

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung: Das Leiten der Diskussion	1
2	Frames und Framing	11
2.1	Das Denken in Frames: Wie Heuristiken das Denken leiten	11
2.1.1	Belief-Systeme – kognitive Grundlagen menschlicher Natur	15
2.1.2	Politische Implikationen von Heuristiken	18
2.2	Kommunikations-Frames	23
2.2.1	Die Konstruktion eines Kommunikations-Frames	24
2.2.2	Ziele und Effekte von Kommunikations-Frames	30
2.2.3	Rezeption und Diffusion von Frames	33
3	Strategisches Framing	39
3.1	Zentrale Kommunikatoren	40
3.2	Das Framing als politisch-dynamischer Prozess	45
3.3	Die Erzeugung von Resonanz	49
3.4	Techniken des Framing	58
3.4.1	Die ursprünglichen Frame-Alignments	59
3.4.2	Werte-Framing	63
3.4.3	Frame-Amplification	67
3.4.4	Emotionales Framing	70
3.4.5	Reframings	73
3.4.6	Frame-Transformationen	78
3.4.7	Technik der Normalisierung	82
3.4.8	Counter-Framings, Mediation & Frame-Contestation	85
3.4.9	Frame-Bridging	93

3.4.10	Einschub: Frame-Disputes	96
3.4.11	Frame-Extension	99
3.4.12	Frame-Shifting und Frame-Blending	101
3.4.13	Semantisches Framing: Figurative und imaginäre Framing-Techniken	106
3.4.14	Kulturelles Framing	113
3.4.15	Anbindung an Master-Frames	119
3.4.16	Strategisches Framing in sozialen Bewegungen	125
3.4.17	Narratives Framing	137
4	Strategisches Medien-Framing	147
4.1	Frame-Building, Frame-Setting & Frame-Sending	150
4.1.1	Frame-Building	150
4.1.2	Frame-Setting	156
4.1.3	Framing-Sending	158
4.1.4	Der Veggie-Day-Frame	161
4.2	Game-Framed Nachrichten	165
4.3	Wechselwirkungen zwischen Medien-Frames und der Politik	167
4.4	Ideologisierte Medien	171
4.5	Digitale und soziale Medien	177
5	Frames und Ideologien	183
6	Methoden der Frame-Analyse	191
6.1	Die Inhaltsanalyse bei Framing-Untersuchungen	191
6.2	Quantitative Verfahren bei der Frame-Analyse	197
6.3	Die Methode der Triangulation	198
6.4	Die Codierung des Materials	199
Literatur		201