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
7.	Synthese der theoretischen und empirischen Meta-Analyse	193
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
8.	Einleitung zur empirischen Fallstudie über die Gentechnologie-Debatte	219
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.	Empirische Vorgehensweise bei der Fallstudie	227
9.1	Inhaltsanalyse.....	227
9.2	Befragung	233
9.3	Auswertungsstrategie.....	235
10.	Auswertungsschritt 1: Identifikation von Medienframes	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.	Auswertungsschritt 2: Identifikation von Rezipienten-Frames	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.	Auswertungsschritte 3 und 4: Vergleich von Medien- und Rezipientenframes	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
13.	Zusammenfassung und Ausblick	307
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

1. Einleitung

*Indeed, the concept of framing
is important enough in the many fields
of inquiry that use it to merit a book-length essay.*
(Entman 1993: 57)

Das Konzept des Framings ist in den vergangenen Jahren auf zunehmendes Interesse in der Publizistik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft¹ gestoßen. Der Begriff des Frames (bzw. des Schemas als synonymes Pendant auf der Ebene des individuellen Bewusstseins) taucht denn auch in vielen Einführungswerken in die Kommunikations- und Medienwissenschaft zumindest als Stichwort auf (Jarren/Sarcinelli/Saxer 1998: 651; Kuncik/Zipfel 2001: 271; Simons/Morreale/Gronbeck 2001: 115 ff.; Salovey/Schneider/Apanovitch 2002: 391 ff.; Bonfadelli 2004: 13 ff.).

Eine zentrale Stärke des Frame-Konzepts (im Sinne von Deutungsmuster) liegt in seiner breiten Anwendbarkeit für alle Phasen des massenmedialen Kommunikationsprozesses. Frames können auf allen Ebenen von Massenkommunikation (Public Relations, Journalismus, Medieninhalte, Publikum) identifiziert und deren Transfer und Wandel analysiert werden.² Diese breite Anwendbarkeit hat zu einer großen Produktivität im Forschungsfeld Framing geführt, die mit einer nur noch schwer überblickbaren Zahl von theoretischen Ansätzen und empirischen Untersuchungen verbunden ist. Damit ist auch bereits die zentrale Schwäche des Forschungsfelds Framing erwähnt, nämlich die mangelnde Integration und Kumulation von Forschungsergebnissen sowohl im theoretischen als auch im empirischen Bereich.

- 1 Mit der Nennung aller drei gebräuchlichen Bezeichnungen (Publizistik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft) für die relevante akademische Disziplin soll an dieser Stelle der integrative Anspruch dieser Arbeit signalisiert werden. Im Folgenden wird aber aus Platzgründen nur die kürzere und gleichzeitig auch verbreitetere Bezeichnung »Kommunikations- und Medienwissenschaft« verwendet.
- 2 Aus Kapazitätsgründen liegt in dieser Arbeit der Fokus auf die Anwendung der Framing-Theorie für die Analyse von Massenkommunikation. Damit soll aber nicht ausgeschlossen werden, dass die Framing-Theorie auch für die Analyse anderer Kommunikationsformen geeignet ist.

Im vorliegenden einleitenden Kapitel wird ein Ausblick auf die gesamte Arbeit gegeben. Dazu gehört eine erste Arbeitsdefinition von Framing. Anschließend wird das gesteckte Ziel erläutert, nämlich einerseits die Stärken des Framing-Ansatzes und sein Potential als integrative Theorie der Kommunikations- und Medienwissenschaft umfassend und systematisch auszuarbeiten, andererseits aber auch nüchtern die Schwächen der Framing-Forschung zu ermitteln. Aus den identifizierten Mängeln wird der notwendige Forschungsbedarf abgeleitet, zu dessen Überwindung in der empirischen Fallstudie erste Schritte realisiert werden. Die Einleitung schließt mit einem Ausblick auf die einzelnen Kapitel dieser Studie.

1.1 Arbeitsdefinition

Was ist unter Framing als Prozess bzw. Frames als Produkte dieses Prozesses zu verstehen? Im Sinne einer vorläufigen Arbeitsdefinition können Frames hier vereinfachend als *Deutungsmuster* definiert werden, welche zur Sinngebung und Bewertung von unterschiedlichen Themen herangezogen werden. Diese Arbeitsdefinition entspricht der Begriffsbestimmung von Entman:

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation. (Entman 1993: 52)

Gemäß dieser Begriffsbestimmung haben Frames zwei zentrale Funktionen, nämlich einerseits die Selektion von wahrgenommenen Realitätsaspekten und andererseits die Strukturierung von Kommunikationstexten über diese Realität. Frames zeichnen sich dabei durch die folgenden vier definierenden Elemente aus: Sie bieten zunächst eine *Problemdefinition*, die verbunden ist mit einer *Ursachenzuschreibung*. Des Weiteren wird eine *Bewertung* des Problems abgegeben, die auf moralischen oder anderen Werten beruhen kann und auch mit einer *Handlungsempfehlung* zur Lösung dieser Probleme verbunden ist.

