

Framing als politischer Prozess

Beiträge zum Deutungskampf in der politischen Kommunikation

Bearbeitet von
Prof. Dr. Frank Marcinkowski

1. Auflage 2014. Buch. 255 S. Softcover
ISBN 978 3 8487 0238 1
Gewicht: 386 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >
Kommunikationswissenschaft](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Frank Marcinkowski [Hrsg.]

Framing als politischer Prozess

Beiträge zum Deutungskampf
in der politischen Kommunikation



Nomos

Schriftenreihe Politische Kommunikation und
demokratische Öffentlichkeit

herausgegeben von
Prof. Dr. Frank Marcinkowski
Prof. Dr. Barbara Pfetsch
Prof. Dr. Gerhard Vowe

Band 6

Frank Marcinkowski [Hrsg.]

Framing als politischer Prozess

**Beiträge zum Deutungskampf
in der politischen Kommunikation**



Nomos

© Titelbild: istockphoto.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-0238-1

1. Auflage 2014

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2014. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

Framing als politischer Prozess: Eine Einleitung 7
Frank Marcinkowski

Teil I: Methodologie, Methode und Varianten der Framing-Analyse

Zum Gehalt der Framing-Forschung: Eine kritische Bestandsaufnahme 17
Jörg Matthes

Die Berücksichtigung von Kohärenz in der empirischen Analyse
textueller Frames 29
Matthias Kohring und Matthias Potthoff

Visuelles Framing durch Neue Typographie: Eine historische Inhaltsanalyse 45
Patrick Rössler

Qualitative Inhaltsanalyse von Medienframes –
Kategoriengeleitetes Vorgehen am Beispiel der Presseberichterstattung
über den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag 63
Maria Löblich

Teil II: Framing als Strategie politischer Kommunikation

EU-bezogene Identitätsframes in der Verfassungsdebatte 2005:
der Deutungswettbewerb zwischen politischen Akteuren, Zivilgesellschaft
und Journalisten in vier EU-Mitgliedsstaaten 79
Dennis Lichtenstein und Christiane Eilders

Im Rahmen von Werten. Das Value-Framing der Qualitäts- und
Boulevardpresse bei ausgewählten Bundestagswahlen 95
Bertram Scheufele und Ines Engelmann

Framing Politics and the Politics of Framing: A Case Study on the »Ground Zero Mosque« Metaphor <i>Bernhard Debatin</i>	111
Was ist strategisch am strategischen Framing? Eine Untersuchung zur Gestaltung von Frame-Elementen am Beispiel der Regierungskommunikation in der Finanzkrise <i>Juliana Raupp und Daniel Völker</i>	127
Who Brings »(De)Confrontainment« In – The Parties or the Media?: Frame Building in the 2008 Austrian Parliamentary Election Campaign <i>Günther Lengauer, Iris Höller und Gilg Seeber</i>	143
Framing in der Terrorismusberichterstattung in Fernsehnachrichten <i>Nicole Haußecker, Jens Jirschitzka und Wolfgang Frindte</i>	163
Teil III: Politisch relevante Framing Effekte	
Staatshilfe für Opel? Eine Analyse von Framing-Effekten auf der Basis eines Online-Experiments <i>Thorsten Faas und Harald Schön</i>	179
Emotionale Framing-Effekte auf politische Einstellungen und Partizipationsbereitschaft <i>Rinaldo Kühne und Christian Schemer</i>	195
Visuelle Wahlkampfkommunikation, Framing und Priming <i>Stephanie Geise</i>	211
Literatur- und Quellenverzeichnis	231

Framing als politischer Prozess Eine Einleitung

Frank Marcinkowski

Ereignisse und Sachverhalte in der Welt sprechen nicht für sich, sie werden von uns zum Sprechen gebracht, indem wir sie in einer bestimmten Weise abgrenzen, interpretieren und verstehen. Dafür benutzen wir vorgefertigte Deutungsmuster, die es uns erlauben, interpretationsoffene Gegebenheiten mit Bedeutung aufzuladen und die dazu passenden Handlungsoptionen zu wählen. Da es immer mehr als eine Möglichkeit gibt, die Dinge zu begreifen, ist die Wahl des Interpretationsrahmens von entscheidender Bedeutung für unseren Umgang mit der Welt sowie für die Formen und Folgen sozialer Interaktion. Diese Grundidee hat der kanadische Soziologe Erving Goffman vor beinahe vierzig Jahren zu einem Forschungsprogramm entwickelt, das er als „Rahmenanalyse“ bezeichnete (Goffman 1974). Seine Anregungen und vor allem die zentrale analytische Kategorie seines Ansatzes, der *Frame* als Begriff für die bevorzugten Interpretationsrahmen, die Menschen benutzen, um Situationen und Sachverhalten Sinn zu verleihen, ist seitdem innerhalb der Sozialwissenschaften in vielfältiger Weise aufgegriffen und variiert worden (Verhoeven 1985; Hettlage & Lenz 1991).

Die Kommunikationswissenschaft hat sich dabei von Beginn an weniger für die mikrosoziologische Frage nach den Bedingungen unmittelbarer Interaktion unter Anwesenden interessiert, sondern deutlich stärker für den makroskopisch gedachten Prozeßbegriff *Framing*. Mit diesem Begriff verbindet sich die Vorstellung, dass die öffentliche Kommunikation stets solche Interpretationsmuster für soziale Gegebenheiten bereitstellt, die sich mehr oder minder große Teile der Bevölkerung zu eigen machen, und die eben darum in der Lage sind, die „öffentliche Meinung“ zu einem Thema zu lenken (Gitlin 1980). Framing verweist insoweit auf ein kommunikatives Handeln, durch das gesellschaftliche Umstände absichtsvoll oder auch unbewusst in einen bestimmten Zusammenhang gebracht werden und eben dadurch eine spezifische Bedeutung gewinnen. Eine Bedeutung, die auch anders ausfallen könnte, wenn der Interpretationsrahmen anders angesetzt worden wäre. Besonderes kommunikationswissenschaftliches Interesse haben naheliegenderweise *Media Frames* auf sich gezogen, die heute mehrheitlich als das Ergebnis der Kopplung von journalistischer Informationsverarbeitung und strategischer Kommunikation verstanden werden (Pan 2008). Das Handwerk strategischer Kommunikatoren besteht aus framingtheoretischer Perspektive darin, durch bewusste Auslassung und Hervorhebung wünschbare Situations- und Sachverhaltsdeutungen bei den Adressaten persuasiver Botschaften

