

## **Rinaldo Kühne: Emotionale Framing-Effekte auf Einstellungen: Eine theoretische Modellierung und empirische Überprüfung der Wirkungsmechanismen**

Baden-Baden: Nomos 2015, 417 S., ISBN 9783848718733, EUR 79,-  
(Zugl. Dissertation an der Universität Zürich, 2014)

Relativ spät – nämlich erst seit den 1990er Jahren – sind die kognitionspsychologische Schema- oder Skripttheorie sowie Erving Goffmanns sozialpsychologische Rahmentheorie von der empirischen Kommunikationswissenschaft rezipiert worden; sie haben aber dann als *priming*- und *framing*-Ansatz relativ rasch sowohl in der Inhaltsanalyse als auch in der Wirkungsforschung Resonanz und Weiterarbeit gefunden, so dass sich heute bereits ein beachtlicher Fundus an einschlägigen internationalen Studien findet, wie Rinaldo Kühne in dem gründlichen Forschungsüberblick (Kapitel 3) seines Buchs *Emotionale Framing-Effekte auf Einstellungen* belegt. Medien-Frames definiert er dabei „allgemein als textliche Interpretationsmuster“ (S.30), „die bestimmte Aspekte gesellschaftlicher Themen hervorheben und konsistent verknüpfen“ (S.339).

Prinzipiell lassen sich inhaltsbezogene und formal-stilistische Frames unterscheiden, wie der Autor im weiteren Verlauf der Arbeit vor allem anhand der Definition Robert Mathew Entmans („Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.“ In: *Journalism and Mass Communication Quarterly* 43 [4], 1993, S.51-58) erläutert.

Wenn überhaupt, so fokussieren sich wirkungsanalytische Frame-Studien vornehmlich auf kognitive Einschätzungsdimensionen, oder sie spezifizieren nur wenig oder gar nicht, aus welchen Komponenten sich ein Frame zusammensetzt und welche Beziehungen zwischen diesen Komponenten, kognitiven Einschätzungen und Emotionen bestehen. Diesem Manko setzt diese Arbeit ihren recht innovativen Ansatz entgegen, nämlich zu fragen, welche Medien-Frames Emotionen auslösen

und welche Wirkungen Emotionen auf die Urteilsbildung haben. Oder kompakter formuliert: „Sind Emotionen Mediatoren von Framing-Effekten auf Einstellungen?“ (S.11).

Uneingeschränkt bejahen dürfte diese Frage der schlichte *common sense*; doch die analytische Aufarbeitung und ihre mindestens experimentelle Überprüfung erweisen sich für die Arbeit als sehr umfänglich und grundlegend. Denn sämtliche Begriffe und Prämissen entpuppen sich bei genauerer Sichtung als zu ungenau und wenig analytisch tragfähig. Daher legt der Autor ein differenziertes theoretisches Modell emotionaler Frame-Wirkungen vor, in dem er zwei herausragende Medien-Frames unterscheidet: nämlich Verursacher- und Opfer-Frames. Jene lösen Ärger aus und erhöhen dadurch die Zustimmung zu Strafmaßnahmen, welche wiederum Traurigkeit stimulieren und die Zustimmung zu Hilfsmaßnahmen verstärken. Zudem sind diese emotionalen Prozesse von spezifischen Randbedingungen abhängig, die allerdings auch für kognitive Mediatoren gelten. Diese in einem Forschungsprogramm ausgearbeiteten zentralen Hypothesen werden dann mit einem Mehrmethodenansatz, nämlich mit drei Laborexperimenten, einer exemplarischen Inhaltsanalyse über die Arbeitslosigkeitsdebatte in Großbritannien im Herbst und Winter 2010 und 2011 sowie mit einer repräsentativen Befragung überprüft. Alle Teilstudien bestätigen die konkreten Hypothesen, so dass sich verallgemeinernd festhalten lässt: Zum einen lösen Medien-Frames dann Emotionen aus, wenn sie mittels ihrer spezifischen Komponenten –

wie beispielsweise Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, Bewertung – emotionspezifische Einschätzungsmuster erzeugen. Zum anderen bewirkt jede Emotion eine spezielle Tendenz, mit der Sachverhalte interpretiert werden und die dem Individuum bestimmte Verhaltensweisen nahelegt.

So sicher diese Befunde aus der Sicht des Autors sind und weitergehende Studien anregen sollen, so offensichtlich haben sie (noch) ihre Beschränkungen, die er ebenso offen benennt: Es ist eine einmalige Fallstudie mit begrenzten Ressourcen, ohne Wiederholungs- und Paneloptionen, mit spezieller Thematik, eruiert bei studentischen Proband\_innen. Ebenso bedürften die Spezifizierungen von Kognition, Emotion, Einstellung sowie ihre vielfältigen psychischen Verknüpfungen weiterer analytischer wie empirischer Evaluationen. Zwar dürfte unbezweifelbar, wenn nicht sogar selbstverständlich sein, dass „Emotionen ‚keine Extras‘ darstellen, sondern ein integraler Bestandteil des menschlichen Lebens und insbesondere des politischen Lebens sind“ (S.343f.), aber für die angemessene Respektierung dieser Einsicht in der Forschung wie der politischen Praxis, worauf der Autor als normative Dimension seiner Studie insistiert, bedarf sie ihrer breiten, differenzierten Validierung. Deshalb plädiert Kühne dafür, den Emotionen künftig in der gesamten politischen Kommunikationsforschung sowohl theoretisch als auch empirisch einen ungleich höheren Stellenwert einzuräumen, so auch in anderen Ansätzen wie *agenda setting* und *priming*. Allerdings sind noch komplexere Ansätze nötig, um in weiteren

Studien umzusetzen, dass beide psychologischen Komplexe – Kognitionen wie Emotionen – unausweichlich bei jedem Wahrnehmen, Verstehen und Wirken von Medien gegeben sind und Einfluss nehmen. Dass sie bislang unterschiedlich gewichtet oder Emotionen oftmals ganz ignoriert werden, lässt ahnen, welchen Prioritäten Forschung gemein-

hin folgt, mit welchen Artefakten sie – meist notgedrungen – operiert und wie wichtig grundlegende Reflexion über Gegenstand und Vorgehen immer wieder ist. Darauf weist diese Pionierarbeit überzeugend hin, auch wenn ihre Lektüre einige Mühe verlangt.

*Hans-Dieter Kübler (Werther)*