

Constanze Jecker

Entmans Framing-Ansatz

Theoretische Grundlegung
und empirische Umsetzung

HERBERT VON HALEM VERLAG

Die Arbeit wurde 2012 mit dem Förderpreis der Schweizerischen Gesellschaft für Medien- und Kommunikationswissenschaft (SGKM) und 2013 mit dem Prix Vigener der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Fribourg ausgezeichnet.

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.

Constanze Jecker

Entmans Framing-Ansatz.

Theoretische Grundlegung und empirische Umsetzung

Köln: Halem, 2017

ISBN 978-3-7445-0614-4

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.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2014 (978-3-86764-426-6)

Korrektur: Christiane Hörmann, Konstanz

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: info@halem-verlag.de

URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Vorwort	9
1 Einleitung	11
1.1 Problemstellung der Arbeit.....	11
1.2 Zielsetzung und Konzeption der Arbeit	16
Teil I: Theoretische Analyse	21
2 Framing und Frames: Ansätze und Abgrenzungen	23
2.1 Basis: Frames als Deutungs- bzw. Interpretationsmuster	24
2.2 Übereinstimmungen: Schnittstellen trotz Heterogenität der Framing-Ansätze	32
2.3 Abgrenzung: Framing im Vergleich mit Priming und Agenda Setting.....	46
2.4 Ebene: Visuelle Aspekte massenmedial vermittelter Frames.....	52
2.4.1 Grundlagen: Analyseebenen audiovisueller Medieninhalte.....	52
2.4.2 Studien: Identifizierung von Frames in (audio)visuellen Medien.....	54
2.5 Fokussierung: Religion(en) in Framing-Studien.....	64
2.6 Fazit: Desiderate bei der Analyse von (Medien-)Frames.....	66
3 Analyse von Frames 1: Der Ansatz von Entman (1993)	69
3.1 Kritische Reflexion: Grundlagen des Ansatzes von Entman	70
3.2 Operationalisierungen der Frame-Elemente: Exemplarischer Vergleich	75
3.2.1 Operationalisierungen des Elements » <i>particular problem definition</i> «	77
3.2.2 Operationalisierungen des Elements » <i>causal interpretation</i> «.....	80
3.2.3 Operationalisierungen des Elements » <i>moral evaluation</i> «	81
3.2.4 Operationalisierungen des Elements » <i>treatment recommendations</i> «.....	83
3.3 Fazit: Desiderate bei Analysen von (Medien-)Frames gemäss Entman (1993).....	84

4	Analyse von Frames 2: Diskursanalytische Ansätze in der Soziologie	89
4.1	Diskursanalysen: Rekonstruktion sozialer Deutungsmuster	90
4.2	Fokussierung: Framing in der Erforschung sozialer Bewegungen	92
4.3	Weiterentwicklung: Framing in der öffentlichkeitssoziologischen Forschung	98
4.4	Fazit: Deutungsmuster in der MuKW und in der Soziologie im Vergleich	107
5	Resümee 1: Desiderate sowie Konsequenzen für die weitere Analyse	109
6	Analyse sozialer Probleme	115
6.1	Terminologie: Soziale Probleme als soziale Konstruktionen	115
6.2	Deutungsmuster: Soziale Probleme als Produkte von Definitionsprozessen	119
6.3	Entwicklung: Phasen der Konstruktion und Bearbeitung sozialer Probleme	128
6.4	Analyseinstrumente: Soziale Probleme als Untersuchungs- gegenstand	134
6.4.1	Akteure im Entwicklungsprozess sozialer Probleme: Typologien	134
6.4.2	Ursachen und Massnahmen zur Bearbeitung sozialer Probleme: Typologien	138
6.5	Fazit: Soziale Probleme als Ausgangspunkt für Framing-Analysen..	143
7	Analyse moralischer Aussagen und moralischer Beurteilungen	149
7.1	Basis: Moral als komplexes System von Regeln, Werten und Normen	150
7.2	Terminologie: Moralische Urteile in Abgrenzung zu anderen Urteilsarten	156
7.3	Analyseinstrumente: Moralische Aussagen als Untersuchungs- gegenstand	168
7.3.1	Analyse von moralischen Forderungen und Beurteilungen: Arten und Indikatoren	168
7.3.2	Analyse von Verantwortung: Sieben Relationen	174
7.4	Fazit: Implikationen für die Analyse von Medien-Frames	177