zu erzeugen (Hallahan 2011). Anders als bei Goffman ist Framing kommunikationswissenschaftlich also nicht durchweg positiv konnotiert, nämlich als Bedingung der Möglichkeit koordinierten sozialen Handelns. Gerade im Kontext politischer Kommunikation wird Framing ebenso häufig als externe Einflussnahme auf die individuelle und kollektive Meinungsbildung behandelt. Demgegenüber steht die Einsicht, dass jede Kommunikation auf Unterstellungen über die Beschaffenheit der Welt angewiesen ist (Schudson 2003), man also nicht nicht rahmen kann. Im Übrigen ermöglichen Frames politische Meinungsbildung ebenso wie deren Revision, und die dogmatische Verweigerung von Meinungsänderungen ist auch kein demokratisches Ideal (Chong & Druckman 2007b).

Vor dem Hintergrund dieser normativen Ambivalenz beschäftigen sich die Beiträge des vorliegenden Bandes mit der Frage, inwieweit diese Form der strategischen Kommunikation in der Realität moderner Mediendemokratien genutzt wird, um damit Politik zu machen. Wie man diese Frage beantwortet, ja wie man sie überhaupt angeht, hängt offenbar in besonderem Maße davon ab, was man unter Politik versteht. „Ausgangproblem der Politik“, so schreibt der Politologe Fritz W. Scharpf in einem viel zitierten Aufsatz,¹ „ist die Möglichkeit kollektiven Handelns bei nicht vorauszusetzendem Konsens“ (Scharpf 1973, 33). Das damit bezeichnete Problem lösen moderne Demokratien im Wesentlichen durch die Institutionalisierung akzeptierter Verfahren der Produktion bindender Entscheidungen, für die man Folgebereitschaft insoweit erwarten kann, wie die Verfahren selbst als legitim gelten (Luhmann 1969). Das wird immer dann der Fall sein, wenn sie zumindest prinzipiell der Beteiligung aller Interessierten offen stehen – oder zumindest diesen Anschein aufrechterhalten können. Das Konsensproblem, so fährt Scharpf fort (ebd., 35), ist dadurch allerdings nicht aufgehoben, sondern lediglich von der Ausführungsphase in die Phase der Willensbildung und Entscheidungsfindung vorverlegt, denn hier muss man sich auf eine von mehreren Handlungsalternativen einigen. Es bleibt im Übrigen aber über den Prozeß der autoritativen Entscheidung hinaus virulent, denn für die Betroffenen wird der tatsächliche Zumutungsgehalt einer Entscheidung erst im Moment ihrer Umsetzung unmittelbar erfahrbar. Erst wenn politische Programme vollzogen werden, zeigt sich, wer von einer Politik tatsächlich begünstigt und wer benachteiligt wird, und nun könnten diejenigen, die zuvor für die gewählte Handlungsoption eingetreten sind, plötzlich reklamieren, dass es so aber doch eigentlich nicht gemeint war. Diejenigen, die schon immer dagegen waren, werden sich in ihrer ablehnenden Haltung bestätigt fühlen, wenn und insoweit sie den Eindruck gewinnen, dass ihre Befürchtungen die Qualität der Leistung und der

1 Seine berühmte Aufsatzsammlung zur Theorie der planenden Verwaltung, die vor nunmehr vierzig Jahren unter dem Titel „Planung als politischer Prozess“ erschienen ist, hat nicht zufällig Pate für den Titel des vorliegenden Buches gestanden.

Verteilungsgerechtigkeit betreffend berechtigt waren. Da entsprechende Blockadehaltungen auf Seiten der Betroffenen den Erfolg von sektoralen Politiken gefährden, brauchen politische Maßnahmen auch in der Vollzugsphase aktives Unterstützungsmanagement.

Auf der Folie dieses Politikverständnisses lassen sich nun die politisch relevanten Aspekte des Framings markieren. Zunächst kann es dabei um die Steigerung der öffentlichen Aufmerksamkeit für gesellschaftliche Zustände und deren Empfehlung für politische Behandlung gehen, wobei bestimmte Deutungen annahmegemäß mehr Anziehungskraft ausüben und Betroffenheit generieren als andere. Ist ein Thema als Gegenstand politischer Erwägung etabliert, kann Framing dazu beitragen, der jeweils bevorzugten Handlungsoption zum Durchbruch zu verhelfen, weil bestimmte Problemdeutungen bestimmte staatliche Maßnahmen näherlegen als andere. Schließlich können Politikergebnisse zum Gegenstand von Framing werden, weil ein und dasselbe Resultat im Lichte unterschiedlicher Perspektiven ganz unterschiedlich erscheinen mag und daher sowohl zur Unterstützung als auch Ablehnung motivieren kann. Darüber hinaus muss man über die gesamte Strecke des Prozesses mit divergierenden Interpretationen der dabei obwaltenden Verfahren rechnen, etwa im Hinblick auf deren Transparenz, Offenheit oder Gerechtigkeit.

Die im Mittelteil dieses Bandes abgedruckten Texte greifen einige der genannten Perspektiven auf, ohne sie freilich systematisch abarbeiten zu können. *Dennis Lichtenstein und Christiane Eilders* legen einen internationalen Vergleich EU-bezogener Identitätsframes vor. Identitätsframes definieren sie als eine bestimmte Perspektive, „aus der deutlich wird, als welche Art von Gemeinschaft die EU gesehen wird“. Bezogen auf die oben angebotene Systematik geht es insoweit um das Framing eines Politikresultats. Ihre zentrale These, wonach Journalisten, politischen Eliten und Repräsentanten der Zivilgesellschaft unterschiedliche Deutungen von Stand und Ergebnis der europäischen Einigung anbieten, bestätigt sich empirisch nicht. Jedoch lassen sich diesbezügliche Unterschiede zwischen den untersuchten Ländern feststellen. *Bertram Scheufele und Ines Engelmann* beschäftigen sich mit der kontingenten Interpretation von Politikangeboten der Parteien in der Presse. Dazu greifen sie auf das Konzept der Value-Frames zurück, eine Interpretationsweise, bei der politisch-kulturell zentrale Wertorientierung als Bezugsrahmen für Politikfelder genutzt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass alle Zeitungen die Sozialdemokratie und ihre Politiken mit Bezug auf linke Werte rahmen. Beim Value-Framing der CDU sind größere Schwankungen festzustellen. Die Studie von *Bernhard Debatin* nutzt den Framingansatz, um den Prozess der Politisierung eines Sachverhalts aufzuklären. Sein Beitrag zeigt im Detail, wie es konservativen Aktivisten in den USA gelingen konnte, den Bau einer Moschee in Downtown Manhattan zu politisieren und durch die Metapher “Ground Zero Mosque” in der amerikanischen Medienbe-

