

Die Rahmenanalyse in der kommunikationswissenschaftlichen Betrachtung des Klimawandels

Simon David Hirsbrunner

Der Klimawandel wirkt auf uns oft unfassbar und grenzenlos – sowohl auf kognitiver, psychologischer, ökonomischer, politischer, kultureller sowie auch auf wissenschaftlicher Ebene. Als Bewältigungsstrategie haben Menschen dezidierte Praktiken der Bedeutungsfindung und -zuschreibung entworfen, um das Phänomen so besser greifbar und sozial verhandelbar zu machen. Hierdurch mag sich auch der Erfolg von *Framing*-Konzepten und -Analysen im Feld der Klimawandel-Kommunikation erklären, welche versuchen, diese Bedeutungsfindungen sozialwissenschaftlich zu formalisieren.

Dabei können Rahmentheorie und -analyse auf eine längere Geschichte zurückblicken, deren Anfänge bereits in der Gestaltpsychologie und qualitativen Soziologie des beginnenden zwanzigsten Jahrhunderts zu finden sind. Expliziert wird die Rahmenanalyse erstmals von dem Interaktionssoziologen Erving Goffman (1974) in seinem Werk *Frame Analysis*, worauf weitere Operationalisierungen in verschiedenen Feldern der Sozialwissenschaften folgten. In den frühen 1990er Jahren erreichte die Rahmenanalyse die Kommunikations- und Medienforschung und entwickelte sich dort zu einem zentralen Ansatz zur Untersuchung politischer Kommunikation und Berichterstattung (Matthes 2014; Scheufele 1999). Dabei diagnostizierte der Kommunikationswissenschaftler Robert Entman (1993) bereits früh, dass es sich bei *Framing* eher um ein »fractured paradigm« handelt als um einen stringenten Ansatz oder gar eine kohärente Theorie. In einem der Rahmenanalyse gewidmeten Buch definiert der Kommunikationswissenschaftler Jörg Matthes (2014: 10) *Frames* als »Sinnhorizonte von Akteuren, welche gewisse Informationen und Positionen hervorheben und andere ausblenden«. Matthes unterscheidet dabei zwischen *Framing* als dem aktiven Prozess des selektiven Hervorhebens, und Positionen gegenüber den *Frames* als Ergebnis dieses Prozesses (Matthes 2014: 10f.). Nach Entman (1993: 52) lassen sich *Frames* in verschiedene *Frame-Elemente* unterteilen, namentlich Problemdefinitionen, Ursachenzuschreibungen, moralische Bewertungen und Lösungszuschreibungen. *Framing*-Ansätze und -Analysen beschäftigen sich dementsprechend mit der Genese, Veränderung und den Effekten von

Frames auf der Ebene der Kommunikatoren, des Medieninhaltes und der Rezipienten (Matthes 2014: 10).

Framing-Ansätze sind heute in der kommunikationswissenschaftlichen Analyse des Klimawandels gut etabliert (in diesem Beitrag abgekürzt als *Klimarahmenanalyse* referenziert) und kommen zur Untersuchung unterschiedlicher Stadien gesellschaftlicher Deliberation, Berichterstattung und Rezeption zum Einsatz (Schäfer & O'Neill 2017: 12ff.).

Akteurs-Framing. Besonders ausgiebig wurde das Framing unterschiedlicher gesellschaftlicher Akteure untersucht, welche die öffentliche Debatte um den Klimawandel maßgeblich mitgestaltet haben. Zu nennen sind hier Rahmungen und Positionierungen von Nichtregierungsorganisationen und weiteren zivilgesellschaftlichen Akteuren (Doyle 2007; Schmidt 2012), Unternehmen und wirtschaftlichen Verbänden (Schlichting 2013), Wissenschaftlerinnen (Post 2016), transnationalen Netzwerken (Ivanova 2017) und Wissenschaftsjournalistinnen (Engesser & Brüggemann 2016). Wie Sven Engesser und Michael Brüggemann (2016) in ihrem Artikel *Mapping the Minds of the Mediators* zeigen, spielen Journalistinnen eine wichtige Rolle als Vermittler wissenschaftlicher Informationen und beeinflussen mit ihren Interpretationen maßgeblich die Mediendebatten und die öffentliche Meinung zum Klimawandel. Die Studie beschreibt insgesamt fünf kognitive Frames für den Klimawandel, die sich bei Wissenschaftsjournalisten identifizieren ließen: Wirtschaftspolitik der Industrieländer, Nachhaltigkeit, technologischer Optimismus, neue Verantwortung der Schwellenländer und zentrale Rolle der Kommunikation und Vermittlung des Klimawandels (Engesser & Brüggemann 2016: 833ff.). Auf Basis dieser Frames identifizieren die Autoren anschließend allgemeinere Mechanismen in der Berichterstattung zum Klimawandel wie die Entstehung eines Nachhaltigkeits-Frames, die Praxis des »blame games« zwischen Journalisten aus Industrieländern und Schwellenländern sowie die Forderung nach einem globalen ökologischen Diskurs (Engesser & Brüggemann: 835f.).