8	Analyse von Stereotypen	183
8.1	Terminologie: Stereotype als manifeste sprachliche Ausdrücke....	183
8.2	Funktion: Stereotype als Mittel zur Reduktion der Komplexität ..	189
8.3	Basis: Stereotype als Form der sozialen Kategorisierung	192
8.4	Denkmuster: Aktivierung und Konsistenz von Stereotypen	193
8.5	Analyseinstrumente: Stereotype als Untersuchungsgegenstand	195
8.5.1	Latente Stereotype: Summe von Darstellungs- bzw. (Re)Präsentationsmustern.....	195
8.5.2	Manifeste Stereotype: Summe von Zuordnung, Zuschreibung und Bewertung.....	200
8.6	Fazit: Parallelen zwischen Stereotypen und Frames	215
9	Analyse von (audio)visuellen Darstellungen	219
9.1	Ausgangspunkte: (Un)Bewegte Bilder	221
9.2	Strukturierung: Bestandteile von Fernsehprogrammen	223
9.3	Fixierung: Einstellungs- und Sequenzprotokolle	226
9.4	Analyseansätze: (Audio)Visuelle Gestaltungsmittel.....	228
9.4.1	Bildmotiv	229
9.4.2	Text-Bild-Relation	233
9.5	Fazit: Implikationen für eine Framing-Analyse audiovisueller Medieninhalte.....	242
10	Resümee 2: Interdisziplinäre Implikationen	245
Teil II: Explorative Fallstudie		253
11	Entwicklung des Forschungsdesigns	255
11.1	Wahl der Untersuchungsmethode	255
11.2	Wahl der Stichprobenstrategie	260
11.3	Erläuterung der Gütekriterien.....	263
12	Auswahl des Fallbeispiels	265
12.1	Fokussierung: Religion(en) in den Medien.....	265
12.2	Wahl des Exempels: Sexuelle Handlungen an Kindern.....	268
13	Ziehung der Stichprobe	281

14	Entwicklung des Untersuchungsinstruments	289
14.1	Festlegung der Untersuchungs- und Codiereinheiten.....	289
14.2	Kategoriensystem	290
14.2.1	Formale Kategorien.....	290
14.2.2	Inhaltliche Kategorien zur Analyse der verbalen Ebene	294
14.2.3	Inhaltliche Kategorien zur Analyse der Salienz durch nonverbale Gestaltungsmittel auf der auditiven Ebene.....	323
14.2.4	Inhaltliche Kategorien zur Analyse der Salienz auf der visuellen Ebene	324
14.2.5	Weitere inhaltliche Kategorien.....	329
15	Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse	335
15.1	Fixierung des Untersuchungsmaterials	335
15.2	Codierung des Untersuchungsmaterials	337
15.3	Auswertung des Untersuchungsmaterials	339
16	Präsentation und Diskussion der empirischen Ergebnisse	341
16.1	Ergebnisse 1: Analyse der verbalen Ebene	342
16.1.1	Befunde zum Frame-Element PROBLEMBESCHREIBUNG	342
16.1.2	Befunde zum Frame-Element PROBLEMURSACHE	349
16.1.3	Befunde zum Frame-Element PROBLEMINTERVENTION	354
16.1.4	Befunde zum Frame-Element MORALISCHE BEURTEILUNG	361
16.1.5	Befunde zu manifesten Stereotypen.....	365
16.2	Ergebnisse 2: Analyse der nonverbalen und visuellen Ebene sowie ihrer Relation zur verbalen Ebene.....	367
16.2.1	Befunde zu Darstellungsmitteln auf der nonverbalen Ebene	367
16.2.2	Befunde zu Darstellungsmitteln auf der visuellen Ebene	369
16.2.3	Befunde zu Darstellungsmitteln auf der nonverbalen und visuellen Ebene in Relation zur verbalen Ebene	370
16.3	Ergebnisse 3: Synopse der empirischen Befunde	373
17	Konklusion	387
17.1	Zusammenfassung und Reflexion der Arbeit.....	387
17.2	Forschungsperspektiven.....	409
	Literatur.....	415