Diese allgemeine Definition soll am Beispiel des *David-Goliath-Frames*³ illustriert werden, der zur Beschreibung asymmetrischer Konflikt verwendet wird. Die Grundstruktur des *David-Goliath-Frames* lässt sich als generalisierte Form der gleichnamigen biblische Geschichte beschreiben. Als generelle *Problemdefinition*

3 Für weitere Bezeichnungen und Anwendungen dieses Frames siehe (Hoffmann 2003: 86).

beschreibt dieser Frame eine Auseinandersetzung, bei der sich zwei ungleiche Konfliktparteien gegenüberstehen. Die eine Seite (Goliath) erscheint auf Grund ihrer physischen, militärischen oder wirtschaftlichen Ressourcen klar überlegen gegenüber der anderen Seite (David), die sich als kleiner, schwächer und wirtschaftlich benachteiligt beschreiben lässt. Die *Ursache des Problems* lässt sich als Machtmissbrauch der stärkeren Seite beschreiben. Die *Bewertungstendenz* innerhalb des Frames ist eindeutig und läuft auf ein positives Urteil gegenüber der schwächeren und ein negatives gegenüber der stärkeren Partei hinaus. Diese Bewertung lässt sich u. a. auch am Ausgang der Geschichte ablesen: Der Konflikt entscheidet sich wider Erwarten nicht nach dem bekannten Ungleichgewicht, sondern die schwächere Seite kann die Auseinandersetzung zu ihren Gunsten entscheiden, in dem sie eine andere Ressource (Bsp. Intelligenz, Kreativität, Fleiß, Flexibilität) einsetzt, mit deren Hilfe sie den scheinbar überlegenen Gegner zu besiegen vermag. Dieser Frame impliziert auch Handlungsempfehlungen, die je nach Adressat unterschiedlich ausfallen: Für die vordergründig Mächtigen kann daraus gelernt werden, dass auch vergleichsweise machtlose Gegner ernst zu nehmen sind. Für die scheinbar Machtlosen ist die Botschaft dieses Frames, dass ihr Widerstand trotz begrenzter Mittel erfolgreich sein kann, sofern die vorhandenen Ressourcen auch gezielt eingesetzt werden.

Ein erstes, außenpolitisches Beispiel für die Verwendung des *David-Goliath-Frames* stellt der Nahostkonflikt zwischen Israel und den Palästinensern dar. Dem jungen Staat Israel wurde in der Vergangenheit (auch aus kulturhistorischen Gründen) die Rolle des Davids zugeordnet, welcher sich erfolgreich gegen die Übermacht der alteingesessenen arabischen Staaten zur Wehr setzt. Dieses Deutungsmuster hat in der jüngsten Vergangenheit aber an Bedeutung verloren, was u.a. als Folge der Intifada gesehen werden kann (Liebes 1992: 50). Auf Grund der militärischen Überlegenheit von Israel wird dieses Land nicht mehr als der unschuldige David, sondern vielmehr als mächtiger Goliath wahrgenommen, der seine Stärke gegenüber den nur schwach organisierten und primitiv bewaffneten Palästinensern ohne Rücksicht ausspielt. Der *David-Goliath-Frame* wird mit anderen Worten also mit umgekehrten Vorzeichen für die Beschreibung desselben Konflikts eingesetzt.

1.2 Stärken des Framing-Konzeptes

Wo liegen die Stärken der Framing-Theorie? Was ist das besondere Potential dieses Konzepts, das zu einer hohen Produktivität innerhalb dieses Forschungsfeldes geführt hat? In Anlehnung an Reese/Gandhi/Grant werden im Folgenden mög-

liche Gründe in Form von vier Thesen (*kursiv gedruckt*) diskutiert (Reese/Gandhi/Grant 2001).

1.2.1 Framing als integrativer Theorieansatz

These 1: Framing ist ein integrativer Theorieansatz, der für alle Phasen von massenmedialen Kommunikationsprozessen (Public Relations, Journalismus, Medieninhalte, Publikum) von Bedeutung ist.

Dieser integrative Anspruch der Framing-Theorie steht zunächst im Gegensatz zu aktuellen Trends in der Fachentwicklung. Ähnlich wie in anderen Wissenschaftsdisziplinen (Weingart 2001) ist auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft ein Trend zur Spezialisierung und Ausdifferenzierung von Teildisziplinen zu beobachten. Die Untergliederung der Gesamtdisziplin erfolgt dabei meist in Anlehnung an die Phasen des Kommunikationsprozesses, wie sie gemäß der Laswell-Formel unterschieden werden können (siehe Tabelle 1-1).