richterstattung zu etablieren. *Juliana Raupp und Daniel Völker* zeigen, dass Framing nicht nur eine Strategie politischer Anspruchsgruppen ist, sondern auch von Regierungsakteuren genutzt wird, um die Deutungshoheit über ihr eigenes Handeln zu erringen. Ihrer Analyse zufolge war die Kommunikation des Finanzministeriums während der weltweiten Finanzkrise ab 2008 zentral darauf ausgerichtet, diese krisenhafte Zuspitzung als ein politikexternes Ereignis zu porträtieren, bei dem die Politik helfend eingreift. *Günther Lengauer, Iris Höller und Gilg Seeber* untersuchen das Zusammenspiel von Parteien und Nachrichtenmedien bei der Erzeugung kollektiver Vorstellungen vom Parteienwettbewerb während des Wahlkampfes. Die Autorengruppe zeigt, dass Konfliktstilisierung und Dramatisierung keineswegs nur das Geschäft der Medien ist, sondern im Gegenteil von den Parteien selbst betrieben wird, die naheliegenderweise ein Interesse an der Vermittlung des Eindrucks haben müssen, es ständen unversöhnliche politische Alternativen zur Wahl. Dramatisierung ist auch ein zentrales Stichwort im Beitrag von *Nicole Haußbecker, Jens Jirschitzka und Wolfgang Frindte*. Dabei behandelt die Jenaer Autorengruppe Dramatisierung als journalistische Strategie zur Symbolisierung von politischem Problemdruck – in dem Fall im Hinblick auf den Terrorismus. Ihrer Analyse zufolge erscheint Terrorismus in den elektronischen Medien Deutschlands vor allem als unspezifische politische Bedrohung, die bevorzugt in einem islamischen Kontext thematisiert wird.

Über ihre substantiellen Einsichten hinaus lassen sich die Beiträge dieses Kapitels auch als Antwort auf eine zentrale forschungsstrategische Auseinandersetzung innerhalb der internationalen Framingforschung lesen. Sie zeigen nämlich, dass die laufende akademische Debatte der Frage, ob Framing einer einheitlichen und konsistent verwendeten Konzeptualisierung bedarf oder ob die Stärke des Forschungsprogramms nicht gerade in der Vielfältigkeit der theoretischen Ansätze und Begrifflichkeiten liegt (D'Angelo, 2002; D'Angelo & Kuypers, 2010), in der laufenden empirischen Forschungstätigkeit längst entschieden ist – zugunsten von konzeptuellem Pluralismus. Angesichts der oben skizzierten Verschiedenartigkeit der Fragestellungen und der damit verbundenen Vielfalt möglicher Deutungsobjekte (soziale Sachverhalte, politische Streitthemen, Politikerergebnisse, politische Verfahren und allenfalls die daran Beteiligten) ist das eine durchaus konsequente Entwicklung. Wie die Beiträge dieses Bandes einmal mehr belegen, übt das von Snow und Benford (1988) entwickelte und durch Robert Entman (1993) popularisierte *Composite Model* noch immer die größte Anziehungskraft auf die politikwissenschaftlich relevante Framingforschung aus. Benford und Snow setzen bekanntlich bei den „Kernaufgaben“ jeder strategisch-politischen Kommunikation an, nämlich Einigkeit über die Identität und Ursache eines politischen Problems herzustellen, die bevorzugte Form der Problembehandlung hervorzuheben und zur gemeinsamen Aktion zu motivieren, und stehen unter einem voll entwickelten Frame eine rhetorische Figur, die auf allen

drei Deutungsdimensionen ein entsprechendes Kommunikationsangebot zu machen hat. Daneben scheint für die politische Kommunikation das so genannte *Value Framing*, eine Interpretationsweise, die Sachverhalte im Lichte von weithin geteilten Wertorientierungen innerhalb einer Gesellschaft beschreibt, von besonderem Interesse, nicht nurum substantielle Politiken und deren Ergebnis zu deuten, sondern auch um institutionalisierte Prozesse und Verfahren in spezifischer Weise zu charakterisieren (Besley & McComas 2005). Demgegenüber wird die Fruchtbarkeit des so genannten *Equivalence Framing* (Tversky & Kahneman 1986) in der politischen Kommunikation weithin unterschätzt. Es ist sogar behauptet worden, dass sich diese Konzeptualisierung, die auf sprachlich unterschiedliche, aber logisch äquivalente Formulierungen eines Entscheidungsproblems verweist, für die Analyse des Umgangs mit politischen Streitthemen in der öffentlichen Kommunikation nicht eigne (de Vreese 2005, 53). Diese Auffassung ist zumindest kontraintuitiv. Schließlich geht es in der Politik wesentlich um die Produktion und Durchsetzung von Entscheidungen und damit – trotz der häufig behaupteten „Alternativlosigkeit“ – immer auch um mögliche Entscheidungsalternativen. Folgerichtig ist ein beträchtlicher Teil der politischen Kommunikation demokratischer Staaten darauf ausgerichtet, gewählte Entscheidungsoptionen zu rechtfertigen oder im Vorfeld der Entscheidungsfindung für andere Möglichkeiten zu werben. Dass dabei beispielsweise eine aufkommensneutrale Steuerreform angekündigt wird, bei der achtzig Prozent der Bürger mehr Netto vom Brutto bleibt, während der politische Wettbewerber darauf beharrt, dass infolge genau dieser Reform jeder fünfte Bürger mit einer höheren Steuerbelastung rechnen muss, gehört zur Alltagserfahrung eines jeden Wahlbürgers. Ein Analyseansatz, der auf solche Deutungskämpfe spezialisiert ist und zudem starke Wirkungsvermutungen unterstützt, verdient offenbar mehr und nicht weniger Beachtung der politisch interessierten Framingsforschung.