Medieninhaltsanalyse. Neben diesem Fokus auf Prozesse des Framings durch gesellschaftliche Akteure untersuchen wissenschaftliche Studien Frames direkt in mehr oder weniger umfassenden Sammlungen von Medieninhalten (vgl. etwa → Medienaufmerksamkeit). Besonders in Bezug auf Untersuchungen von *content frames* des Klimawandels wird die methodologische Bandbreite spürbar, welche zur Operationalisierung der Rahmenanalyse zum Einsatz kommt. Grundsätzlich orientieren sich Framing-Ansätze methodologisch an etablierten Ansätzen der Medien- und Sozialforschung wie der Inhalts- und Diskursanalyse. So unterscheiden Jörg Matthes und Matthias Kohring (2008: 259ff.) insgesamt fünf Verfahren, welche in der Rahmenanalyse verwendet werden: hermeneutische, linguistische, manuelle holistische, computergestützte und deduktive Verfahren. Wie von Mike Schäfer und Saffron O'Neill (2017) dargestellt, finden sich all diese Ansätze auch in der Klimarahmenanalyse wieder. Dabei wird darauf hingewiesen, dass die Verfahren jeweils mit sehr unterschiedlichen Prämissen an die Identifizierung und Charakterisierung von Frames herangehen und über verschiedene Stärken und Schwächen verfügen. So kann bei qualitativen Fallstudien kritisiert werden, dass sie sich zu sehr an einzelnen Beispielen orientieren und wenig über generellere Mechanismen des Wirkens von Frames und Framings aussagen können. Dies scheint problematisch, da die Framing-Analyse ihre Kraft insbesondere im Vergleich verschiedener

Rahmungen entfalten kann. Deduktive Verfahren scheinen dagegen besser geeignet, um solche komparatistischen Analysen auch in umfassenderen Textsammlungen zu ermöglichen. Dagegen sind solche Verfahren außerstande, die Entwicklung neuer Frames auszumachen und diese sinnhaft zu beschreiben: »[...] describing which media frames exist ›out there‹ cannot tell us much about how particular frames come to exist in the world (›frame building‹) or how people connect the ways they frame climate change in their minds with the media frames they encounter (›frame-setting‹).« (Schäfer & O'Neill 2017: 23) Infolge solcher Problematiken kommen in rahmenanalytisch ausgerichteten Studien oft auch gemischte Methoden zum Einsatz, um so die Vorzüge einzelner Verfahren zu aggregieren und Schwächen auszugleichen (vgl. Matthes & Kohring 2008).

Modalität. Auffällig ist in der Literatur zur Rahmenanalyse und deren Operationalisierung in der Klimawandel-Kommunikation der starke Fokus auf Textmedien. Dagegen kann die rahmenanalytische Untersuchung der Rolle von Klimabildern als recht überschaubar bezeichnet werden, auch wenn Bilder für die mediale Vermittlung des Klimawandels als virulent identifiziert wurden (vgl. Schneider & Nocke 2014). In der deutschsprachigen Forschungslandschaft hat sich insbesondere Elke Grittmann (2013) durch Beiträge zur visuellen Rahmung des Klimawandels verdient gemacht. In *Visual Frames – Framing Visuals* beschäftigt sie sich anhand von Klimabildern damit, wie sich Frames in der visuellen Kommunikation in Medien bestimmen lassen und welchen Beitrag Bilder zum Framing leisten (→ Visualisierungen). Grittmann (2013: 102) argumentiert, dass Bilder in der Berichterstattung eingesetzt werden, um Framing-Elemente nach Entman (Probleme, Konsequenzen und Ursachen, Lösungsvorschläge, moralische Bewertungen) symbolisch oder an Beispielen zu visualisieren (*framing visuals*). Durch die wiederholte Verwendung von Bildern als spezifische Frame-Elemente in der Medienberichterstattung können sich Frames und Frame-Elemente zudem als Deutungsrahmen der Bilder selbst verfestigen (*visual framing*). Grittmann (2013: 110f.) zufolge können Bilder also einerseits (visuelle) Frame-Elemente im Zuge einer multimodalen Argumentation darstellen, andererseits aber auch eigenständige, substantive Frames bilden.