Frage in der Lasswell-Formel	Teildisziplin innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft
Wer	Kommunikatorforschung (Journalismus, PR)
sagt was	Medieninhaltsforschung
auf welchem Weg	Medienforschung
zu wem	Rezipientenforschung
mit welchen Wirkungen?	Wirkungsforschung

Tab. 1-1: Laswell-Formel und entsprechende Teildisziplinen innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Bonfadelli 2001: 27; Schmidt/Zurstiege 2002: 91)

Die einfache Frage der Lasswell-Formel (Wer sagt was zu wem in welchem Kanal mit welchen Wirkungen? [Laswell 1948] zit. nach [Bonfadelli 2001: 27]) baut auf einem linearen Verständnis von Massenkommunikation auf, die in ein-

zelle Phasen unterteilt und mit den entsprechenden spezialisierten Teildisziplinen (Kommunikatorforschung, Medieninhaltsforschung, Medienforschung, Publikums- und Wirkungsforschung) untersucht wird.

Spezialisierung ist allerdings ein zweischneidiges Schwert: Einerseits können die interessierenden Phänomene durch eine Ausdifferenzierung von Teilbereichen vertiefter und genauer untersucht werden, andererseits birgt eine weit fortgeschrittene Spezialisierung die Gefahr, dass dadurch der Blick für den Gesamtprozess der Massenkommunikation verloren geht und Phänomene, welche über die Grenzen der Teildisziplinen hinweg ablaufen, zu wenig Beachtung finden. Saxer kritisiert in diesem Zusammenhang den Zustand der Kommunikations- und Medienwissenschaft als ein »Nebeneinander von bloß punktuell koordinierten Teildisziplinen« (Saxer 1997: 18). Langebucher beklagt den vorherrschenden »Ansatzismus« (Langenbucher 2005). Kuncik und Zipfel bemängeln die fehlende Integration von Einzelbefunden (Kuncik/Zipfel 2001: 61). Ähnlich argumentieren auch Neuberger und Bucher (Neuberger 2000; Bucher 2000). Bucher plädiert für eine integrative Analyse, welche sich auf die Dynamik der Medienkommunikation zwischen den verschiedenen Bereichen fokussiert:

Während in der traditionellen Medienforschung die Bereiche der Medienproduktion, der Medienprodukte und der Medienrezeption oder -wirkungen jeweils getrennt untersucht werden, um dann später die Zusammenhänge aus den Daten zu extrapolieren, verfährt eine kommunikationsdynamische Analyse integrativ. (Bucher 2000: 273)

Gerade auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft kann die Unterteilung in die oben genannten Teildisziplinen nur als vorläufige und analytische Trennung verstanden werden, da die Erkenntnisse aus den jeweiligen Teilbereichen miteinander in einem engen Zusammenhang stehen.

Die Integrationsfunktion von Framing soll am oben eingeführten Beispiel des *David-Goliath-Frames* kurz illustriert werden. Auf der Ebene von politischer PR kann der *David-Goliath-Frame* von politischen Akteuren vielfältig eingesetzt werden: eines zwar vordergründig aussichtslosen, aber moralisch legitimierte Kampfes, und andererseits zur De-Legitimierung von gegnerischen Positionen, welche allein schon auf Grund ihrer faktischen Überlegenheit abgewertet werden können. Auf der Ebene des Journalismus und der Medieninhalte stellt der *David-Goliath-Frame* ein attraktives Darstellungsmuster dar, weil der Frame ein Element der Unterhaltung enthält, nämlich den unerwarteten Sieg des Schwächeren. Schließlich ist der *David-Goliath-Frame* auch auf der Publikumsebene von Bedeutung. Gelingt es einem Akteur, sich glaubwürdig als Träger der Davids-Rolle innerhalb dieses

Frames zu inszenieren, so steigt dadurch die Wahrscheinlichkeit, dass er vom Publikum positiv bewertet wird.

Wichtig ist an dieser Stelle der Hinweis, dass Frames in den Medientexten nur in Ausnahmefällen explizit erwähnt werden. Vorherrschend ist vielmehr eine implizite Bezugnahme durch ausgewählte Attribute, mit denen ein bestimmtes, latentes Deutungsmuster aktiviert wird. So kann der *David-Goliath-Frame* aktiviert werden, in dem in einem Medienbeitrag ein Hinweis auf die ungleichen Stärkeverhältnisse und den unerwarteten Konfliktausgang gegeben wird.

1.2.2. Framing als Theorie mittlerer Reichweite

These 2: Framing ist eine »Theorie mittlerer Reichweite« (Merton 1957), mit der generelle, themenunabhängige Deutungsmuster identifiziert werden können.

Framing kann als theoretisches Konzept abgegrenzt werden gegenüber Erklärungsansätzen von geringer Reichweite, die sich in der Beschreibung von thematischen und historischen Einzelfällen erschöpfen. Framing genügt der berechtigten Anforderung an jede Theorie, ausreichende Abstraktionsleistungen von Einzelfällen zu erbringen. Das Framing-Konzept erhebt andererseits auch nicht den Anspruch einer universellen Reichweite, sondern muss flexibel den kulturellen und zeitlichen Randbedingungen des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes angepasst werden.

