

Maren Stuntebeck

Bundeswehreinätze im Ausland – der Einfluss von Medienframes auf die Einstellung der Rezipienten und die Rolle der mentalen Modelle

Abstract: The present paper investigates the impact of differently framed news articles about the so-called "Totenschädel-Skandal" ("skull-scandal") on the approval of Germany's international military operations. A total of 267 students were randomly assigned to two experimental conditions and had to read either a positively or a negatively framed news article. To examine the media effects, the approval of international military operations was assessed before and after reading the articles.

The results showed a significant impact of the media reports on the approval of international military operations. After reading the articles, subjects rejected international military operations more strongly than before. Only minimal framing-effects could be found, however. The participants didn't just passively accept the offered frames, but actively processed the information. Their own mental frames had a stronger impact than the media frames.

Kurzfassung: Die vorliegende Untersuchung befasst sich mit dem Einfluss von unterschiedlich geframten Nachrichtenartikeln über den sogenannten „Totenschädel-Skandal“ auf die Befürwortung von Bundeswehreinätzen im Ausland. In einem Fragebogen-Experiment wurden 267 studentische Teilnehmer auf zwei Experimentalgruppen aufgeteilt, die entweder einen positiv oder einen negativ geframten Nachrichtenartikel erhielten. Die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr wurde vor und nach dem Lesen des Artikels erhoben, um zu überprüfen, ob sich ein Medienwirkungseffekt zeigt und wie sich die Medien-Frames auswirken.

Die Ergebnisse der Analysen konnten einen Einfluss der Medienberichte auf die Befürwortung von Bundeswehreinätzen im Ausland bestätigen. Die Einsätze wurden nach dem Lesen der Texte stärker abgelehnt als zuvor. Framing-Effekte konnten jedoch nur vereinzelt nachgewiesen werden. Die Leserinnen und Leser übernahmen die angebotenen Interpretationsrahmen nicht passiv, sondern setzten sich aktiv damit auseinander. Ihre mentalen Frames hatten einen stärkeren Einfluss als die Medien-Frames.

1 Einleitung

„Wir sind Wixer“ zierte am 26.10.2006 das Titelblatt der taz. Die Bild-Zeitung hatte einen Tag zuvor Fotos von deutschen Soldaten der Afghanistan-Schutztruppe ISAF veröffentlicht, auf denen diese mit einem Totenschädel in verschiedenen, teilweise recht obszönen Posen abgelichtet waren. Dieser, bald als „Totenschädel-Skandal“ bekannte, Vorfall löste rege Diskussionen in Regierungskreisen und in der Öffentlichkeit über die Auslandseinsätze der Bundeswehr aus. Laut eines Spiegelberichts von November 2006 sackte die Unterstützung der Öffentlichkeit für den Bundeswehreinatz in Afghanistan als Folge dieses Vorfalls rapide ab.

Politiker und andere Interessengruppen sind sich des Einflusses der Massenmedien – als Hauptinformationsquelle der Bürgerinnen und Bürger für politische Themen – auf die öffentliche Meinung bewusst, und versuchen, diese zu nutzen, um ihren eigenen Standpunkt in außenpolitischen Debatten oder anderen gesellschaftlichen Kontroversen möglichst überzeugend darzustellen. Dabei bedienen sie sich sogenannter Frames, welche als spezifische Interpretation und Problemdarstellung eines Themas verstanden werden können (Gamson, 1992). So beeilten sich im genannten Beispiel Befürworter und Regierungssprecher, die Auslandseinsätze der Bundeswehr als „Friedensmissionen“ zu verteidigen, und wiesen auf Erfolge und auf die Verantwortung Deutschlands in der internationalen Politik hin. Kritiker und Opposition warnten vor den Risiken und nutzten den Totenschädel-Skandal als Indiz für die Verhöhnung der Soldaten während solcher „Kriegseinsätze“.