Normative Prägung. Im Vergleich zur Diskussion in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft fällt insbesondere in den USA die normative Ausrichtung der Framing-Forschung auf. In den 2000er Jahren formierten sich dort an mehreren Universitäten umfassende Forschungsprogramme, welche die stark polarisierten Positionen zur Klimadebatte in Politik, Medien und Öffentlichkeit untersuchen sollten. Wegweisend war hier beispielsweise die breit angelegte Studie *Global Warming's Six Americas* 2009: *An Audience Segmentation Analysis* (Maibach et al. 2009). In der Studie wurden Wahrnehmungen der Klimawandel-Berichterstattung in der US-amerikanischen Bevölkerung untersucht und insgesamt sechs Positionierungen identifiziert: die Alarmierten, Beunruhigten, Vorsichtigen, Desinteressierten, Skeptischen und Abweisenden (Maibach et al. 2009: 3). Zur selben Zeit publizierte Matthew Nisbet (2009) den Artikel *Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement*. Ähnlich wie in der *Six Americas*-Studie wird darin die polarisierte und festgefahrene Debatte zum Klimawandel in den USA problematisiert. Nisbet (2009) zufolge haben es Klimawissenschaftlerinnen und ihre Unterstützer aus dem links-liberalen Spektrum der Politik verpasst, konservativeren Segmenten der Gesellschaft (→ Lockwood 2018) die Relevanz und

Dringlichkeit der Klimawandel-Problematik zu vermitteln. Er argumentiert, dass sich dieses Vermittlungsversagen als Rahmungsproblem begreifen lässt, welchem durch veränderte Kommunikationsstrategien effektiv beizukommen ist. Unter Bezugnahme auf Literatur zur diskursiven Einordnung wissenschaftlicher Thematiken (u.a. Gamson & Modigliani 1989) diskutiert er eine Reihe von Frames für die Klimawandel-Thematik: Nisbet zufolge sind insbesondere die dominanten Rahmungen als *scientific and technical uncertainty* und *Pandora's box/Frankenstein's monster* problematisch. Zum einen hätten sich Kommunikatorinnen einem klassischen Informationsdefizit-Modell folgend darauf konzentriert, wissenschaftliche Fakten zum Klimawandel besser zu erklären und sie in meinungsbildende Qualitätsmedien einzuspeisen (*scientific and technical uncertainty frame*). Dabei wurde wissenschaftsfremderes Publikum, dessen Wertvorstellungen und Informationsmedien, quasi komplett außen vor gelassen. Zum anderen hätten Akteure wie Al Gore die globale Erwärmung als drohende Apokalypse beschrieben (*Pandora's box/Frankenstein's monster*), was in Kombination mit dem *uncertainty*-Frame klimaskeptischen Stimmen in die Hände gespielt habe (→ Klimawandelskeptizismus). Klimaschutz würde so als liberales, alarmistisches Projekt abgetan, welches sich für einen unsicheren wissenschaftlichen Tatbestand starkmache, um so die eigene Agenda voran zu treiben. Nisbet (2009) zufolge hätten sich die Positionierungen zum Klima so entlang der Parteilinien verhärtet, was eine produktive Beschäftigung mit der Thematik verunmöglichte. Nisbet (2009: 20) schlägt die Nutzung alternativer Frames vor, um der Klimawandel-Debatte zu neuer Dynamik zu verhelfen. Bezugnehmend auf die umweltaktivistischen Vordenker Ted Nordhaus und Michael Shellenberger (2007) sympathisiert er mit einem proaktiven, öko-modernistischen Frame, welches die Chancen für wirtschaftliches Wachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen herausstellt. Weitere Positivbeispiele sieht er in Rahmungen, welche Aspekte wie *morality and ethics* und *public health* betonen. Insbesondere der Vorschlag zu einer strategischen Rahmung des Klimawandels als *public health issue* wurde in weiteren Studien ausgebaut (u.a. Maibach et al. 2010).