Die mittlere Reichweite des Framing-Ansatzes zeigt sich unter anderem in der Themenunabhängigkeit von Frames. Frames treten als Deutungsmuster von massenmedialen Themen auf, sind aber nicht identisch mit diesen Themen, sondern als generalisierte Deutungsmuster auf andere Themen übertragbar. Diese Themenunabhängigkeit soll wiederum am Beispiel des *David-Goliath-Frames* und seiner Anwendung auf zwei weitere Medienthemen (Greenpeace vs. multinationale Konzerne, Klein- vs. Großunternehmen) illustriert werden.

Neben dem Nahostkonflikt stellt die PR der Umweltorganisation Greenpeace ein zweites Beispiel für die gezielte Verwendung des *David-Goliath-Frames* dar. Dabei werden bestimmte multinationale Konzerne (Bsp. Shell im Konflikt um die Ölplattform Brent Spar, vgl. Scherler 1996) als ökonomisch mächtige, aber moralisch verwerfliche Organisationen dargestellt, welche die Umwelt wider besseres Wissen schädigen und verschmutzen. Greenpeace spielt in diesem Frame den Gegenpart des kleinen, aber moralisch überlegenen Davids, welcher durch symbolische Protestaktionen mediale Aufmerksamkeit und öffentlichen Druck erzeugt und mit diesen begrenzten Mitteln den vordergründig überlegenen Gegner zum Einlenken zwingen kann. Dieses von Greenpeace betriebene Framing von

umweltpolitischen Auseinandersetzungen ist nicht unwidersprochen geblieben, sondern mit einem anderen Framing von der Gegenseite beantwortet worden, in dem Greenpeace als undemokratisch geführtes, multinationales Unternehmen der so genannten Protestindustrie dargestellt wird, dessen Handeln nicht durch eine Orientierung am Gemeinwohl, sondern durch Eigeninteressen motiviert ist (Reiss 1990).

Schließlich soll noch ein drittes Konfliktfeld genannt werden, bei dem der *David-Goliath-Frame* als Deutungsmuster zum Einsatz kommt, nämlich wirtschaftliche Auseinandersetzungen zwischen etablierten Großunternehmen und innovativen Kleinunternehmen. Empirische Beispiele dafür sind die Auseinandersetzungen zwischen den Computerfirmen Apple gegen IBM oder zwischen den Softwareunternehmen Linux gegen Microsoft. In beiden Fällen gelang es den Herausforderern (Apple bzw. Linux) sich als innovativere und kreativere Unternehmen darzustellen, welche gegen mächtige und verkrustete Unternehmen antreten (IBM bzw. Microsoft).

Am Beispiel des *David-Goliath-Frames* können drei wesentliche Elemente von Framing aufgezeigt werden: Erstens illustrieren diese Beispiele die *Themenunabhängigkeit* und damit auch Transferierbarkeit des beschriebenen Grundmusters. Zweitens wird deutlich, dass mit einem solchen Frame ein Konflikt nicht neutral dargestellt wird, sondern auch *Bewertungen* (u. a. auf der Publikumsseite) impliziert. Akteure, denen es gelingt, sich in der Davids-Rolle zu etablieren, können dabei auf größere Sympathie und moralische Unterstützung zählen. Drittens hat die genannte Bewertungsfunktion von Frames zur Folge, dass das Framing selber zum Konfliktgegenstand der öffentlichen Auseinandersetzung wird. Einerseits bemühen sich die dazu geeigneten Akteure (Israel, Palästinenser, Greenpeace, Apple, Linux.), sich in der positiv besetzten Rolle des Davids zu inszenieren. Andererseits werden solche einseitig wertenden Framing-Strategien von der Gegenseite in aller Regel mit einem entsprechenden Gegen-Framing beantwortet.

Framing als deskriptive Theorie mit Relevanz für normative Fragen

These 3: Framing ist ein deskriptives Konzept, das auch für die Diskussion von normativen Fragen eingesetzt werden kann.

Framing wurde bisher als deskriptives theoretisches Konzept vorgestellt, mit dessen Hilfe ein umfassendes Verständnis von massenmedialen Prozessen möglich wird. Der Framing-Ansatz wird aber nicht nur in diesem deskriptiven Sinne eingesetzt, sondern auch zur Diskussion von normativen Fragen, welche in den genannten Beispielen bereits unterschwellig angesprochen wurden: In welchen Fällen ist die

Anwendung eines bestimmten Frames, z. B. des *David-Goliath-Frames*, gerechtfertigt, in welchen nicht? Inwieweit wird mit dem *David-Goliath-Frame* ein realistisches oder verzerrtes Bild von asymmetrischen Konflikten vermittelt? Wie stark dürfen Medien diejenigen Frames übernehmen, die ihnen von der PR angeboten werden? Oder sollen Medien eigene Frames entwickeln, die in Konflikt stehen mit den Perspektiven der Akteure und ihrer PR? Inwiefern sind Framing-Prozesse für das Publikum als positiv zu bewerten, weil sie zur Orientierung und Reduktion von Komplexität beitragen? Oder tragen Medienframes zur Verbreitung von simplifizierenden Stereotypen bei, so dass Journalisten nach Möglichkeit gänzlich auf die Anwendung von Frames verzichten sollten?

