

Inhalt

1.	EINLEITUNG	17
2.	MEDIEN UND GESELLSCHAFT: BEZIEHUNGEN UND WECHSELWIRKUNGEN ZWISCHEN MEDIEN, POLITIK UND GESELLSCHAFTLICHEN AKTEUREN	23
2.1	Gesellschaftliche Arenen und ihre inhaltlichen Agenden	25
2.1.1	<i>Diskursarenen und ihre gesellschaftliche Verortung: Medien, Politik, Interessengruppen und Publikum</i>	26
2.1.2	<i>Strukturelle Beziehungen zwischen Medienarenen und gesellschaftlichen Arenen</i>	31
2.1.3	<i>Inhaltliche Beziehungen zwischen Medienarenen und Politik-, Interessengruppen- und Publikumsarenen</i>	36
2.2	Modelle zur Beschreibung der Einflussbeziehungen zwischen den Medien und gesellschaftlichen Akteuren	52
2.2.1	<i>Lineare Modelle: Medialisierung und Determination</i>	55
2.2.2	<i>Interdependenzmodelle: Interpenetration und Intereffikation</i>	59
2.3	Zusammenfassung	70
3.	DIE DOPPELROLLE DER MEDIEN: THEMATISIERUNG UND FRAMING	73
3.1	Journalistische Selektion	74
3.1.1	<i>Interne journalistische Selektionskriterien</i>	75
3.1.2	<i>Externe strukturelle Selektionseinflüsse</i>	78
3.1.3	<i>Strukturmerkmale medialer Berichterstattung</i>	81
3.2	Mediales Framing	86
3.2.1	<i>Der kommunikationswissenschaftliche Framing-Ansatz</i>	87
3.2.2	<i>Sachdimension: Elemente und Typen von Inhaltsframes</i>	94
3.2.3	<i>Zeitdimension: Entstehung und Entwicklung von Frames</i>	103
3.3	Zusammenfassung	116

4.	STRATEGISCHES FRAMING DURCH GESELLSCHAFTLICHE AKTEURE	118
4.1	Gesellschaftliche Akteure und PR	119
4.2	Framing als PR-Strategie	122
4.2.1	<i>Frames als Mittel zur gezielten Konstruktion sozialer Wirklichkeit</i>	122
4.2.2	<i>Inhaltsbezogene Framing-Taktiken</i>	125
4.2.3	<i>Akteursbezogene Framing-Taktiken</i>	131
4.3	Kontextfaktoren der Einflussprozesse	133
4.3.1	<i>Kontextfaktoren seitens der Akteure</i>	133
4.3.2	<i>Thematische Kontextfaktoren</i>	135
4.3.3	<i>Zeitliche Kontextfaktoren</i>	140
4.4	Zusammenfassung	142
5.	DIE MEDIALE STAMMZELLDEBATTE	145
5.1	Das Verhältnis zwischen Wissenschaft und Medien	146
5.1.1	<i>Wissenschaftsberichterstattung und Wissenschaftsjournalismus</i>	147
5.1.2	<i>Das Verhältnis zwischen Journalisten und Wissenschaftlern</i>	153
5.2	Die deutsche Stammzelledebatte	157
5.2.1	<i>Hintergrund der deutschen Stammzelledebatte</i>	157
5.2.2	<i>Allgemeiner Verlauf der deutschen Stammzelledebatte</i>	161
5.2.3	<i>An der Stammzelledebatte beteiligte Akteure</i>	164
5.2.4	<i>In der Stammzelledebatte vertretene Positionen und Sichtweisen</i>	168
5.3	Zusammenfassung	174
6.	ZUSAMMENFASSUNG UND ABLEITUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN	177
7.	AUFBAU DER UNTERSUCHUNG	184
7.1	Untersuchungsmethode und -zeitraum	184
7.1.1	<i>Input-Output-orientierte Framing-Analyse</i>	185
7.1.2	<i>Methodisches Vorgehen von Framing-Analysen</i>	187
7.1.3	<i>Analysezeitraum</i>	190

7.2	Auswahl des Untersuchungsgegenstandes und der Untersuchungseinheiten	191
7.2.1	<i>Auswahl der Medien und ihrer Ressorts</i>	191
7.2.2	<i>Auswahl der strategischen Akteure und ihrer Materialien</i>	193
7.2.3	<i>Auswahl der einzelnen Medienbeiträge und Pressemitteilungen</i>	195
7.3	Das Kategoriensystem	197
7.3.1	<i>Codiereinheiten</i>	198
7.3.2	<i>Allgemeine Thematisierung</i>	199
7.3.3	<i>Frame-Urheber und Frame-Elemente</i>	199
7.4	Durchführung der Untersuchung	202
7.4.1	<i>Ablauf der Codierung</i>	202
7.4.2	<i>Reliabilität des Kategoriensystems</i>	203
7.4.3	<i>Datenaufbereitung</i>	207
8.	ERGEBNISSE	210
8.1	Akteursframes in der Stammzelldebatte	210
8.1.1	<i>Identifikation der Akteursframes</i>	211
8.1.2	<i>Beschreibung und Interpretation der Akteursframes</i>	220
8.1.3	<i>Allgemeine Verteilung der Akteursframes</i>	237
8.1.4	<i>Diskussion der Akteursframes</i>	240
8.2	Das Medienbild der Stammzelldebatte	247
8.2.1	<i>Allgemeiner Verlauf der medialen Stammzelldebatte</i>	248
8.2.2	<i>Die medialen Akteursframes und ihre zeitlichen Veränderungen</i>	256
8.2.3	<i>Die Akteure und ihre Medienframes</i>	262
8.2.4	<i>Diskussion des Medienbildes</i>	269
8.3	Strategisches Framing in der Stammzelldebatte	273
8.3.1	<i>Framing-Aktivitäten der strategischen Akteure</i>	274
8.3.2	<i>Vergleich der strategischen und medialen Akteursframes</i>	283
8.3.3	<i>Zeitliche Veränderungen in und Wechselwirkungen zwischen strategischen und medialen Akteursframes</i>	290
8.3.4	<i>Framing-Taktiken der strategischen Akteure</i>	317
8.3.5	<i>Diskussion des strategischen Framings</i>	331

9.	FAZIT	340
9.1	Allgemeine Zusammenfassung	340
9.2	Theoretische und methodische Diskussion	344
9.3	Ausblick	353
10.	LITERATUR	357
11.	ANHANG	396