In allen hier genannten Studien wird das Interesse der Autorinnen spürbar, sich normativ-prägend und politikberatend in die vermeintlich defizitäre Debatte zum Klimawandel in den USA einzubringen. Die Rahmenanalyse zeigt sich hier nicht nur als bevorzugtes konzeptionelles Mittel, um Berichterstattungen zum Klimawandel besser verstehen zu können. Sie wird auch als strategisches Instrument eingesetzt, um die öffentliche Klimadebatte mitzugestalten.

Zukünftige Herausforderungen. Es kann die Frage gestellt werden, inwieweit weitere rahmenanalytische Studien zum Klimawandel noch neue wissenschaftliche Erkenntnisse bieten können. Ist die wissenschaftliche Debatte saturiert und geht es nunmehr darum, die erarbeiteten Forschungsergebnisse effektiv in der Praxis der Klimawandel-Kommunikation zu etablieren? Bereits in den 1990er Jahren gab es kritische Stimmen, welche Wucherungen der Rahmenanalyse anmahnten und Einschränkungen zur Nutzung des Framing-Begriffs empfahlen (u.a. Entman 1993). Hätte man damals zu stark auf diese Kritik reagiert, wäre die Wissenschaft vielleicht um das gesamte, heute stark ausdifferenzierte Feld der Klimarahmenanalyse gekommen. Auch heute bestehen in diesem Feld blinde Flecken, beispielsweise geographische Nuancierungen, die Rolle von Frames in der Zeit, detailliertere Untersuchungen zu Bildmedien, Analyse spezifischer Momente in Framing-Prozessen, integrierte und interdisziplinäre Studien zu vollständigen

digen Kommunikationszyklen sowie Analysen mit stärkerer Berücksichtigung digitaler sozialer Medien (Schäfer & O'Neill 2017: 22). Abschließend soll exemplarisch auf den letzten genannten Aspekt eingegangen werden (Rolle sozialer Medien).

Im Jahr 2016 diagnostizierten Michael Cacciatore, Dietram Scheufele und Shanto Iyengar *The End of Framing as we Know it... and the Future of Media Effects* und mahnten darin, Evokationen des Framing-Begriffs einzuschränken und die Rahmenanalyse konzeptionell wie empirisch wieder vom Kopf auf die Füße zu stellen (vgl. Cacciatore et al. 2016). In dem Artikel wird die wichtige Frage aufgeworfen, inwieweit die Rahmenanalyse für die Ära der sozialen Medien, der Echokammern, Filterblasen und maßgeschneiderten Informationen gewappnet ist. Auch wenn die Autoren erste Vorschläge für die Operationalisierung der Rahmenanalyse in der digitalen Plattformökonomie machen, sind hierzu sicherlich weitere konzeptionell-methodologische Bausteine und empirische Studien sinnvoll. Vereinzelte Beiträge zu Rahmungen des Klimawandels haben bereits Impulse in diese Richtung gegeben. So wurde beispielsweise in einer Studie (O'Neill et al. 2015) untersucht, wie der fünfte Sachstandsbericht des Weltklimarats in der britischen und US-amerikanischen Berichterstattung sowie auf Twitter gerahmt wurde. Dabei spielt die Analyse von Twitter-Daten jedoch eher die Rolle einer zusätzlichen Komponente, während der Schwerpunkt weiterhin auf der Berichterstattung von Rundfunk und Printmedien liegt. In einer rahmenanalytischen Studie von Toby Bolsen und Matthew Shapiro (2018) wird dagegen stärker auf die veränderten Bedingungen der Nachrichtenkommunikation zum Klimawandel durch Online-Medien und die Kommunikation in sozialen Netzwerken hingewiesen und am Beispiel *ClimateGate* untersucht. Allerdings wird die Rahmenanalyse auch hier nicht explizit auf die veränderte Medienlandschaft hin überprüft. Es bleibt deshalb weiterhin offen, inwieweit situierte, diskursive Positionierungen auf Plattformen wie Twitter, Facebook oder YouTube einen Rückschluss auf abstrakte Framings oder Frame-Elemente zulassen oder wie sie mit diesen in Verbindung stehen. Insgesamt versprechen rahmenanalytische Ansätze vor allem, gesamte Kommunikationszyklen von der strategischen Setzung von Frames durch gesellschaftliche Akteure, der Weiterverarbeitung dieser Frames durch Journalistinnen bis hin zur Rezeption in verschiedenen Öffentlichkeiten beschreiben zu können (Schäfer & O'Neill 2017: 5). Die Klimadebatte hat der Rahmenanalyse ein herausforderndes und sinnhaftes Anwendungs- und Experimentierfeld geliefert, an dem sie reifen und wachsen konnte. Wir können gespannt sein, wie sich die Methodik neuer Facetten der Kommunikation und der sozialen Verhandlung der Klimawandel-Thematik annehmen wird.