Eine unmittelbare Folge des konzeptuellen Pluralismus ist die Vielfalt der verwendeten Verfahren und empirischen Zugänge im Forschungsprozess. Grund genug, sich mit dem methodologischen Status, mit einzelnen Varianten sowie mit Stärken und Schwächen konkreter Erhebungsmethoden der Framingforschung auseinanderzusetzen. Dem sind die vier Beiträge des ersten Kapitels gewidmet. Einleitend evaluiert *Jörg Matthes* den Gehalt der bisherigen Theoriebildung anhand der methodologischen Gütekriterien, die ein kritisch-rationalistisches Wissenschaftsverständnis nahe legt. Er kommt zu dem Schluss, dass sowohl hinsichtlich der Vorhersagekraft als auch bezüglich der Widerspruchsfreiheit des bisher vorliegenden framingtheoretischen Aussagegebäudes deutliche Abstriche zu machen sind, während das Kriterium Adäquatheit trotz einiger Mängel positiver zu beurteilen ist. *Matthias Kohring* und *Matthias Potthoff* beschäftigen sich mit einem Kernproblem der empirischen Analyse textueller Frames, nämlich der Kombination mehrerer Deutungsvarianten in einem

Kommunikat. Die Autoren präsentieren eine Operationalisierung von Kohärenz und demonstrieren deren Verwendung. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Resultate einer Frameanalyse bei ausschließlicher Einbeziehung kohärenter Fälle besser interpretieren lassen. In seinem Beitrag erweitert *Patrick Rössler* das gängige Verständnis von Framing, indem er die Anordnung von Bildmotiven im Layout von Publikationen als „Frame konstituierend“ konzipiert. Im Ergebnis der Analyse zeigt sich, dass bei „linken“ Verlagen moderne visuelle Frames dominieren, während für „traditionelle“ Verlage das Frame der klassischen Gestaltung kennzeichnend ist. *Maria Löblich* demonstriert das Vorgehen einer kategoriegeleiteten qualitativen Inhaltsanalyse von Presseberichterstattung mit Hilfe des Framingkonzepts. Dabei verwendet sie deduktiv abgeleitete Suchkategorien als Ausgangspunkt einer ansonsten unstandardisierten Erfassung des themenspezifischen Inhalts von Deutungsmustern. Auf diese Weise lassen sich die Stärken einer standardisierten und offenen Erhebung kombinieren.

Im paradigmatischen Verständnis dieses Buches bezeichnet Framing als politischer Prozess eine Form strategischer Kommunikation. Das ist oben schon angedeutet worden. Zweckorientierte Kommunikation realisiert sich nach allgemeiner Auffassung im Erreichen ihres Ziels. Ohne die gewünschte Wirkung zu hinterlassen, bleibt sie bestenfalls strategisch gemeinte Kommunikation. Konsequenterweise bildet die Wirkungsforschung einen weiteren Schwerpunkt des Forschungsprogramms, nicht nur, aber auch innerhalb der politischen Kommunikation. Damit kommen einerseits zusätzliche Konzeptualisierungen der Basis-kategorie ins Spiel, geht es doch in der Wirkungsforschung nicht mehr um Kommunikationsinhalte, sondern um die *Frames in Minds* und um deren Zusammenhang mit den *Frames in Communication* (Chong & Druckman 2007b). Andererseits erweitert die Wirkungsforschung auch das Methodenrepertoire der empirischen Arbeit, nicht zuletzt um experimentelle Designs. Wenn man – wie der Herausgeber dieses Bandes – Kommunikation für eine selbstbezügliche Operation hält, die im Wesentlichen durch sich selbst gesteuert wird, dann wird man zwar nicht grundsätzlich bestreiten, dass Framing Wirkungen hinterlassen kann, aber man wird erwarten, dass oft mehr, häufig weniger und immer wieder auch anderes erreicht wird, als eigentlich beabsichtigt war. Das ist eine zugespitzte aber grosso modo durchaus passende Beschreibung des Stands der framingtheoretischen Wirkungsforschung. Die Texte im Schlußkapitel des Buches fügen diesem Bild drei weitere Facetten hinzu. Thorsten *Faas* und *Harald Schön* untersuchen die Wirkung gegensätzlicher Interpretationsweisen einer staatlichen Subventionsmaßnahme auf Mediennutzer mittels eines Online-Experiments. Die Ergebnisse zeigen, dass der von ihnen so genannte „Arbeitsplatzframe“ tatsächlich einen signifikanten Effekt hat, entgegen der Erwartung aber nicht zu einer positiven Bewertung der Politik führt, sondern lediglich zu einer weniger kritischen. Ebenfalls mit experimentellen Mitteln testen *Rinaldo Kühne* und *Christian*

Schemer eine Art Zwei-Stufen-Modell politischer Framingeffekte. Sie gehen davon aus, dass bestimmte Medienframes Emotionen auszulösen vermögen, die ihrerseits einen Einfluss auf politische Einstellungen und die Partizipationsbereitschaft haben. Der empirische Nachweis der Annahme gelingt für eine von zwei untersuchten Basisemotionen. Selektive Hervorhebung spezifischer Aspekte einer vermeintlichen Realität kann auch und gerade mit visuellen Mitteln bewerkstelligt werden. Dem trägt der Begriff des *Visual Framing* Rechnung. In ihrem Beitrag beschäftigt sich *Stephanie Geise* mit der Frage, ob und wie visuelle Kommunikation Interpretationen des Politischen erzeugen und Handlungspräferenzen stimulieren kann. In einer empirischen Testreihe mit vier Wellen demonstriert sie, dass visuelles Framing unter bestimmten Bedingungen „relative“ Priming-Effekt und Agenda-Setting-Effekte hervorbringt.

Dass Framing eines der derzeit fruchtbarsten theoretischen Konzepte der politischen Kommunikation darstellt, wird im vorliegenden Band einmal mehr belegt, ist aber an sich keine neue Einsicht. Der originäre Vorschlag, den dieses Buch zu machen hat, besteht vielmehr darin, Kommunikation nicht als einen Aspekt des Politischen zu begreifen, sondern als seinen zentralen Operationsmodus. Wenn man das tut, dann zeigt sich, dass Framing in buchstäblich allen Phasen und Verästelungen von Politik anzutreffen ist, und mithin eine diesem Paradigma verpflichtete Kommunikationsforschung zum Verständnis politischer Prozesse deutlich mehr beizutragen hat, als gelegentliche Medieninhaltsanalyse erahnen lassen. Ich danke allen Autorinnen und Autoren für ihren Anteil an dieser Demonstration, mehr noch aber für ihre engelsgleiche Geduld während der quälend langen Produktionszeit des Buches. Der Fritz Thyssen Stiftung danke ich für die großzügige finanzielle Unterstützung sowohl der Münsteraner Tagung vom Frühjahr 2011 als auch der vorliegenden Veröffentlichung, die aus ihr hervorgegangen ist.

