Medien

Anuschka Johnson

Framing-Prozesse in deutschen Leitmedien

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Darstellung von Hillary Clinton und Donald Trump im US-Wahlkampf 2016 in den Leitartikeln der SZ und FAZ

Bachelorarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2019 GRIN Verlag
ISBN: 9783346043870

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/502152

Anuschka Johnson

Framing-Prozesse in deutschen Leitmedien

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Darstellung von Hillary Clinton und Donald Trump im US-Wahlkampf 2016 in den Leitartikeln der SZ und FAZ

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Bachelorarbeit

Studiengang:	**BA Journalismus und Unternehmenskommunikation**
Studiengruppe:	BA-JU-14
Semester:	Sommersemester 2019

Verfasserin: **Johnson, Anuschka Kia**

Thema: ***Framing*-Prozesse in deutschen Leitmedien. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Darstellung von Hillary Clinton und Donald Trump im US-Wahlkampf 2016 in den Leitartikeln der *Süddeutschen Zeitung* und *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*.**

Abgabedatum: 3. Juni 2019

Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG 3

2 MEDIENTHEORETISCHE LEITKONZEPTE 6

2.1 JOURNALISMUS: DEFINITION UND ANFORDERUNGEN IN EINER DEMOKRATIE 6
2.2 MASSENMEDIEN UND DEUTSCHE PRINT- UND LEITMEDIEN 8
2.3 THEORIEN DER MASSENKOMMUNIKATION 11
2.3.1 DER AGENDA SETTING-ANSATZ 11
2.3.2 SPRACHLICHES FRAMING IN DER POLITISCHEN BERICHTERSTATTUNG 13

3 WAHLKÄMPFE ALS TEIL POLITISCHER KOMMUNIKATION 15

3.1 DAS VERHÄLTNIS ZWISCHEN MASSENMEDIEN UND POLITIK 15
3.2 MEDIALE POLITIKVERMITTLUNG IN ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN 17
3.3 POLITISCHE KOMMUNIKATION IM WAHLKAMPF 19
3.4 POLITISCHES KOMMUNIKATIONSSYSTEM IN DEN USA 21
3.5 POLITISCHE KOMMUNIKATION IM MEDIALEN WANDEL 23
3.6 PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLKAMPF 2016 26
3.7 „MAKE AMERICA GREAT AGAIN“. DER WAHLKAMPF VON DONALD TRUMP 27
3.8 „HILLARY FOR AMERICA“. DER WAHLKAMPF VON HILLARY CLINTON 29

4 FORSCHUNGSDESIGN UND OPERATIONALISIERUNG 31

4.1 ERLÄUTERUNG DER UNTERSUCHUNGSMETHODIK 32
4.2 DIE FORSCHUNGSFRAGEN 33
4.3 DAS UNTERSUCHUNGSSAMPLE 35
4.4 DIE OPERATIONALISIERUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN 36

5 ERGEBNISSE DER INHALTSANALYSE 39

5.1 FORMALE ERGEBNISSE DER ERHEBUNG 39
5.2 INHALTLICHE BESCHREIBUNG DER FRAMING-ANALYSE 40
5.2.1 DER THEMEN-FRAME 40
5.2.1.1 DIE USA GESPALTEN IN EIN „TRUMP-LAND“ UND EIN „CLINTON-LAND“ 41
5.2.1.2 PRÄSIDENTSCHAFTSWAHLKAMPF ALS NEUE ÄRA POLITISCHER KAMPAGNENFÜHRUNG 44
5.2.1.3 DIE TRADITIONELLEN PARTEIEN ALS MARIONETTEN EINES EXTREMEN WAHLKAMPFES 48
5.2.2 DER PERSONEN-FRAME 51
5.2.2.1 DONALD TRUMP ALS POPULISTISCHER GELEGENHEITSPOLITIKER 51
5.2.2.2 HILLARY CLINTON ALS POLITIKERIN MIT PROBLEMATISCHER VERGANGENHEIT 55
5.2.3 DER SPRACHLICHE FRAME 58
5.2.3.1 DONALD TRUMP ALS „EPISCHE SCHANDE“ FÜR DIE AMERIKANISCHE DEMOKRATIE 58
5.2.3.2 HILLARY CLINTON ALS FORTSETZUNG BARACK OBAMAS PRÄSIDENTSCHAFT 62

