

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	13
Abkürzungsverzeichnis.....	15
1 Einleitung	17
1.1 Was ist ein Frame?.....	18
1.2 Mehrwert des Framing-Ansatzes	22
1.3 Forschungsinteresse und Ziel der vorliegenden Arbeit.....	24
1.4 Inhaltliche Vorschau	26
2 Zur Definition von »Frame«	29
2.1 Frame-Definitionen mit kognitiver Verortung.....	35
2.2 Frame-Definitionen mit multipler Verortung	38
2.3 Frame-Definitionen mit textueller Verortung.....	45
2.4 Frame-Definitionen ohne Verortung	46
2.5 Gemeinsamkeiten bisheriger Frame-Definitionen und eigener Entwurf	48
2.6 Zur Verortung von Frames in Texten	65
2.7 Die Frage der Analyseeinheit und das Problem des multiplen Framings	71
3 Zur Wahl eines metatheoretischen Konzepts.....	79
3.1 Der Vorschlag des Framing-Paradigmas.....	79
3.1.1 Der Paradigmenbegriff nach Thomas Samuel Kuhn	80
3.1.2 Der Framing-Ansatz als Paradigma.....	85
3.2 Der Vorschlag eines Framing-Forschungsprogramms	99
3.2.1 Der Begriff des Forschungsprogramms.....	100
3.2.2 Der Framing-Ansatz als Forschungsprogramm	104
3.3 Der Framing-Ansatz als Theorie.....	111
3.3.1 Zum Theorieverständnis der vorliegenden Arbeit.....	114
3.3.2 Zum zentralen Konstrukt der folgenden Teilprozesstheorie	117

4	Der Konstruktivismus als makrotheoretische Basis des Framing-Ansatzes	121
5	Der Framing-Ansatz als integrative Medientheorie?.....	135
5.1	Gemeinsamkeiten und Unterschiede von kognitiven und textuellen Frames	135
5.2	Die Erklärung der Entstehung von Frames durch Frames	148
6	Teilprozesstheorie zur Entstehung von Medien-Frames.....	153
6.1	Der Einfluss von kognitiven Frames bzw. Schemata.....	157
6.2	Der Einfluss der Kultur	161
6.3	Der Einfluss von Ideologien.....	166
6.4	Der Einfluss von persönlichen Werten der Journalisten	171
6.5	Der Einfluss der politischen Orientierung der Journalisten	172
6.6	Der Einfluss der Ko-Orientierung unter Journalisten.....	173
6.7	Der Einfluss der Vorgaben von Vorgesetzten.....	175
6.8	Der Einfluss der Ko-Orientierung zwischen Medienorganisationen...	176
6.9	Der Einfluss des journalistischen Selbstverständnisses	177
6.10	Der Einfluss von journalistischen Routinen.....	179
6.11	Der Einfluss von journalismusexternen Akteuren und Public-Relations-Maßnahmen	184
6.12	Der Einfluss von Schlüsselereignissen	198
6.13	Der Einfluss des Publikums	202
6.14	Bündelung der Einflussfaktoren zur Auswahl und Konstruktion von Frames.....	204
6.15	Überblick über die Einflussfaktoren zur Entstehung (oder Nicht-Entstehung) von Frames	213
7	Teilprozesstheorie zur Wirkung von Medien-Frames	217
7.1	Einfluss auf Kognitionen – Grundlagen	224
7.2	Einfluss auf das Wissen.....	226
7.3	Einfluss auf die kognitive Zugänglichkeit von Informationen	228
7.4	Einfluss auf die Bewertung von Informationen	230
7.5	Einfluss auf die Bewertung von Themen	233
7.6	Einfluss auf Handlungen	249
7.7	Einflüsse auf die Frame-Wahrnehmung.....	252
7.8	Zusammenfassung	256
7.9	Randbedingung	259

8	Fragestellung und Methode des empirischen Tests der Teilprozesstheorie	261
8.1	Fragestellungen und Annahmen	263
8.2	Methodenbeschreibung.....	267
8.2.1	Zur Auswahl von Untersuchungsthema und Codiermaterial	269
8.2.2	Methode der Frame-Analyse.....	282
8.2.2.1	Details zu Schritt 1: Strukturierende Inhaltsanalyse.....	294
8.2.2.2	Details zu Schritt 2: Zusammenfassung	299
8.2.2.3	Details zu Schritt 3: Quantitative Inhaltsanalyse	302
8.2.2.4	Details zu Schritt 4: Strukturentdeckung.....	311
8.2.2.5	Details zu Schritt 5: Indexbildung	330
9	Auswertung und Ergebnisse der empirischen Studie	333
9.1	Überprüfung der Homogenität der Frame-Verwendung	337
9.2	Überprüfung von systematischen Unterschieden in der Frame-Verwendung	345
9.2.1	Systematische Unterschiede in Zeitabschnitten	354
9.2.2	Systematische Unterschiede zwischen Ländern	364
9.2.3	Systematische Unterschiede zwischen den einzelnen Zeitungen	368
9.2.4	Systematische Unterschiede zwischen den Journalisten	374
9.2.5	Systematische Unterschiede zwischen Ressorts	377
10	Fazit und Ausblick.....	383
10.1	Diskussion der Ergebnisse	383
10.2	Weiterer Forschungsbedarf.....	389
10.3	Praktischer Nutzen des Framing-Ansatzes.....	391
Literaturverzeichnis.....		397
Sachregister		417