TEIL

I

METHODOLOGIE, METHODE
UND VARIANTEN DER
FRAMING-ANALYSE

Zum Gehalt der Framing-Forschung: Eine kritische Bestandsaufnahme

Jörg Matthes

Framing ist zweifellos eines der zentralen Schlagwörter der politischen Kommunikationsforschung. Kaum ein anderer Begriff erfreut sich derzeit so großer Beliebtheit und sorgt für einen vergleichbaren Fluss von Forschungsarbeiten sowohl im deutschsprachigen als auch im internationalen Raum. Der Grund dafür ist schnell gefunden: Framing ist ein Leuchtturmkonzept, das (fast) alle Teile der politischen Kommunikationsforschung ausleuchten und beschreiben kann. Dies ist mit anschwellender Ausdifferenzierung des Forschungsfeldes von zunehmender Bedeutung, vereint doch die politische Kommunikationsforschung ganz unterschiedliche Ansätze mit soziologischen, psychologischen und natürlich kommunikationswissenschaftlichen Hintergründen. Als Konsequenz, wie Lin und Kaid (2000) es beschreiben, ist die politische Kommunikationsforschung auf der einen Seite, »a place where interests of scholars with different backgrounds converge«, auf der anderen Seite jedoch auch »a place where the inherent differences of scholars' original academic areas appear« (S. 147). Die Teilgebiete der politischen Kommunikationsforschung – die strategische Kommunikation seitens politischer Eliten, die journalistische Verarbeitung des politischen Inputs und die Wirkung des journalistischen Outputs auf die Rezipienten – fragmentieren sich zunehmend in einzelne kleinere Forschungsbereiche, die kaum noch miteinander verbunden werden (Graber 1993; Nimo/Swanson 1990; vgl. generell fürs Fach auch Donsbach 2006).

Diese Fragmentierung ist für ein sich ausdifferenzierendes Forschungsfeld keineswegs ungewöhnlich oder besonders. Jedoch besteht als Begleiterscheinung der Fragmentierung die Gefahr, dass Forschungsergebnisse ohne Rückbezug auf andere Teilbereiche notgedrungen unvollständig bleiben und sie damit ihre Beschreibungskraft verlieren. So sind Arbeiten, die lediglich journalistische Inhalte untersuchen, wenig aufschlussreich und anschlussfähig in Bezug auf die Entstehung sowie Wirkung und damit Relevanz von Medieninhalten. Gleiches ließe sich für die genuine Kommunikator- und die Wirkungsforschung sagen. Hier verspricht nun der Framing-Ansatz Abhilfe, stellt er doch ein theoretisches Rüstzeug bereit, den gesamten politischen Kommunikationsprozess aus einer vereinigenden Perspektive zu betrachten und mit einem einheitlichen Vokabular zu fassen. Der schlagende Vorteil: Selbst wenn man nur einen Teilbereich der politischen Kommunikationsforschung untersucht, so lässt sich dieser leicht konzepti-

onell an die außer Acht gelassenen Bereiche anbinden, da durch den Framing-Ansatz die notwendige Anschlussfähigkeit sichergestellt ist.

Frames sind strategisch gefärbte Blickwinkel auf politische Themen, die gewisse Informationen in den Vordergrund rücken und andere außen vor lassen. Jeder öffentliche Diskurs ist ein Wettbewerb verschiedener Akteure um den dominanten Frame, und zwar auf Ebene der Kommunikatoren, der Medieninhalte und der Bevölkerungsmeinung. Frames legen eine bestimmte Problemdefinition nahe, sie machen Ursachen für Probleme aus, bieten eine Bewertung des Problems und zeigen Lösungsmöglichkeiten auf (Entman 1993; Entman/Matthes/Pellicano 2008; für eine ausführliche Diskussion der Definitionen und Arten von Frames siehe Matthes (2007, 2009a,b, 2010, 2012). Framing ist ein Brückenmodell,

that bridges parts of the field that need to be in touch with each other: quantitative and qualitative, empirical and interpretive, psychological and sociological, and academic and professional. If the most interesting happens at the edge of disciplines [...] then framing certainly has the potential to bring disciplinary perspectives together in interesting ways. (Reese 2007: 148)

Voraussetzung für dieses – wenn man so will – Brückenbauen ist jedoch, dass eine hinreichende konzeptionelle Einigkeit besteht, was denn unter Frames und Framing zu verstehen ist (vgl. Matthes 2010). Der vorliegende Beitrag widmet sich vor diesem Hintergrund der Frage, welchen Gehalt der Framing-Ansatz in der politischen Kommunikationsforschung derzeit hat und zukünftig haben könnte. Grundtenor des Beitrages ist die Beobachtung, dass die Beliebtheit des Framing-Ansatzes mit einem potenziellen Relevanzverlust einhergeht, da in der Framing-Forschung bisher keineswegs Konsens über theoretische Grundannahmen, Begrifflichkeiten und methodische Vorgehensweisen besteht und die dadurch entstehende Vielfalt eine gewisse Willkür in sich birgt. Wie Entman, Matthes und Pellicano (2009: 175) in einem neueren Überblick schlussfolgern, ist der Frame-Begriff »arguably a victim of its own success. In research practice, it means too much, with scholars applying an unruly mélange of concepts under the framing rubric to a vast array of contexts and issues«. Vor diesem Hintergrund ist eine Diskussion über den Stellenwert, die Begrifflichkeit sowie den theoretischen Gehalt der Framing-Forschung von immenser Bedeutung für die politische Kommunikationsforschung.