Die sind nur einige exemplarische normative Fragen, welche aber vor dem Hintergrund der normativen Rolle von Öffentlichkeit für die Demokratie von hoher Relevanz sind. Massenmedien sind in modernen Gesellschaften am Prozess der Herstellung von Öffentlichkeit unverzichtbar beteiligt. Die Diskussion der genannten normativen Fragen muss auch im Rahmen der Kommunikations- und Medienwissenschaft geleistet werden (Wessler 1999: 21). Der Framing-Ansatz weist im Vergleich mit anderen theoretischen Konzepten der Kommunikations- und Medienwissenschaft den Vorteil auf, dass er keine Bewertungstendenz vorgibt. Während z. B. das Bias-Konzept einseitig nur Mängel und Fehlleistungen von Medien und Journalismus thematisiert im Sinne von Verzerrung und mangelnder Objektivität, können mit Hilfe des Framing-Ansatzes die spezifischen Qualitäten und Mängel von Medienleistungen präziser und differenzierter untersucht werden.

Framing als praxisrelevante Theorie

These 4: Framing ist als Theorie sowohl für die Kommunikations- und Medienwissenschaft als auch für die berufliche Praxis von Journalismus und Public Relations von Bedeutung.

Die integrative Funktion des Framing-Ansatzes beschränkt sich nicht auf die Teildisziplinen innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft, wie oben ausgeführt, sondern erstreckt sich darüber hinaus auch auf die Integration von wissenschaftlicher Theorie mit der Berufspraxis im Journalismus und der Public Relations. Die Funktion der Massenmedien kann ganz allgemein mit der Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Diskussion umschrieben werden (Rühl 1980: 329). Die Konstruktion und Anwendung von Frames ist dabei ein wesentlicher Arbeitsschritt. Solche Framing-Prozesse setzen nicht erst

bei der Produktion von Medieninhalten durch Journalisten ein, sondern beginnen bereits bei der Erstellung von medialem Input durch Public Relations.

1.3 Schwächen der Framing-Forschung

Neben den oben vorgestellten Stärken des Framing-Ansatzes gibt es auch eine ganze Reihe von Schwächen und Defiziten in diesem Forschungsfeld. Diese sollen im Folgenden kurz vorgestellt und vor ihrem Hintergrund der Anspruch und Aufbau dieser Arbeit erläutert werden.

Die mangelnde Integration und Kumulation von Forschungserkenntnissen kann als gemeinsames Merkmal der meisten Defizite im Forschungsfeld Framing genannt werden. Eine Erklärung für diese mangelnde Integration ist die multidisziplinäre Verwendung des Framing-Ansatzes. Da Framing ein allgegenwärtiges Phänomen darstellt, wird es innerhalb unterschiedlichster sozialwissenschaftlicher Disziplinen untersucht, zu denen die Psychologie, die Soziologie, die Politikwissenschaft, die Ökonomie, die Linguistik, die Literaturwissenschaft und auch die Kommunikations- und Medienwissenschaft gehören.

Die Fülle an Literatur, die unter dem Stichwort Frame bzw. Framing publiziert wurde, verunmöglicht es, das Thema in einem Überblickswerk umfassend diskutieren zu können. Der Schwerpunkt der hier vorliegenden Arbeit ist fokussierter und beschränkt sich auf Framing im Zusammenhang mit der massenmedialen Kommunikation.

Die mangelnde Integration innerhalb der Framing-Forschung und die fehlende Kumulation von Forschungserkenntnissen lässt sich bei allen Aspekten wissenschaftlichen Arbeitens in diesem Feld feststellen, angefangen von der Terminologie über die Theoriebildung bis hin zur Methodologie und Empirie.

Die Klagen über die mangelnde terminologische Präzision des Framing-Begriffs sind als Standardthema in fast jeder Publikation zu diesem Thema zu finden und sollen auch hier nicht fehlen. Die hohe Beachtung des Framing-Konzepts innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft geht nämlich einher mit einer »theoretischen und empirischen Vagueheit« (Scheufele 1999: 103), einer »verstreuten Konzeptualisierung« (Entman 1993: 51), durch die sich die Framing-Forschung charakterisieren lässt. In den meisten Untersuchungen fehlt entweder gänzlich eine explizite Definition des Frame-Begriffs, oder die Begriffsbestimmung wird von Autor zu Autor sehr unterschiedlich vorgenommen.

