

annehmen kann, dass einige Autoren ihre Beiträge von vornherein als „Manipulations“-Beiträge, andere Autoren ihre Beiträge eher „wertfrei“ als Perspektiven über Wirkungen von Musik (ohne Manipulationsverdacht) gedacht hatten, letztere schließlich aber doch die Manipulationsthematik mit einbauen mussten. Dem Anspruch, den die Herausgeber im Vorwort erheben, kann der Band folglich nicht ganz genügen, obwohl die formulierten Ansprüche an eine ganzheitliche, interdisziplinäre Betrachtung des Gegenstandes in jedem Fall sehr sympathisch und begrüßenswert erscheinen. Solch ein Anspruch könnte wahrscheinlich eher in Form eines systematisch konzipierten Handbuchs umgesetzt werden – ein Tagungsband stößt hier an seine Grenzen.

Denjenigen, die sich für Wirkungen von Musik interessieren, sei dieser Band trotz des hohen Preises und der genannten inhaltlichen Einschränkungen sehr empfohlen. Er bietet diverse Überblicke, Einblicke und Perspektiven abseits der eigenen Disziplin – und dieses Versprechen sollte der Band aufgrund seiner Interdisziplinarität wohl gegenüber Lesern der verschiedensten Wissenschaftsfächer halten können. Zwei Wermutstropfen bleiben dennoch: Der zeitliche Verzug zwischen Tagung (1999) und Buchpublikation (2006) wurde von den Autoren nur zum Teil kompensiert. Viele Beiträge sind schon wieder leicht veraltet, da sie den Stand um 1999 dokumentieren und keinerlei Literatur der letzten sieben Jahre aufbereitet haben. Ein zweiter Wermutstropfen ist nicht dem Buch oder seinen Autoren anzulasten: Obwohl es sogar einen Unterbereich zu „Audiovisual Media“ gibt, wurde kein einziges Kapitel von einem Medien- und Kommunikationswissenschaftler geschrieben. Alle Medienkapitel wurden von Musikwissenschaftlern verfasst, die ihrerseits aber zumindest medien- und kommunikationswissenschaftliche Literatur verarbeitet haben. Spätestens an dieser Stelle sollte deutlich werden, dass diese Thematik hohe Relevanz für die Medien- und Kommunikationswissenschaft aufweist und uns zur aktiven interdisziplinären Auseinandersetzung in solchen oder ähnlichen Foren ermutigen sollte.

Holger Schramm

Urs Dahinden

Framing

Eine integrative Theorie der Massenkommunikation

Konstanz: UVK, 2006. – 346 S.

(Forschungsfeld Kommunikation; 22)

ISBN 3-89669-576-2

Der Framing-Ansatz erfreut sich in der Kommunikationswissenschaft seit über zehn Jahren großer Beliebtheit. Dieser Umstand ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass Funktionen und Eigenschaften komplexer, massenmedial vermittelter Kommunikationsprozesse durch den Framing-Ansatz darstellbar werden. Grundlegend stellen die sogenannten *Frames* kognitive Bezugsrahmen dar, in die neu eintreffende Informationen eingeordnet werden – und zwar sowohl auf Seite der Kommunikatoren (Journalisten, PR-Schaffende etc.) wie auf Seite der Rezipienten. Zum Beispiel beeinflussen individuelle Interpretationsmuster von Journalisten bereits bewusst wie unbewusst den Nachrichtenselektionsprozess; darüber hinaus bestimmen solche Interpretationsmuster auch, unter welchen Aspekten über ein als Nachricht ausgewähltes Ereignis berichtet wird. Die Funktion von *Framing* ist nun die gezielte Konstruktion eines bestimmten (medialen) Deutungsrahmens. Ein solcher Deutungsrahmen kann nicht nur während des Nachrichtenselektions- und -produktionsprozesses im Mediensystem entstehen, sondern schon im Vorfeld durch mehr oder weniger institutionalisierte Quellen vorgegeben werden.

Der Schweizer Kommunikationswissenschaftler Urs Dahinden gibt in seiner Habilitationsschrift einen kritischen Überblick sowohl über den angloamerikanischen als auch deutschsprachigen Forschungsstand. Aufgrund der Diversität der Lesarten seines Zentralbegriffes hat Dahinden sich zum Ziel gesetzt, das integrative Potenzial des Ansatzes theoretisch wie empirisch zu beschreiben. In einem ersten Schritt konkretisiert und synthetisiert er gut nachvollziehbar das vielfältig definierte Konzept und benennt die wichtigsten Forschungsbereiche, in denen Framing-Analysen zum Einsatz kommen (können) – wie z. B. neben der Medienwirkungs- und Medieninhaltsforschung eben auch die PR- und Journalismusforschung. In einem zweiten Schritt beschreibt Dahinden akribisch einen Großteil der bisher erfolgten empirischen

Framing-Studien anhand einer propositionalen Meta-Analyse. Diese Analyse verfolgt das Ziel der Selektion und Systematisierung der mitunter sehr disparaten Forschung. Als Analysedimensionen fungieren (1) der Bezug zur öffentlichen Kommunikation, d.h. die jeweils von der Studie fokussierte Phase des massenmedialen Kommunikationsprozesses (Medienproduktion, -inhalte und -rezeption), und (2) die studienspezifische Berücksichtigung von fünf sogenannten Basisframes, die Dahinden wiederum qualitativ aus den gesammelten Studien extrahiert hat: Konflikt, Wirtschaftlichkeit, Fortschritt, Moral/Ethik/Recht und Personalisierung.