Somit möchte der Beitrag eine (teilweise wissenschafts-)theoretische Betrachtung des Framing-Ansatzes leisten und die Frage aufwerfen, welche Entwicklungsmöglichkeiten sich für die Framing-Forschung ergeben und mit welchen Herausforderungen dieser Forschungsbereich zu kämpfen hat. Dazu werden in einem ersten Schritt die Eckpunkte der Framing-Forschung skizziert. Anschließend wird mit Hilfe von wissenschaftstheoretisch abgeleiteten Kriterien die Brauchbarkeit des Framing-Ansatzes kritisch geprüft. In einem letzten Schritt

zielt der Beitrag auf eine Prognose zur weiteren Entwicklung dieses dynamischen Forschungsfeldes.

Eckpunkte der Framing-Forschung

Der gemeinsame Nenner aller Arbeiten ist die Annahme von selektiv konstituierten Frames, die sich bei politischen Kommunikatoren, Journalisten, in Medientexten und bei Rezipienten manifestieren (vgl. für den folgenden Abschnitt Matthes, 2009b). Beim *strategischen Framing* steht der Wettbewerb von Kommunikator-Frames in Vordergrund, die meist durch die Analyse von Dokumenten oder durch Befragung der Kommunikatoren ermittelt werden. Das strategische Ziel der Kommunikatoren ist es, den eigenen Frame zu vermitteln und in der öffentlichen Diskussion zu etablieren (Pan/Kosicki 2001). Framing beinhaltet aus dieser Perspektive aber nicht nur das Aushandeln der eigenen Sichtweise, sondern auch einen Wettbewerb mit den Frames anderer Kommunikatoren. Es wird davon ausgegangen, dass es zu fast allen Themen immer mehrere Frames gibt, die sich in einem strategischen Wettkampf befinden (Callaghan/Schnell 2005). In der PR-Forschung werden Frames dann als erfolgreich bezeichnet, wenn sie nicht nur öffentliche Aufmerksamkeit für das eigene Handeln schaffen, sondern auch Sichtweisen, Lösungen und Interpretationen in der Medienberichterstattung durchsetzen (vgl. Hänggli/Kriesi 2011). Ein ähnliches Verständnis findet sich in der politischen Soziologie, die sich mit sozialen Bewegungen beschäftigt (Snow/Benford 1992). Unter »framing« verstehen Snow und Benford (1992) bewusste Strategien von sozialen Bewegungen, die darauf abzielen, die eigene Sicht auf ein Problem oder einen sozialen Sachverhalt darstellen und somit die angestrebten Aktivitäten zu legitimieren. Die Frames zielen demnach auf ein geteiltes Verständnis eines Kernproblems ab, dem sich die Bewegung widmet und schlussendlich dienen sie der Persuasion von potenziellen Anhängern. Insgesamt sind beim strategischen Framing vor allem zwei Dinge herauszustellen. Erstens wird ein Diskurs mitnichten von einem einzigen Frame dominiert, sondern mehrere strategische Frames kämpfen um die öffentliche Aufmerksamkeit und damit die Medienpräsenz: »no theme emerges without a countertheme« (Callaghan/Schnell 2005: 6, Hervorhebung im Original). Zweitens werden Frames in diesem Forschungsfeld fast durchgehend als sehr dynamisch und wandelbar aufgefasst (Johnston 2002).

Die Gestaltung eines journalistischen Textes wird wiederum von den *journalistischen Frames* beeinflusst. Solche Frames werden meist mit Inhaltsanalysen untersucht und verstanden als »konsistentes System einzelner kognitiver Schemata, Scripts usw., die sich im redaktionellen Diskurs herausbilden, im Austausch mit anderen (medialen) Diskursen verändern und die journalistische

Nachrichtenproduktion beeinflussen« (Scheufele 2003: 105). Rein quantitativ betrachtet sind Arbeiten zu journalistischen Frames gemessen an anderen Bereichen der Framing-Forschung in der Minderheit und die eigentlich notwendigen Interviews mit Journalisten eher die Seltenheit.

Im dritten Forschungsstrang wird sich der Analyse von *Medien-Frames* gewidmet. Medien-Frames konstituieren sich in journalistischen Texten durch ein spezifisches Muster von Problemdefinitionen, Verantwortungszuschreibungen, Bewertungen und Handlungsanweisungen (vgl. Matthes 2007; Matthes/Kohring 2008). Es handelt sich also um eine Kontextualisierung eines Themas bzw. um eine spezifische Sichtweise, die in einem Medienbeitrag eingenommen wird. Es werden themenspezifische, themenübergreifende oder – in Ermangelung eines besseren Begriffes – formal-stilistische Frames untersucht. Bei formal-stilistischen Frames steht die Struktur bzw. Präsentationsform einer Medienbotschaft im Vordergrund, d.h. es geht darum, wie eine Nachricht aufgebaut ist. Die von Iyengar (1991) unterschiedenen thematischen und episodischen Frames fallen in diese Kategorie. Auch die von Cappella und Jamieson (1997) definierten Strategy- und Issue-Frames sind hier zu nennen. Inhaltsbezogene Frames können je nach Generalisierungsgrad in themenspezifische und themenübergreifende eingeteilt werden. Bei beiden ist nicht die formal-stilistische Struktur der Medienbotschaft relevant, sondern es werden verschiedene inhaltliche Aspekte eines Themas in den Vordergrund gerückt: Es geht darum, was gesagt wird.

Was die *Wirkung von Frames* betrifft, so hat die das Feld dominierende experimentelle Forschung die Effekte von inhaltsbezogenen und formal-stilistischen Frames nachweisen können (vgl. Iyengar 1991; Tewksbury et al. 2000). In den meisten Studien werden in einem experimentellen Design zwei komplett unterschiedliche Frames (mit zwei Beiträgen) gegenübergestellt, was zu wenig erstaunlichen Effekten führt. Dabei weist zumeist ein Beitrag auch nur einen dominanten Frame auf (vgl. Tewksbury et al. 2000). Allerdings setzen sich auch zunehmend überzeugendere Designs durch, bei denen Umfragedaten mit Inhaltsanalysen zu Kampagnen oder politischen Themen verknüpft werden (vgl. Scherer/Wirth/Matthes 2011) oder etwa extern valide experimentelle Designs angestrebt werden (vgl. de Vreese 2011).

Gehalt der Framing-Forschung

Um den Gehalt der Framing-Forschung zu prüfen, greifen wir auf wissenschaftstheoretische Theoriekriterien zurück, wie sie beispielsweise von Kuhn (1977) erarbeitet wurden. Dabei können – in einer sehr vereinfachten Art und Weise – drei Aspekte unterschieden werden, die im Weiteren ausführlicher dis-

kutiert werden sollen: (a) Vorhersagekraft, (b) Widerspruchsfreiheit, sowie (c) Adäquatheit.