1.4 Zielsetzung und Aufbau dieser Arbeit

Die oben erwähnten Klagen über die terminologischen Defizite haben der Framing-Forschung noch nicht weitergeholfen. In dieser Arbeit soll diesen Defiziten begegnet werden, in dem die notwendige Begriffsarbeit geleistet wird. Dazu werden in Kapitel 2 einige Klassiker aus der Begriffsgeschichte vorgestellt, welche ihre Wurzeln nicht in der Kommunikations- und Medienwissenschaft, sondern in anderen akademischen Disziplinen haben, aber dennoch für ein angemessenes Verständnis des Framing-Konzepts in der Massenkommunikation unverzichtbar sind. Bereits an dieser Stelle muss eine erste Einengung des Untersuchungsfeldes auf sozialwissenschaftliche Disziplinen vorgenommen werden. Auf eine Diskussion von verwandten Konzepten aus der Linguistik und Literaturwissenschaft wird aus forschungsökonomischen Gründen verzichtet.⁴ In Kapitel 2 wird auch die Frage der Sprachwahl (Framing vs. Rahmung, also Englisch vs. Deutsch) diskutiert.

Eine mangelnde Integration von Erkenntnissen ist nicht nur im Bereich der Terminologie, sondern auch der Theorieentwicklung und der Empirie von Framing zu beobachten. Eine mögliche Erklärung für dieses Defizit kann, wie oben dargelegt, in einer zu weit getriebenen Spezialisierung innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft liegen, deren Teildisziplinen sich gegenseitig keine Beachtung mehr schenken und dadurch blind für Erkenntnisse aus anderen Spezialgebieten werden.

In dieser Arbeit wird die notwendige Integration von Erkenntnissen mit Hilfe einer *propositionalen Meta-Analyse* vorgenommen, welche als ein spezifisches Verfahren der *Meta-Forschung* zu bezeichnen ist. Bevor dieses Verfahren genauer vorgestellt wird, sind zunächst einige grundsätzliche Bemerkungen zur Meta-Forschung notwendig. Der Begriff Meta-Forschung deutet darauf hin, dass damit zunächst ganz allgemein Forschung über Forschung gemeint ist. Die Untersuchungsobjekte von Meta-Analysen sind mit anderen Worten nicht die typischen Beobachtungseinheiten der empirischen Sozialforschung (Bsp. Medien-

4 Für den interessierten Leser soll an dieser Stelle zumindest der Hinweis auf die verwandten Konzepte von Framing gemacht werden: Der literaturwissenschaftliche Begriff des *Narratives* (engl.: Erzählung) weist Ähnlichkeiten mit unserem Framebegriff auf. Unter Narrative versteht man die Darstellung eines Ereignisablaufs oder einer Geschichte aus der Perspektive eines bestimmten Beobachters (Wikipedia 2006). Auf die dynamische Sicht der Diffusion und Veränderung von Frames verweist dagegen der Begriff der *Intertextualität*. Damit wird das Phänomen beschrieben, dass Texte sich auf bereits bestehende Texte beziehen, welche sie durch Absorption und Transformation verarbeiten (Wikipedia 2006). Genette unterscheidet dabei drei Formen von Intertextualität: 1) Zitate (gekennzeichnete Übernahmen) 2) Plagiate (nicht gekennzeichnete Übernahmen) 3) Anspielungen (Aussagen, deren volles Verständnis die Kenntnis des vorhergehenden Textes voraussetzen) (Genette 1993).

beiträge, Personen etc.), sondern wissenschaftliche Studien, welche mit einer Inhaltsanalyse qualitativ oder quantitativ ausgewertet werden. Die Funktion jeder Meta-Forschung ist die der Systematisierung und Strukturierung eines ausgewählten Forschungsgegenstandes. Die Meta-Analyse befindet sich als neue Methode noch in einem Entwicklungsprozess, dessen Dynamik sich auch in der ständig steigenden Zahl von Publikationen zu diesem Thema zeigt (vgl. Bortz/Döring 1995: 589).

Wieso ist Meta-Forschung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft notwendig? Bonfadelli und Meier (1984: 538) nennen die folgenden Gründe: Meta-Forschung bietet zunächst die Möglichkeit, mit der wachsenden Flut an wissenschaftlichen Publikationen in einer systematischen und zielgerichteten Form umzugehen. Zudem erlaubt Meta-Forschung die Integration von Erkenntnissen aus benachbarten Disziplinen, die auch für die Kommunikations- und Medienwissenschaft relevant sind. Das zentrale Ziel vieler meta-analytischer Untersuchungen ist die Generalisierung bestimmter Erkenntnisse über die Grenzen eines in Zeit und Raum beschränkten empirischen Einzelprojekts hinaus. Meta-Forschung stellt aber nicht nur die Summe der Erkenntnisse aller Einzelstudien dar, sondern bietet mehr, u. a. die Identifikation von spezifischen Forschungslücken für die empirische Detailforschung. Schließlich kann mit Meta-Forschung auch eine Reihe von wissenschaftssoziologischen Fragen nach dem Entdeckung-, Begründungs- und Verwertungszusammenhang von Primärforschung gezielt untersucht werden.