Als erstes Ergebnis lässt sich festhalten, dass die bisherigen Studien idealtypisch entweder mediale Deutungsmuster oder individuelle Frames vor allem des Publikums fokussieren, den Zusammenhang zwischen den beiden Untersuchungsobjekten hauptsächlich aus methodischen Gründen allerdings (fast) nie herstellen. Die Meta-Analyse von 25 empirischen Fallanalysen ist aufwendig und wird dem Erkenntnisinteresse mehr als gerecht (Randbemerkung: Dahinden spricht von 23 Studien, obwohl er in seiner Publikation 25 Studien diskutiert, S. 106). Allerdings kann hier Detailkritik an der Studienauswahl geübt werden (S. 105 f.): Dahinden verwendet zur Identifizierung von Frame- & Framinganalysen das ‚Schneeballsystem‘ und zwei englischsprachige Datenbanken – Ingenta und JSTOR. Als interessierter Leser wünscht man sich mehr Informationen z.B. darüber, welche „bekannten Studien“ der Ausgangspunkt der Auswahl sind (S. 106) oder warum jeweils nur eine (!) unveröffentlichte Magisterarbeit bzw. ein Fachtagungsmanuskript in das Sample aufgenommen und die Vielzahl an anderen deutsch- wie englischsprachigen Qualifizierungsarbeiten und wissenschaftlichen Vorträgen ausgeschlossen wurden. Weiteres Manko: Einige zentrale Öffentlichkeitstheoretische Analysen wie auch Studien aus der PR-Forschung fehlen, obwohl in der theoretischen Grundlegung beide Forschungsbereiche explizit einfließen (beispielsweise Studien von Eilders und Lüter; Ferree et al., Snow und Benford usw.).

Auf seiner Meta-Analyse aufbauend zeigt Dahinden an einem internationalen Fallbeispiel innovativ eine Möglichkeit, einerseits Rezipientenframes grundlegend zu identifizieren, andererseits den kausalen Einfluss von Medien- auf Rezipientenframes zu messen. Er vergleicht

dazu die Deutung der Gentechnologie in der Medienberichterstattung mit den Einstellungen und Meinungen des Publikums. Ein zentrales Ergebnis ist u. a., dass sich die Medien- und Rezipientenframes weitgehend entsprechen. Der Autor kann diesen Sachverhalt gut vor allem durch die spezifische Mediennutzung des Publikums erklären. Wahrscheinlich aus forschungspragmatischen Gründen operationalisiert Dahinden allerdings an dieser Stelle nicht die vorher von ihm theoretisch überzeugend herausgearbeitete Relevanz von PR-Quellen in massenmedialen Konstruktionsprozessen. So bleibt z.B. die sich aufdrängende Frage unbeantwortet, welche der medialen und publikumsbezogenen Frames eigentlich auf PR-Quellen zurückzuführen sind.

Als Fazit lässt sich ziehen, dass Dahinden eine umfassende und dazu sehr verständlich geschriebene kommunikationswissenschaftliche theoretische wie empirische Analyse des Framing-Ansatzes vorgelegt hat. Als sehr wertvoll für weitere Untersuchungen wird sich u. a. seine methodologische Systematisierung bisherigen Studiendesigns erweisen (S. 202 ff., 310 ff.). Dahinden kann zeigen, dass gerade Input-Output- sowie Rezeptionsanalysen in diesem Forschungsbereich bisher vernachlässigt worden sind. Er schließt daher mit seiner Studie eine große Forschungslücke. Auch kann Dahinden wiederholt theoretisch das integrative Potenzial des Framing-Ansatzes unterstreichen (z.B. S. 61 ff., 307 ff.), allerdings diese Feststellung (noch) nicht empirisch wie praxisorientiert für jeden skizzierten Forschungsbereich der Kommunikationswissenschaft umsetzen. So bleibt z.B. die zu Beginn theoretisch eingeforderte große Praxisrelevanz noch unbestätigt (S. 20f.) und ebenso – wie oben angedeutet – die Kommunikatorperspektive außen vor.

Neben dem Werk von Scheufele (2003: „Frames – Framing – Framing-Effekte“) kann vorliegende Analyse zu den zentralen deutschsprachigen Bestandsaufnahmen des Framing-Ansatzes gezählt werden. Mehr noch: Beide Werke ergänzen sich kongenial. Scheufele legt theoretisch eine modellorientierte Klassifikation vor und fokussiert empirisch die Ebene der Nachrichtenproduktion. Dahinden hingegen klassifiziert die Forschung konstruktorientiert, inhaltlich untersucht er in seiner empirischen Fallstudie die Ebenen der Medienthalte und der Rezeption.

Jeffrey Wimmer