6 FAZIT UND AUSBLICK 65

QUELLENVERZEICHNIS 68

1 Einleitung

Die wichtigste Informationsquelle der Menschen sind heute die Massenmedien. Sie besitzen einen enormen Einfluss auf die Konstitution gesellschaftlicher Kommunikation. Nur die wenigsten Ereignisse finden unmittelbar in ihrer Umgebung statt, weshalb Menschen auf die Nachrichtenmedien angewiesen sind. Durch ihre Berichterstattung vermitteln Medien einen Eindruck davon, welche politischen und gesellschaftlichen Themen aktuell von Bedeutung sind.

Ein Rückblick auf die Medienagenda deutscher Leitmedien im Herbst 2016 zeigt, dass sie von einem bestimmten Thema dominiert wurde. Das Rennen um den Einzug ins Weiße Haus zwischen Hillary Clinton und Donald Trump fand während des Präsidentschaftswahlkampfes in den Medien thematisch ihren Höhepunkt. Deutsche Medien fanden in dieser Zeit teils harte Worte für beide Präsidentschaftskandidaten. So redet *Der Spiegel* in Bezug auf Donald Trump vom „Baulöwen mit der absurden Haarpracht". Auch Hillary Clintons Wahlkampfstrategie wurde kontrovers diskutiert. Der *Focus* bezeichnet den Wahlkampf Clintons als die „Clinton-Show" (Hell 2016). Der Ausgang der US-Wahl zum 45. Präsidenten der USA hat die Frage aufgeworfen, ob und wie die Medien verantwortlich für den Wahlerfolg von Donald Trump sind.

Für die mediale Politikvermittlung sind Politiker das wichtigste Objekt. Sie sind es, die gewählt werden und sich durchsetzen müssen. Was sie tun, beeinflusst die Schlagzeilen der Journalisten. Und was in den Schlagzeilen steht, kann letztendlich die Handlungen der Wählerschaft beeinflussen. Für die meisten Wählerinnen und Wähler findet Politik fast ausschließlich in den Medien statt. Die Leitmedien bestimmen den großen Auftritt eines Themas auf der politischen Bühne. Sie prägen, worüber aktuell diskutiert wird. So beeinflussen sie die Öffentlichkeit und die Meinungen der Menschen über Politiker bereits durch die gesetzten Themenschwerpunkte und auch durch ihre Wortwahl. Selbst Wahlen können so entschieden werden, wenn Menschen unsicher sind, welcher Partei sie ihre Stimme geben sollen. Seit jeher wird der Zusammenhang zwischen den Medien und dem Wahlverhalten der Wähler untersucht. In der Medien- und Kommunikationswissenschaft sind die Thesen der *Agenda Setting*-Forschung die wesentlichen Ansätze zur Erforschung dieses Zusammenhanges. Die Theorien dieses Foschungsbereichs gehen davon aus, dass Medien in der Lage sind, die gesellschaftliche Relevanz von Themen nachhaltig zu beeinflussen, indem sie Themen vorgeben, mit denen sich die Menschen auseinandersetzten. Während die *Agenda Setting*-Forschung sich mit der Frage beschäftigt, welche Themen in den Medien ausgewählt werden, befasst sich der *Framing*-Ansatz als Erweiterung damit, wie diese ausgewählten Themen durch Medienakteure gerahmt werden und durch Rezipienten perspektiviert werden. In Zeiten von Wahlkämpfen kann das *Framing* durch den Journalismus folglich eine entscheidende Rolle spielen.