

Tabea Böcking

Strategisches Framing

Gesellschaftliche Akteure und ihre
Einflussnahmeversuche auf die mediale Debatte
über die embryonale Stammzellforschung in
Deutschland 2000 bis 2002

Herbert von Halem Verlag

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.

Tabea Böcking:

Strategisches Framing.

Gesellschaftliche Akteure und ihre Einflussnahmeversuche auf die mediale Debatte über die embryonale Stammzellforschung in Deutschland 2000 bis 2002

Köln: Halem, 2009

Tabea Böcking ist in der Marktforschung tätig. Ihre Forschungsschwerpunkte sind u.a. mediale Themenkarrieren, Rezeptionsforschung und Online-Forschung.

Die vorliegende Arbeit wurde von der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der LMU München im Wintersemester 2008/09 auf Antrag von Prof. Dr. Heinz Pürer und Prof. Dr. Helmut Scherer als Dissertation angenommen.

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.

© 2009 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-002-2

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	EINLEITUNG	17
2.	MEDIEN UND GESELLSCHAFT: BEZIEHUNGEN UND WECHSELWIRKUNGEN ZWISCHEN MEDIEN, POLITIK UND GESELLSCHAFTLICHEN AKTEUREN	23
2.1	Gesellschaftliche Arenen und ihre inhaltlichen Agenden	25
2.1.1	<i>Diskursarenen und ihre gesellschaftliche Verortung: Medien, Politik, Interessengruppen und Publikum</i>	26
2.1.2	<i>Strukturelle Beziehungen zwischen Medienarenen und gesellschaftlichen Arenen</i>	31
2.1.3	<i>Inhaltliche Beziehungen zwischen Medienarenen und Politik-, Interessengruppen- und Publikumsarenen</i>	36
2.2	Modelle zur Beschreibung der Einflussbeziehungen zwischen den Medien und gesellschaftlichen Akteuren	52
2.2.1	<i>Lineare Modelle: Medialisierung und Determination</i>	55
2.2.2	<i>Interdependenzmodelle: Interpenetration und Intereffikation</i>	59
2.3	Zusammenfassung	70
3.	DIE DOPPELROLLE DER MEDIEN: THEMATISIERUNG UND FRAMING	73
3.1	Journalistische Selektion	74
3.1.1	<i>Interne journalistische Selektionskriterien</i>	75
3.1.2	<i>Externe strukturelle Selektionseinflüsse</i>	78
3.1.3	<i>Strukturmerkmale medialer Berichterstattung</i>	81
3.2	Mediales Framing	86
3.2.1	<i>Der kommunikationswissenschaftliche Framing-Ansatz</i>	87
3.2.2	<i>Sachdimension: Elemente und Typen von Inhaltsframes</i>	94
3.2.3	<i>Zeitdimension: Entstehung und Entwicklung von Frames</i>	103
3.3	Zusammenfassung	116

4.	STRATEGISCHES FRAMING DURCH GESELLSCHAFTLICHE AKTEURE	118
4.1	Gesellschaftliche Akteure und PR	119
4.2	Framing als PR-Strategie	122
4.2.1	<i>Frames als Mittel zur gezielten Konstruktion sozialer Wirklichkeit</i>	122
4.2.2	<i>Inhaltsbezogene Framing-Taktiken</i>	125
4.2.3	<i>Akteursbezogene Framing-Taktiken</i>	131
4.3	Kontextfaktoren der Einflussprozesse	133
4.3.1	<i>Kontextfaktoren seitens der Akteure</i>	133
4.3.2	<i>Thematische Kontextfaktoren</i>	135
4.3.3	<i>Zeitliche Kontextfaktoren</i>	140
4.4	Zusammenfassung	142
5.	DIE MEDIALE STAMMZELLDEBATTE	145
5.1	Das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Medien	146
5.1.1	<i>Wissenschaftsberichterstattung und Wissenschaftsjournalismus</i>	147
5.1.2	<i>Das Verhältnis zwischen Journalisten und Wissenschaftlern</i>	153
5.2	Die deutsche Stammzelldebatte	157
5.2.1	<i>Hintergrund der deutschen Stammzelldebatte</i>	157
5.2.2	<i>Allgemeiner Verlauf der deutschen Stammzelldebatte</i>	161
5.2.3	<i>An der Stammzelldebatte beteiligte Akteure</i>	164
5.2.4	<i>In der Stammzelldebatte vertretene Positionen und Sichtweisen</i>	168
5.3	Zusammenfassung	174
6.	ZUSAMMENFASSUNG UND ABLEITUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN	177
7.	AUFBAU DER UNTERSUCHUNG	184
7.1	Untersuchungsmethode und -zeitraum	184
7.1.1	<i>Input-Output-orientierte Framing-Analyse</i>	185
7.1.2	<i>Methodisches Vorgehen von Framing-Analysen</i>	187
7.1.3	<i>Analysezeitraum</i>	190