Vorhersagekraft

In der Framing-Forschung wurde die Frage mehrfach diskutiert, ob von einer Theorie (Dahinden 2006), einem Paradigma (Entman 1993) oder einem Forschungsprogramm (D'Angelo 2002) zu sprechen ist. Grundfrage ist hier, ob die Befunde der Framing-Forschung auch ohne die Framing-Begrifflichkeit möglich wären oder welchen spezifischen Erklärungswert der Framing-Ansatz im politischen Kommunikationsprozess liefert.

Es lassen sich drei Kern-Thesen des Framing-Ansatzes bestimmen (vgl. Matthes 2007): Das *Ambivalenzprinzip* besagt, dass bei politischen Themen mehrere, in Konflikt stehende Aspekte koexistieren. Mit anderen Worten, es sind immer verschiedene Blickwinkel möglich und die Deutung eines Themas muss erst ausgehandelt werden. Das *Selektionsprinzip* beschreibt die Funktion von Frames, gewisse Aspekte aus dieser »ambivalenten Welt« herauszugreifen, wobei andere außen vor gelassen werden. Frames sind damit immer ein selektiver Ausschnitt eines Themas. Beim dritten Prinzip, dem *Konsistenzprinzip*, geht es um die konsistente Verknüpfung der Elemente eines Frames, so dass sich ein zusammenhängender, konsistenter Sinnhorizont ergibt. Anders formuliert, die einzelnen Elemente eines Frames (vgl. Entman 1993; Entman/Matthes/Pellicano 2009) ergeben eine logische Argumentationskette, die ein Akteur in einem Diskurs vertritt. Konsistent bedeutet dabei, dass die Elemente die gleiche Evaluation zu einem Thema nahe legen.

Das Explanandum ist im Framing-Ansatz die Entstehung, Konstitution und Veränderung von Frames bei strategischen Kommunikatoren, Journalisten, Medientexten und Rezipienten. Das Explanans, also benötigte Gesetzesaussagen, die spezifische Bedingungen und Ursachen für die Entstehung, Konstitution und Veränderung von Frames enthalten, finden sich allerdings im Framing-Ansatz selbst nicht. An keiner Stelle werden in der Forschungsliteratur jenseits der oben beschriebenen generellen Grundannahmen spezifische Hypothesen aus einer genuinen Framing-Theorie oder einem Framing-Ansatz abgeleitet, um die Entstehung, Konstitution und Veränderung von Frames zu erklären oder vorherzusagen. Mit anderen Worten, ein Netzwerk von Aussagen und Annahmen über die Realität, aus denen sich prüfbare Sätze herleiten lassen, die vergangene oder zukünftige Sachverhalte erklären oder vorhersagen, liefert der Framing-Ansatz nicht. Meist wird das Netzwerk von Aussagen und Annahmen nicht aus dem Framing-Ansatz selbst, sondern aus anderen Theorien und Ansätzen abgeleitet bzw. importiert. Beispielsweise wird die Genese von Frames durch die Mobili-

sierungstheorie erklärt, die Wirkung von Frames lässt sich durch kognitionspsychologische Modelle beschreiben und vorhersagen und die Konstitution von Medien-Frames kann journalismustheoretisch (vgl. Gerth/Siegert 2011) oder gar machttheoretisch (vgl. Hänggli/Kriesi 2010) hergeleitet werden. Demnach werden empirisch prüfbare Aussagen aus anderen Theorien fruchtbar in den Framing-Ansatz integriert und getestet. Daraus folgt jedoch auch zwangsläufig, dass wir es mitnichten mit einer Framing-Theorie zu tun haben.

Auch können wir derzeit nicht von einem Forschungsprogramm sprechen, wie es etwa D'Angelo (2002) vorschlägt, da ein »harter Kern« sowie ein »Schutzgürtel« (siehe Lakatos 1970) der Framing-Forschung nur unzureichend ausformuliert wurden bzw. nicht existieren (vgl. Matthes 2011). Zwar gibt es vereinzelt theoretisch wertvolle Analysen, der gemeinsame Nenner der Framing-Forschung in ihrer Gesamtheit ist jedoch meistens die Verwendung der Frame-Metapher. Nehmen wir die inhaltsanalytischen Framing-Studien als Beispiel, so wurde in der Literatur bereits die Frage aufgeworfen, ob es sich nicht um alten Wein in neuen Schläuchen handelt, da wir es im Grunde mit konventionellen Inhaltsanalysen (Brosius 2006) zu tun haben, die neuerdings den Frame-Begriff verwenden. Oder, wie Reese (2007: 152) es ausdrückt, »Authors often give an obligatory nod to the literature before proceeding to do whatever they were going to do in the first place«. Ähnliches gilt für die wirkungsorientierten Framing-Studien, die wie auch die bisherige Wirkungsforschung die Effekte von informationsorientierten oder emotionsbasierten Medieninhalten auf die Kognitionen, Einstellungen und das Verhalten von Menschen untersuchen. Ob es sich bei der unabhängigen Variable nun um einen Frame oder eine Aussage (im Sinne der Persuasionsforschung) handelt, spielt für die Mechanismen und die Vorhersage der Prozesse und Effekte eher eine untergeordnete Rolle. Selbst wenn man argumentiert, dass Medien-Frames vor allem Kognitionen beeinflussen, also wie Menschen über ein Thema denken, nicht aber Einstellungen, so löst sich dieses Problem nicht. Zunächst werden Kognitionen auch in der klassischen Persuasions- und Medienwirkungsforschung betrachtet und darüber hinaus sind sie natürlich in höchstem Maße mit Einstellungen verquickt. Es macht darüber hinaus wenig Sinn, lediglich Kognitionen als Framing-Effekte in den Blick zu nehmen und die gesellschaftlich und wirkungstheoretisch spannenderen Einstellungen zu ignorieren. Auch lassen sich derzeit ähnliche »Haltestellen« der Framing-Effekt-Forschung beobachten, wie sie bei anderen Wirkungskonzepten durchgemacht wurden: Nach einer Schlüsselstudie werden Randbedingungen für Framing-Effekte formuliert, anschließend wendet man sich den Prozessen zu und weitet das Ganze nach Erschließung dieser Teilbereiche zu angrenzenden Themengebieten aus (vgl. für diesen Ablauf McCombs 1992). Zugutehalten muss man der Framing-Forschung jedoch, dass sie versucht, Kriterien zu entwerfen, welche Inhalte eines journalistischen Textes beschreibungswert und wirkungsrelevant

sind. Die Framing-Forschung sucht nach konsistenten Beschreibungsmustern und bietet damit einen geleiteten Blick auf Medieninhalte. Jedoch, wie wir später sehen werden, herrscht noch keine Einigkeit darüber, auf welche Aspekte des Medieninhaltes der Blick nun geleitet werden soll. Das Fazit: Es werden kaum empirisch prüfbar Aussagen als genuiner Kern einer Framing-Theorie formuliert. Die konkrete und spezifische Vorhersagekraft der Framing-Forschung speist sich zumeist aus anderen Theorien und Ansätzen und ist daher bis dato eher als begrenzt einzuschätzen.