Literaturverzeichnis

- Bolsen, Toby & Matthew A. Shapiro (2018): The US News Media, Polarization on Climate Change, and Pathways to Effective Communication. *Environmental Communication* 12(2): 149-63. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1397039>
- Cacciatore, Michael A., Scheufele, Dietram A. & Shanto Iyengar (2016): The End of Framing as We Know It ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society* 19(1): 7-23. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1068811>

- Doyle, Julie (2007): Picturing the Clima(c)tic: Greenpeace and the Representational Politics of Climate Change Communication. *Science as Culture* 16(2): 129-50. <https://doi.org/10.1080/09505430701368938>
- Engesser, Sven & Michael Brüggemann (2016): Mapping the Minds of the Mediators: The Cognitive Frames of Climate Journalists from Five Countries. *Public Understanding of Science* 25(7): 825-41. <https://doi.org/10.1177/0963662515583621>
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43(4): 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gamson, William A. & Andre Modigliani (1989): Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology* 95(1): 1-37. <https://doi.org/10.1086/229213>
- Goffman, Erving (1974): *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Grittmann, Elke (2013): Visual Frames – Framing Visuals. Vom Zusammenhang zwischen Diskurs, Frame und Bild in den Medien am Beispiel des Klimawandeldiskurses. S. 95-116 in: Stephanie Geise & Katharina Lobinger (Hg.), *Visual Framing. Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Ivanova, Ana (2017): *Transnationalisierung von Öffentlichkeiten*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Maibach, Edward W., Nisbet, Matthew, Baldwin, Paula, Akerlof, Karen & Guoqing Diao (2010): Reframing Climate Change as a Public Health Issue: An Exploratory Study of Public Reactions. *BMC Public Health* 10(1): 1-11. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-10-299>
- Maibach, Edward, Roser-Renouf, Connie & Anthony Leiserowitz (2009): *Global Warming's Six Americas 2009: An Audience Segmentation Analysis*. New Haven: Yale University.
- Matthes, Jörg (2014): *Framing*. Baden-Baden: Nomos.
- Matthes, Jörg & Matthias Kohring (2008): The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication* 58(2): 258-79. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
- Nisbet, Matthew C. (2009): Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development* 51(2): 12-23. <https://doi.org/10.3200/ENVT.51.2.12-23>
- Nordhaus, Ted & Michael Shellenberger (2007): *Break Through: From the Death of Environmentalism to the Politics of Possibility*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- O'Neill, Saffron, Williams, Hywel T.P., Kurz, Tim, Wiersma, Bouke & Maxwell T. Boykoff (2015): Dominant Frames in Legacy and Social Media Coverage of the IPCC Fifth Assessment Report. *Nature Climate Change* 5(4): 380-85. <https://doi.org/10.1038/nclimate2535>
- Post, Senja (2016): Communicating Science in Public Controversies: Strategic Considerations of the German Climate Scientists. *Public Understanding of Science* 25(1): 61-70. <https://doi.org/10.1177/0963662514521542>

- Schäfer, Mike S. & Saffron O'Neill (2017): *Frame Analysis in Climate Change Communication*. In: Mike S. Schäfer und Saffron O'Neill (Hg.), *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. Oxford: Oxford University Press.
- Scheufele, Dietram A. (1999): *Framing as a Theory of Media Effects*. *Journal of Communication* 49(1): 103-22. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Schlichting, Inga (2013): *Strategic Framing of Climate Change by Industry Actors: A Meta-analysis*. *Environmental Communication* 7(4): 493-511. <https://doi.org/10.1080/17524032.2013.812974>
- Schmidt, Andreas (2012): *Bewegungen, Gegenbewegungen, NGOs: Klimakommunikation Zivilgesellschaftlicher Akteure*. S. 69-94 in: Irene Neverla & Mike S. Schäfer (Hg.), *Das Medien-Klima*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; Springer Fachmedien.
- Schneider, Birgit & Thomas Nocke (2014): *Image Politics of Climate Change Visualizations, Imaginations, Documentations*. Bielefeld: transcript.

