

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	11
1.1 Einordnung der Arbeit in die Framing-Forschung.....	12
1.2 Relevanz der Fragestellung.....	16
1.3 Aufbau und Kernargumentation der Arbeit.....	22
2. Begriffsbestimmungen	24
2.1 Medien-Frames.....	24
2.2 Kognitionen und Emotionen.....	30
2.3 Einstellungen.....	37
2.4 Fazit.....	39
3. Kognitive Framing-Prozesse	40
3.1 Second-Level Agenda Setting.....	40
3.2 Medien-Priming und Zugänglichkeitseffekte	45
3.3 Framing-Effekte durch Kausalattributionen	51
3.4 Anwendbarkeits- und Wichtigkeitseffekte.....	57
3.5 Framing-Effekte durch Persuasion	64
3.6 On-line und gedächtnisbasierte Framing-Effekte	73
3.7 Fazit.....	80
4. Emotionale Framing-Prozesse	84
4.1 Kognitive Einschätzungstheorien und Emotionsauslösung.....	84
4.2 Wirkungen von Emotionen	92
4.3 Emotionen bei der Rezeption von Medien-Frames.....	99
4.3.1 Kognitive Bewertungen von Umweltschäden	99
4.3.2 Emotionen als Frames	104
4.3.3 Emotionale Wirkungen formal-stilistischer Frames	110
4.3.4 Emotionale Wirkungen inhaltsbezogener Frames	118
4.3.5 Emotionen als Moderatoren von Framing-Effekten.....	128
4.4 Fazit.....	131
5. Ein Modell kognitiver und emotionaler Framing-Effekte	137
5.1 Die Eignung kognitiver Einschätzungstheorien für die Erklärung emotionaler Framing-Effekte.....	138

5.2 Die Beziehung zwischen kognitiven und emotionalen Framing-Prozessen	141
5.3 Die Kopplung von Frame-Definition und Einschätzungstheorien	148
5.3.1 Zur Verwendung und Auslegung der Frame-Definition von Entman	148
5.3.2 Die Beziehung zwischen Frame-Komponenten und kognitiven Einschätzungen.....	157
5.3.3 Emotionsauslösung durch Verursacher- und Opfer-Frames	161
5.3.4 Der Zusammenhang zwischen der Vollständigkeit eines Medien-Frames und der Intensität emotionaler Reaktionen	164
5.4 Wirkungen durch Medien-Frames ausgelöster Emotionen auf Einstellungen.....	170
5.5 Moderatoren emotionaler Framing-Effekte	173
5.6 Zusammenfassung und Modellbeschreibung.....	178
5.7 Ein Forschungsprogramm zur Überprüfung emotionaler Framing-Effekte.....	183
6. Experimentelle Überprüfung emotionaler Framing-Effekte....	191
6.1 Experiment I.....	191
6.1.1 Design und Durchführung.....	192
6.1.2 Manipulation der Medien-Frames.....	193
6.1.3 Aufbau des Fragebogens und Messungen.....	196
6.1.4 Auswertung und Ergebnisse	199
6.1.5 Zusammenfassung und Diskussion.....	209
6.2 Experiment II.....	215
6.2.1 Design und Durchführung.....	216
6.2.2 Manipulation der Medien-Frames.....	217
6.2.3 Aufbau des Fragebogens und Messungen.....	219
6.2.4 Auswertung und Ergebnisse	224
6.2.5 Zusammenfassung und Diskussion.....	236
6.3 Experiment III	242
6.3.1 Design und Durchführung.....	243

6.3.2 Manipulation der Medien-Frames.....	243
6.3.3 Aufbau des Fragebogens und Messungen.....	246
6.3.4 Auswertung und Ergebnisse.....	250
6.3.5 Zusammenfassung und Diskussion.....	256
6.4 Fazit der experimentellen Studien.....	260
7. Emotionale Framing-Effekte in einer öffentlichen Debatte.....	266
7.1 Die Arbeitslosigkeitsdebatte im Vereinigten Königreich.....	267
7.2 Vorbemerkungen zur methodischen Vorgehensweise.....	268
7.3 Inhaltsanalyse.....	270
7.3.1 Auswahlinheit und Stichprobenziehung.....	270
7.3.2 Kodierbuch und Durchführung der Inhaltsanalyse.....	272
7.3.3 Messung von Verursacher- und Opfer-Frames.....	276
7.4 Befragung.....	284
7.4.1 Design und Stichprobe.....	285
7.4.2 Aufbau des Fragebogens und Messungen.....	285
7.5 Datenverknüpfung und Modellierung.....	291
7.5.1 Datenverknüpfung.....	292
7.5.2 Modellierung.....	297
7.5.3 Fehlende Werte und Schätzverfahren.....	303
7.6 Ergebnisse.....	304
7.6.1 Deskriptive Befunde der Inhaltsanalyse.....	304
7.6.2 Modellanpassung und Messmodelle.....	308
7.6.3 Wirkungen der Verursacher- und Opfer-Frames.....	313
7.7 Zusammenfassung und Diskussion.....	328
8. Schlussdiskussion.....	339
9. Literaturverzeichnis.....	354
10. Anhang.....	388
10.1 Experiment I.....	388
10.2 Experiment II.....	392
10.3 Experiment III.....	396
10.4 Inhaltsanalyse.....	399
10.5 Befragung.....	414