Innerhalb der Meta-Forschung können drei unterschiedliche Typen von *meta-analytischen Verfahren* unterschieden werden (vgl. Bonfadelli/Meier 1984): An erster Stelle ist die *traditionelle Literaturanalyse* zu erwähnen, bei der die Auswahl von untersuchten Studien nicht nach explizit genannten und systematisch überprüfbareren Kriterien vorgenommen wird, sondern auf Grund der subjektiven Präferenzen und Kenntnisse des jeweiligen Autors. Trotz der offensichtlichen Mängel eines solchen Vorgehens wird die traditionelle Literaturanalyse nach wie vor sehr häufig eingesetzt. An zweiter Stelle ist die so genannte *propositionale Meta-Analyse* zu nennen. Rogers hat diesen Begriff eingeführt und versteht darunter ein Analyseverfahren, bei dem Studien nach systematischen Kriterien ausgewählt werden und die Ergebnisse auf der Ebene von Propositionen, also verbalen Aussagen, miteinander verglichen und integriert werden (Rogers 1985). Bereits bei einer propositionalen Meta-Analyse können beschreibende quantitative Hinweise sinnvoll sein, welche sich aber typischerweise auf die Zahl der Studien, und nicht auf die Zahl der Untersuchungseinheiten beziehen.

Die dritte Form der Meta-Forschung kann als *quantitative Meta-Analyse* im engeren Sinne bezeichnet werden, bei der mehrere systematisch ausgewählte Studien miteinander quantitativ verglichen und integriert werden (Glass et al. 1981). Diese dritte Form stellt zweifelsohne den höchsten Integrationsgrad dar, der in der

Meta-Forschung erreicht werden kann, stellt andererseits aber auch die höchsten Ansprüche an die empirische Vergleichbarkeit von Untersuchungen in Bezug auf Fragestellung, Methodendesign, Stichprobenziehung, Effektmessungen etc.

Welches meta-analytische Verfahren ist für die Untersuchung der Framing-Forschung geeignet? Wie noch gezeigt werden soll, ist das Forschungsfeld Framing weit davon entfernt, einen hohen Grad an Systematisierung und Standardisierung im Bereich der Theorie und Empirie aufzuweisen. Aus diesem Grund ist für diese Arbeit die *propositionale Meta-Analyse* ein dem Gegenstand angemessenes Verfahren. Das genaue methodische Vorgehen bei dieser propositionalen Meta-Analyse wird weiter unten ausführlich beschrieben.⁵

In Kapitel 3 wird eine propositionale Meta-Analyse von theoretischen Begriffsbestimmungen von Framing in der Kommunikations- und Medienwissenschaft durchgeführt. Dabei werden als Systematisierungskriterien die verschiedenen Stufen der Massenkommunikation gewählt, nämlich PR, Journalismus, Medieninhalte und Medienwirkungen. Auf all diesen Stufen wird der Theorieansatz des Framings in Beziehung gesetzt zu anderen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Theorien, wie z. B. Bias, Agenda Setting, aber auch Schemas und Einstellungen, welche ähnliche Phänomene zu erklären versuchen, aber als Theorien mit begrenzter Reichweite zu beurteilen sind.

Framing hat zu einer fruchtbaren Vielfalt von empirischen Forschungsansätzen geführt. Aus diesem Grunde ist auch im Bereich der empirischen Framing-Forschung Meta-Forschung dringend notwendig. Wegen der Heterogenität von Datenerhebungs- und Auswertungsverfahren (Kuncik/Zipfel 2001: 271) stehen bei der empirischen Meta-Analyse nicht die statistisch-quantitativen Ergebnisse im Vordergrund, sondern vielmehr – gemäß dem Konzept einer propositionalen Meta-Analyse – eine Systematisierung der Semantik der identifizierten Frames sowie der verwendeten Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden. Kapitel 4 bietet dazu eine methodologische Einleitung und Vorstellung der Analysekriterien. Anschließend wird unterschieden zwischen zwei Ebenen, auf denen sich Frames identifizieren lassen, nämlich Frames als Medieninhalte (Kapitel 5) und Frames im individuellen Bewusstsein von Rezipienten, aber auch anderen Personen, die am Massenkommunikationsprozess beteiligt sind (Kapitel 6).

In Kapitel 7 werden die verschiedenen Argumentationslinien in Bezug auf den Stand der theoretischen und empirischen Framing-Forschung zusammengeführt. Als Ergebnis dieses Theorievergleichs wird eine umfassende Definition von Framing vorgestellt, in der insbesondere die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diesen etablierten Theorieansätzen deutlich hervortreten. Mit diesem Überblick

5 Siehe *Einleitung zur propositionalen Meta-Analyse der empirischen Framing-Forschung*, S. 105.

soll eine *Bedeutungsanalyse* geleistet werden, welche als Voraussetzung für die eigene *analytische Definition*⁶ (Friedrichs 1990: 74) in Kapitel 7 zu betrachten ist. Auf Grund der empirieorientierten Meta-Analyse wird auch eine *operationale Definition*⁷ (Friedrichs 1990: 74) von Framing vorgenommen. Dabei soll die Frage beantwortet werden, mit welchen empirischen Indikatoren Frames erhoben werden können. Die Funktion einer solchen operationalen Definition ist die der Verknüpfung zwischen der Ebene der Theorie und der Ebene der Beobachtung (Empirie). Als Ergebnis der propositionalen Meta-Analyse werden systematische Forschungslücken identifiziert, welche in bisherigen Framing-Untersuchungen zu wenig Beachtung gefunden haben.

