



TABEA BÖCKING

Strategisches Framing. Gesellschaftliche Akteure und ihre Einflussnahmeversuche auf die mediale Debatte über die embryonale Stamm- zellforschung in Deutschland 2000 bis 2002

2009, 416 S., 5 Abb., 35 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 31,00 / EUR(A) 31,75 / sFr. 51,90

ISBN 978-3-86962-002-2

Über dieses Buch: Gesellschaftliche Diskurse werden in modernen Gesellschaften zentral über die Medien vermittelt. Bei kontroversen Themen versuchen die Diskursbeteiligten deshalb, ihre spezifischen Sichtweisen in den Medien zu platzieren und so deren Berichterstattung inhaltlich zu beeinflussen. Im Mittelpunkt stehen dabei die verschiedenen Interpretationsrahmen bzw. »Frames« der Akteure. Eine grundlegende Auseinandersetzung mit den strategischen Einflussnahmeversuchen gesellschaftlicher Akteure auf die Medien und deren Verknüpfung mit dem Mediendiskurs aus Framing-Perspektive fehlt in der PR-Forschung bislang.

Die vorliegende Arbeit schließt diese Forschungslücke, indem sie zunächst auf theoretischer Ebene Framing- und PR-Forschung miteinander verbindet. Anschließend untersucht sie inhaltsanalytisch am Beispiel der embryonalen Stammzellforschung, wie sich mediales und strategisches Framing entwickeln und welche Wechselwirkungen zwischen beidem bestehen. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen einerseits, dass sich mediale und strategische Frames gegenseitig beeinflussen. Andererseits weisen sie darauf hin, dass die Einflussprozesse zahlreichen Rahmenbedingungen unterliegen, die in komplexer Weise mit über die Einflussstärke entscheiden. Insgesamt verdeutlicht die Analyse, dass der Rückgriff auf den

Framing-Ansatz einen größeren inhaltlichen Rahmen für die klassische Frage nach der Beeinflussung und Beeinflussbarkeit der Medien eröffnet und dadurch sowohl für die weitere PR-Forschung als auch die PR-Praxis wichtige Impulse setzt.

Die Arbeit wendet sich vor allem an Sozial- und Geisteswissenschaftler sowie an PR-Praktiker, die an einem vertieften Verständnis der Beeinflussungsprozesse zwischen Medien und gesellschaftlichen Akteuren interessiert sind.

Über die Autorin: Tabea Böcking war Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW) an der Ludwig-Maximilians-Universität München und ist zurzeit in der Marktforschung tätig.

Weitere Informationen:

http://www.halem-verlag.de/shop/product_info.php/products_id/198

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Vorname und Name

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.