

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 Effekte und Intendierung eines Kommunikations-Frames	28
2.2.3 Rezeption und Diffusion von Frames	31
3 Framing als strategische Tätigkeit	37
3.1 Zentrale Kommunikatoren	38
3.2 Das Framing als politisch-dynamischer Prozess	43
3.3 Die Erzeugung von Resonanz	46
3.4 Techniken des Framings	55
3.4.1 Die ursprünglichen <i>Frame-Alignments</i>	56
3.4.2 Werte-Framing	58
3.4.3 <i>Frame-Amplification</i>	63
3.4.4 Emotionales Framing	66
3.4.5 <i>Frame-Transformationen</i> und <i>Reframings</i>	69
3.4.6 Technik der Normalisierung	73
3.4.7 <i>Counter Framings</i> , <i>Mediation & Frame Contestation</i>	76

3.4.8	<i>Frame-Bridging</i>	83
3.4.9	Einschub: <i>Frame Disputes</i>	87
3.4.10	<i>Frame-Extension</i>	89
3.4.11	<i>Frame-Shifting</i> und <i>Frame-Blending</i>	91
3.4.12	Semantisches Framing: Figurative und imaginäre Framing-Techniken	96
3.4.13	Kulturelles Framing	101
3.4.14	Anbindung an <i>Master-Frames</i>	107
3.4.15	Strategisches Framing in sozialen Bewegungen	113
3.4.16	Narratives Framing	124
4	Techniken des strategischen Medien-Framings	133
4.1	Frame-Building & Frame-Setting	134
4.1.1	Frame-Building	134
4.1.2	Frame-Setting	140
4.1.3	Das Framing-Sending	141
4.1.4	Der Veggie-Day-Frame	144
4.2	Game-Framed Nachrichten	148
4.3	Wechselwirkungen zwischen Medien-Frames und der Politik	150
4.4	Ideologisierte Medien	153
4.5	Digitale und soziale Medien	158
5	Ideologien und Frames	163
6	Die Methode der Frame-Analyse	169
6.1	Die Inhaltsanalyse bei Framing-Untersuchungen	169
6.2	Die Methode der Triangulation	174
6.3	Die Codierung des Materials	174
	Literatur	177