Eine erste Forschungslücke besteht im Fehlen einer vergleichenden Systematik von empirischen Frame-Typologien. Es ist leider nach wie vor gängige empirische Praxis, dass das sprichwörtliche Rad der Framing-Forschung immer wieder neu erfunden wird, in dem Forschende beim vermeintlichen Nullpunkt anfangen und ihre eigene Frame-Typologie mit einer Handvoll neuer Kategorien im Sinne von neuen Frames identifizieren oder konstruieren, ohne auch nur eine rudimentäre Literaturübersicht vorzunehmen und die eigene Typologie in Beziehung zum Stand der Forschung zu setzen. Ein Vorschlag zur Schließung dieser Lücke wird in Kapitel 7 in Form eines semantischen Netzes von fünf Basisframes mit weiteren Unterframes präsentiert. Mit dieser allgemeinen Systematik können die zahlreichen Typologien von Frames, die oft sehr themenspezifisch formuliert sind, zusammengefasst und Vergleiche zwischen thematisch unterschiedlichen Frame-Studien ermöglicht werden.

Eine zweite Forschungslücke besteht bei der Untersuchung von Framing-Prozessen auf der Publikumsseite. Im Vergleich zu der Vielzahl von Untersuchungen über Medienframes besteht ein Mangel an Studien über Rezipientenframes. Methodisch dominieren bei Publikumsuntersuchungen experimentelle oder qualitative Ansätze, während nicht-experimentelle, quantitative Methoden (Bsp. standardisierte Befragungen) fast gänzlich fehlen. Diese zweite Forschungslücke kann im Rahmen dieser Arbeit sicher nicht abschließend geschlossen werden, sie wird aber in einer empirischen Fallstudie zumindest exemplarisch bearbeitet. In Kapitel 7 sind auch die erkenntnisleitenden Hypothesen formuliert, welche im Rahmen der hier durchgeführten empirischen Fallstudie untersucht werden sollen.

In Kapitel 8 wird auf die besondere Thematik dieser Fallstudie, nämlich die öffentliche Debatte zur Gentechnologie eingegangen. Die Gentechnologie gilt als Zukunftstechnologie, welche nicht nur für die Wissenschaft, sondern auch für

6 Friedrichs versteht unter *analytischer Definition* die theorieorientierte Definition von Begriffen.

7 Mit *operationaler Definition* meint Friedrichs die empirieorientierte Definition von Begriffen, konkret also deren Operationalisierung.

die Wirtschaft, die Politik und die Gesellschaft von erheblicher Bedeutung sein wird. Die Auswirkungen der Gentechnologie werden denn auch in den Medien nicht nur innerhalb des Ressorts Wissenschaft, sondern auch in allen anderen relevanten Ressorts thematisiert. Weil Gentechnologie eine Querschnittstechnologie ist, eignet sich dieses Thema als Untersuchungsgegenstand einer theorieorientierten Fallstudie, in der möglichst allgemeine, themenübergreifende Erkenntnisse erarbeitet werden sollen. Das Kapitel 8 bietet für den themenfremden Leser einen Einstieg in die Thematik der Fallstudie, bei dem die internationalen wie auch die nationalen Schlüsselereignisse in der Schweiz rekapituliert werden.

Kapitel 9 gibt allgemeine Angaben zur methodischen Vorgehensweise in dieser Fallstudie, bei der Frames sowohl auf der Medienseite mit Hilfe einer Inhaltsanalyse als auch auf der Rezipientenseite mit Hilfe von standardisierten Befragungen untersucht wurden. Dabei konnte auf einen umfangreichen Datensatz zurückgegriffen werden, der sowohl Zeitreihenanalysen als auch internationale Vergleiche ermöglicht.

In den Kapiteln 10 bis 13 werden die Ergebnisse der Datenanalyse vorgestellt. Die vorliegenden Daten erlauben keine umfassende Framing-Analyse auf allen Ebenen (PR, Journalismus, Medieninhalte, Medienrezeption), sondern nur die Untersuchung von zwei Ebenen, nämlich der Medieninhalte und der Rezipienten. Die Identifikation von Medieninhaltsframes wird in Kapitel 10 beschrieben, diejenige für Rezipientenframes in Kapitel 11. In Kapitel 12 werden diese zwei Typen von Frames semantisch miteinander verglichen und die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Rezipientenframes untersucht. Das abschließende Kapitel 13 fasst die gesamte Arbeit zusammen und skizziert künftigen Forschungsbedarf.