7.2	Auswahl des Untersuchungsgegenstandes und der Untersuchungseinheiten	191
7.2.1	<i>Auswahl der Medien und ihrer Ressorts</i>	191
7.2.2	<i>Auswahl der strategischen Akteure und ihrer Materialien</i>	193
7.2.3	<i>Auswahl der einzelnen Medienbeiträge und Pressemitteilungen</i>	195
7.3	Das Kategoriensystem	197
7.3.1	<i>Codiereinheiten</i>	198
7.3.2	<i>Allgemeine Thematisierung</i>	199
7.3.3	<i>Frame-Urheber und Frame-Elemente</i>	199
7.4	Durchführung der Untersuchung	202
7.4.1	<i>Ablauf der Codierung</i>	202
7.4.2	<i>Reliabilität des Kategoriensystems</i>	203
7.4.3	<i>Datenaufbereitung</i>	207
8.	ERGEBNISSE	210
8.1	Akteursframes in der Stammzelledebatte	210
8.1.1	<i>Identifikation der Akteursframes</i>	211
8.1.2	<i>Beschreibung und Interpretation der Akteursframes</i>	220
8.1.3	<i>Allgemeine Verteilung der Akteursframes</i>	237
8.1.4	<i>Diskussion der Akteursframes</i>	240
8.2	Das Medienbild der Stammzelledebatte	247
8.2.1	<i>Allgemeiner Verlauf der medialen Stammzelledebatte</i>	248
8.2.2	<i>Die medialen Akteursframes und ihre zeitlichen Veränderungen</i>	256
8.2.3	<i>Die Akteure und ihre Medienframes</i>	262
8.2.4	<i>Diskussion des Medienbildes</i>	269
8.3	Strategisches Framing in der Stammzelledebatte	273
8.3.1	<i>Framing-Aktivitäten der strategischen Akteure</i>	274
8.3.2	<i>Vergleich der strategischen und medialen Akteursframes</i>	283
8.3.3	<i>Zeitliche Veränderungen in und Wechselwirkungen zwischen strategischen und medialen Akteursframes</i>	290
8.3.4	<i>Framing-Taktiken der strategischen Akteure</i>	317
8.3.5	<i>Diskussion des strategischen Framings</i>	331

9.	FAZIT	340
9.1	Allgemeine Zusammenfassung	340
9.2	Theoretische und methodische Diskussion	344
9.3	Ausblick	353
10.	LITERATUR	357
11.	ANHANG	396

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Bezeichnung der inhaltlichen Einflussbeziehungen zwischen den Arenenbereichen	41
Tab. 2:	Inhaltsframes in Studien zur Biotechnologie-Berichterstattung	151
Tab. 3:	Idealtypische Positionen in der Stammzelldebatte	173
Tab. 4:	Begriffskombinationen der Schlagwortrecherche	196
Tab. 5:	Materialbasis der Analyse	197
Tab. 6:	Häufigkeiten der Argumentaussagen und Lösungsvorschläge in den Pressemitteilungen und Zeitungsartikeln (in %)	215
Tab. 7a:	Mittlere Nennungshäufigkeit der forschungsbefürwortenden Äußerungen in den neun Clustern (in %)	222
Tab. 7b:	Mittlere Nennungshäufigkeit der forschungskritischen Äußerungen in den neun Clustern (in %)	223
Tab. 8:	Benennung der Cluster	224
Tab. 9:	Häufigkeiten der Frames in der Stammzelldebatte (in %)	239
Tab. 10:	Mediale Aufmerksamkeitswert der Akteursäußerungen im Verlauf der Stammzelldebatte	252
Tab. 11:	Formale Gestaltung und Platzierung der Akteursäußerungen in der Stammzelldebatte im Zeitverlauf (in %)	253
Tab. 12:	Mediale Akteursframes im Zeitverlauf (in %)	258
Tab. 13:	Akteure und ihre Medienframes (in %)	264