Widerspruchsfreiheit

Mit Widerspruchsfreiheit ist gemeint, in wie weit die Aussagen des Framing-Ansatzes in sich geschlossen und stimmig sind. Vielfach wurde festgestellt, dass mit den Begriffen Frames und Framing mitunter ganz unterschiedliche Konzepte angesprochen und erfasst werden (siehe z.B. D'Angelo 2002; Matthes 2009a). Ein kohärentes Begriffsgebilde liegt bislang nicht vor. Vielmehr scheint sich der Framing-Begriff durch eine konzeptionelle Offenheit auszuzeichnen, die zwar einerseits für den Boom dieses Forschungsgebietes verantwortlich ist, andererseits aber eine theoretische Integration verschiedener Arbeiten erschwert und damit das oben beschriebene integrative Potenzial des Ansatzes einschränkt.

Im Einzelnen lassen sich drei theoretische Bruchstellen des Framing-Ansatzes ausmachen: Erstens werden Frames auf unterschiedlichen Abstraktionsniveaus erfasst, einerseits als themenspezifische Muster (vgl. Tewksbury et al. 2000), andererseits als abstrakte Themencharakteristiken (vgl. Semetko/Valkenburg 2000) oder als narrative Elemente (Iyengar 1991). Beispielsweise geht es beim strategischen Framing sowie beim journalistischen Framing fast ausschließlich um themenspezifische Frames. Jedoch finden wir in den inhaltsanalytischen Studien (sowie bei den Studien zur Wirkung von Frames) themenübergreifende oder formal-stilistische Medien-Frames. Letztere gehen von einem vollkommen anderen Begriffsverständnis aus. Deutlicher: Es werden Frames inhaltsanalysiert, die bei anderen Bereichen der Framing-Forschung gar keine Rolle spielen. Auch werden Effekte von Frames untersucht, die beim strategischen Framing irrelevant sind, z.B. die Wirkung von episodischen Frames. Zweitens herrscht Unklarheit darüber, ob Frames als evaluative – also klar wertende – inhaltliche Muster zu verstehen sind oder als non-evaluative Schemata (vgl. de Vreese/Boomgarden 2003). Auch hier gilt, dass strategische Frames von Kommunikatoren immer Wertungen und Evaluationen beinhalten und wir diesen Gedanken aber nicht in allen Arbeiten der Framing-Forschung wiederfinden. Das ist ein erheblicher konzeptioneller Unterschied. Drittens werden der Wettstreit von politischen Frames und die hiermit verbundene Dynamik unterschiedlich stark gewichtet –

ein Punkt, der hier später noch einmal näher betrachtet wird. Damit hängt auch die Frage zusammen, ob in einem journalistischen Text ein Frame, mehrere Frames oder gar kein Frame identifiziert werden soll. Beim strategischen Framing zum Beispiel werden die Frames als dynamisch und ständig im Wandel begriffen – bei der Analyse von Medien-Frames herrscht jedoch eher ein statisches Verständnis vor (vgl. hierzu die Inhaltsanalyse von Framing-Inhaltsanalysen bei Matthes 2009a, dazu später mehr). Schließlich findet auch der Gedanke des strategischen Framings, dass die Frames verschiedener Akteure in einem Wettstreit stehen, in der inhaltsanalytischen Forschung selten Niederschlag. Dort werden Frames nicht als Sichtweisen von Akteuren verstanden, sondern als Eigenschaften eines journalistischen Textes. Nimmt man jedoch das Begriffsverständnis des strategischen Framings als Grundlage und geht davon aus, dass die Elemente eines Frames immer an Aussagen eines Akteurs gebunden sind (der eine bestimmte Position vertritt), so wird deutlich, dass mehrere solcher Urteilmuster in einem Beitrag vertreten sein können. Es kann zwar durchaus sein, dass es nur einen Frame innerhalb eines Artikels gibt – beispielsweise wenn nur eine Seite zum Thema gehört wird oder der Journalist Wert auf eine bestimmte Darstellungsweise legt. Jedoch lässt sich dies a priori nicht festlegen. Genau diese a-priori-Festlegung auf einen Frame pro Beitrag ist für einen Großteil der inhaltsanalytischen Framing-Forschung zu konstatieren.

Auch aus methodischer Sicht gibt es schließlich Probleme bei der Reliabilität und Validität von Inhaltsanalysen politischer Frames, was zu einem gewissen Maße auf die mangelnde theoretische Präzision zurückzuführen ist (vgl. Matthes/Kohring 2008). Als Folge dieser Inkonsistenzen wurde das integrative Potenzial der Framing-Forschung bislang nur ungenügend eingelöst (Matthes 2010).

Adäquatheit

Schließlich gilt es zu diskutieren, in wie weit die Framing-Forschung die politische Realität adäquat abbilden und beschreiben kann. Hierzu hat beispielsweise Entman (2004) theoretisch aufgezeigt, welche Rolle Frames im gesamten politischen Kommunikationsprozess spielen (vgl. auch Matthes 2011). Sieht man von den obigen konzeptionellen Problemen einmal ab, so ist durchaus zu konstatieren, dass sich der Framing-Ansatz für die Beschreibung des politischen Kommunikationsprozesses eignet, wie auch das vorliegende Buch aufzeigt. Nicht nur werden verschiedene Stationen des politischen Kommunikationsprozesses in den Blick genommen, sondern es werden ganz unterschiedliche Phänomene wie Wahlkampagnen, Routineberichterstattung oder sogar politische Werbung analysiert.