

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	11
2. DIE UKRAINE-KRISE 2014 UND DIE VERTRAUENSKRISE IN DIE DEUTSCHEN MEDIEN	30
2.1 Krise erster und zweiter Ordnung	30
2.1.1 Vertrauenskrise: ein problematischer Begriff	30
2.1.2 Räumliche Nähe und digitale Amplifikation als verstärkende Faktoren	34
2.2 Begriffsbestimmung Ukraine-Krise	38
2.3. Die Ukraine im Spannungsfeld diverser Herausforderungen	40
2.3.1 Wirtschaftliche und demokratische Entwicklung	40
2.3.2 Maidan- und Anti-Maidan-Proteste als tiefgreifende Staatskrise	54
2.3.3 Ringen um Selbstverortung zwischen zwei Machtblöcken	59
2.3.4 Die Sonderrolle der Krim	69
2.4 Krisenberichterstattung zwischen Faktenlage und Blickführung	78
2.4.1 Der 20. Februar 2014 als paradigmatischer Fall von Krisenberichterstattung	78
2.4.2 Themen mit interpretativem Spielraum im Untersuchungszeitraum	83
2.4.3 Strukturelle Probleme	85
2.5. Vorwürfe gegen die Berichtenden und ihre Berichterstattung	90
2.5.1 Thematische Systematisierung der Vorwürfe	90
2.5.2 Vorwurf der vernachlässigten Sorgfaltspflicht	91
2.5.3 Vorwurf der Voreingenommenheit der Journalist:innen	94
2.5.4 Positionierung und Frontenbildung durch Sprache	97
2.5.5 Vorwurf der Übernahme einseitiger Lesarten	98
2.5.6 Vorwurf der Homogenität: Milieu und Redaktionslinie	99
2.5.7 Alter Kampfbeginn und neue Bots	101

3. FRAMING: EINE SOZIALKONSTRUKTIVISTISCH-PHÄNOMENOLOGISCHE PERSPEKTIVE AUF BERICHTERSTATTUNG	104
3.1 Begriffe Frame und Framing, Funktionen von Frames und die Framing-Forschung	104
3.1.1 Frame	104
3.1.2 Framing	105
3.1.3 Funktionen von Frames	107
3.1.4 Framing-Forschung	108
3.2 Theorie und Geschichte des Konzepts „Rahmen/Frame“	111
3.2.1 Ursprüngliche Ideen und erste Verwendungen des Rahmenbegriffs	113
3.2.2 Zum Verständnis (sozial-)konstruktivistischer Grundannahmen	114
3.2.3 Frames als Medium der Metakommunikation und als Konstituierung eines Innen-Außen-Verhältnisses	117
3.2.4 Wissensvorrat als Bezugs- und Relevanzrahmen des Subjekts	123
3.2.5 Exkurs: Implikationen phänomenologischer Grundbegriffe für die journalistische Arbeit	127
3.2.6 Frames als Organisationsprinzip menschlicher Erfahrung	129
3.2.7 Frames als normative und mobilisierende Kraft	132
3.2.8 Der Frame-Begriff in Abgrenzung und Beziehung zu Narrative und Propaganda	133
3.3 Das Frame-Konzept in Medien und Journalismus	136
3.3.1 Begriffe zur Beschreibung massenmedialer Ereignisse: Realität und Beobachtung erster und zweiter Ordnung	137
3.3.2 Übertragung des Frame-Konzepts auf den Zusammenhang des Journalismus	142
3.3.3 Erforschung massenmedialer Ereignisse über die Frame-Analyse	144
4. METHODIK DER MEDIEN-FRAME-ANALYSE	147
4.1 Operationalisierung der Frame-Elemente	147
4.2. Gütekriterien	149
4.3 Analyse-Parameter	150
4.3.1 Zeitraumerfassung über Schlüsselereignisse	150

4.3.2	Eingrenzung auf reichweitenstärkste überregionale Medien	153
4.3.3	Print statt digital	155
4.3.4	Verzicht auf Analyse von Bildern	157
4.4	Materialsammlung, Materialauswahl und Abdeckung	159
4.4.1	Grundgesamtheit	159
4.4.2	Kriterienkatalog für die Auswahlgesamtheit	161
4.4.3	Zur Abdeckung	169
4.5	Arbeitsschritte der Medien-Frame-Analyse	171
4.5.1	Digitales Codieren	173
4.5.2	Exploratives Lesen	174
4.5.3	Geschichtete Stichprobe	174
4.5.4	Entwicklung des Codebuchs	179
4.5.5	Pretest	183
4.6	Durchführung der Medien-Frame-Analyse	186
4.7	Finale Überprüfung der Gütekriterien	187
5.	ERGEBNISSE DER MEDIEN-FRAME-ANALYSE	190
5.1	Überblick	192
5.1.1	Frames und Subframes	192
5.1.2.	Meinungsdichte	195
5.2	Darstellung der Analyseergebnisse	198
5.2.1	Summarische Analyse	198
5.2.2	Krim – das Thema Nummer Eins	205
5.2.3	Diskussion um Russlands Machtpolitik	212
5.2.4	Komplexe Frage der Eskalationsverantwortung	219
5.2.5	Diverse Auseinandersetzung mit Ukraine und Maidan	228
5.2.6	Personenbezogene Frames und Bezeichnungen	247
5.2.7	Redaktionslinien	255
	BILD	261
	Frankfurter Allgemeine Zeitung	262
	Focus	263
	Handelsblatt	264
	Der Spiegel	265
	Stern	267
	Süddeutsche Zeitung	268
	taz, die tageszeitung	269
	Die Welt	270

Die Zeit	271
Redaktionslinien: Zusammenfassung der Ergebnisse	272
6. KONKLUSION UND REFLEXIVES FRAMING	273
6.1 Abschließende Kurz-Zusammenfassung der Ergebnisse	273
6.2 Medien und Publikum	282
6.3 Eine beschränkte Landkarte	284
6.4 Reflexives Framing: ein dialektischer Zugang	287
LITERATURVERZEICHNIS	291