Tab. 14:	Intensität des strategischen Framings der verschiedenen Akteure im Verlauf der Stammzelledebatte (Anzahl)	275
Tab. 15:	Häufigkeiten der Frames in den Pressemitteilungen (in %)	279
Tab. 16:	Frames der strategischen Akteure in ihren Pressemitteilungen (in %)	281
Tab. 17:	Frames der strategischen Framing-Akteure in den Pressemitteilungen und Zeitungsartikeln (in %)	285
Tab. 18:	Strategische und mediale Frames der strategischen Akteure im Zeitverlauf (in %)	292
Tab. 19:	Frames der PR-Akteure in den Pressemitteilungen und aller Akteure in den Tageszeitungen gesamt	297
Tab. 20:	Zusammenhänge zwischen den strategischen und medialen Akteursframes aller PR-Akteure (Pearsons r)	301
Tab. 21a:	Einfluss der strategischen Frames aller PR-Akteure und der Akteursframes in den Tageszeitungen im vorangegangenen Quartal auf die aktuellen Frames in den Tageszeitungen (hierarchische Regressionen)	302
Tab. 21b:	Einfluss der Akteursframes in den Tageszeitungen und der gesamten strategischen Frames im vorangegangenen Quartal auf die aktuellen strategischen Frames aller PR-Akteure (hierarchische Regressionen)	303
Tab. 22:	Zusammenhänge zwischen den strategischen und medialen Akteursframes der forschungsnahen Akteure (Pearsons r)	307
Tab. 23a:	Einfluss der strategischen Frames der forschungsnahen Akteure und ihrer Akteursframes in den Tageszeitungen im vorangegangenen Quartal auf die aktuellen Frames in den Tageszeitungen (hierarchische Regressionen)	308
Tab. 23b:	Einfluss der Akteursframes in den Tageszeitungen und der strategischen Frames der forschungsnahen Akteure im vorangegangenen Quartal auf ihre aktuellen strategischen Frames (hierarchische Regressionen)	309
Tab. 24:	Zusammenhänge zwischen den strategischen und medialen Akteursframes der kirchlichen Akteure (Pearsons r)	310
Tab. 25a:	Einfluss der strategischen Frames der kirchlichen Akteure und ihrer Akteursframes in den Tageszeitungen im vorangegangenen Quartal auf die aktuellen Frames in den Tageszeitungen (hierarchische Regressionen)	311

Tab. 25b:	Einfluss der Akteursframes in den Tageszeitungen und der strategischen Frames der kirchlichen Akteure im vorangegangenen Quartal auf ihre aktuellen strategischen Frames (hierarchische Regressionen)	312
Tab. 26:	Zusammenhänge zwischen den strategischen und medialen Akteursframes der medizinischen Akteure (Pearsons r)	313
Tab. 27a:	Einfluss der strategischen Frames der medizinischen Akteure und ihrer Akteursframes in den Tageszeitungen im vorangegangenen Quartal auf die aktuellen Frames in den Tageszeitungen (hierarchische Regressionen)	314
Tab. 27b:	Einfluss der Akteursframes in den Tageszeitungen und der strategischen Frames der medizinischen Akteure im vorangegangenen Quartal auf ihre aktuellen strategischen Frames (hierarchische Regressionen)	315
Tab. 28:	Strategische und mediale Frames der forschungsnahen Akteure im Zeitverlauf (in %)	320
Tab. 29:	Strategische und mediale Frames der kirchlichen Akteure im Zeitverlauf (in %)	322
Tab. 30:	Strategische und mediale Frames der medizinischen Akteure im Zeitverlauf (in %)	328

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Gesellschaftliche Arenen und ihre Beziehungsstrukturen	36
Abb. 2:	Prozess des strategischen Framings	93
Abb. 3:	Integriertes Arenenmodell für die Analyse des strategischen Framings in der Stammzelledebatte	180
Abb. 4:	Analysemodell für das strategische Framing in der Stammzelledebatte	194
Abb. 5:	Berichterstattungsintensität im Verlauf der Stammzelledebatte	250

Abkürzungsverzeichnis

AS-Zellen	adulte Stammzellen
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung (ehemals Bundesministerium für Forschung und Technik)
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
DBK	Deutsche Bischofskonferenz
DFG	Deutsche Forschungsgemeinschaft
DRZE	Deutsches Referenzzentrum für Ethik in den Biowissenschaften
EKD	Evangelische Kirche in Deutschland
ESchG	Embryonenschutzgesetz
ES-Zellen	embryonale Stammzellen
GenTG	Gentechnikgesetz
IVF	In-vitro-Fertilisation
NGO	Nichtregierungsorganisation (nongovernmental organization)
PID	Präimplantationsdiagnostik
SMO	soziale Bewegung (social movement organization)
StZG	Stammzellgesetz