In außenpolitischen Debatten betonen Politiker oft die ethische Verpflichtung der internationalen Gemeinschaft, wie z.B. auch bei Deutschlands Beteiligung an der NATO-geführten Mission im Kosovo. Dies trug sicherlich zu der recht großen Unterstützung multilateraler militärischer Einsätze in der deutschen Bevölkerung bei: 81% befürworteten laut einer Meinungsumfrage von EMNID im Jahre 2006 solche Einsätze. Diese Unterstützung kann aber schnell wieder absinken, z.B. wenn die Bevölkerung mit den Todesopfern von Militärmaßnahmen konfrontiert wird. Dieser sogenannte „body-bag effect“ soll zum Beispiel zum Rückzug der USA aus Vietnam, Beirut und Somalia beigetragen haben (s. Robinson, 2002). Der Rückgang der Unterstützung des Afghanistaneinsatzes nach dem „Totenschädel-Skandal“ ist eine weitere Demonstration dieses Mechanismus.

Die Art und Weise, wie solche militärischen Auslandseinsätze dargestellt werden, haben also weitreichende Auswirkungen auf die Unterstützung durch die Öffentlichkeit. Diese muss zwischen verschiedenen Faktoren wie Verantwortung und Risiko-Vermeidung abwägen. Medien-Frames („frames in communication“) können dabei beeinflussen, welche Überlegungen in der Beurteilung mehr Gewichtung erhalten, indem sie bestimmte Aspekte des Themas hervorheben. Sie bestehen aus den Wörtern, Bildern, Sätzen und Präsentationsstilen, die eine Sprecherin (z.B. Politikerin oder Journalistin) benutzt, wenn sie über ein Thema oder Ereignis redet und damit bestimmt, was sie als relevant ansieht (Scheufele, 1999).

In der Medienwirkungsforschung herrscht inzwischen Konsens darüber, dass die Rezipienten die Informationen aus den Medien aber nicht nur passiv aufnehmen, sondern dass diese aktiv verarbeitet, bewertet und interpretiert werden (McQuail,

2005). Diese Sichtweise spiegelt sich auch in der recht häufig zitierten Definition des Framings von Entman wider: „To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communication text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation.“ (Entman, 1993, S. 52). Sie hebt die beiden zentralen Funktionen des Framings – Selektion wahrgenommener Realitätsaspekte durch den Empfänger und Strukturierung von Kommunikationstexten über diese Realität durch den Sender – hervor und beschreibt vier Elemente: Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, Bewertung des Problems (beruhend auf moralischen oder anderen Werten) und Handlungsempfehlung (zur Lösung des Problems) (vgl. Dahinden, 2006, S. 14).

Journalisten wählen zwar aus, über welche Themen sie berichten und geben – trotz des journalistischen Ideals der Objektivität – in ihren Botschaften nicht bloß objektive Fakten wider, sondern konstruieren soziale Realitäten (Tuchman, 1978; Cohen & Wolfsfeld, 1993; vgl. Kempf, 2006). Diese Informationen treffen aber nicht auf ein unbeschriebenes Blatt, sondern auf ein komplexes kognitives System, welches diese verarbeitet. Auch auf Seiten der Rezipienten setzen Prozesse der Selektion und Konstruktion an: Die dargebotenen Informationen werden selektiv wahrgenommen und nur ein Teil davon gespeichert; außerdem geschieht die Aufnahme und Verarbeitung der Botschaft im Rahmen eigener subjektiver Konstruktionen der Realität. Individuelle Faktoren wie politische Orientierungen, schon bestehendes Wissen zu dem Thema oder grundlegende Einstellungen interagieren mit den Informationen aus den Medienberichten und beeinflussen dadurch die Wirkung der Medien-Frames.

Dies muss berücksichtigt werden, wenn versucht wird, Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen. Wie leicht sich die Einstellung zu einem bestimmten Thema beeinflussen lässt, ist abhängig von der Einstellungsstärke und der inneren Struktur der Einstellungen.

Die Einstellungsstärke wird bestimmt durch die persönliche Relevanz des Themas, dadurch, wie leicht zugänglich sie ist (z.B. indem sie durch Priming kurzfristig salienter gemacht wird) und durch die (Nicht-)Ambivalenz der einstellungsrelevanten Meinungen (s. Bohner, 2002).

Einstellungen mit einer bipolaren Struktur, die sowohl Pro- als auch Contra-Argumente beinhaltet, sind weniger stabil. Solche Repräsentationen finden sich gewöhnlich eher bei kontroversen gesellschaftlichen Themen (Pratkanis, 1989), die Konflikte zwischen hochgeschätzten, aber inkompatiblen gesellschaftlichen Werten beinhalten. Beim Thema Abtreibung steht zum Beispiel der Wert „Recht auf Leben“ dem Wert „Wahlfreiheit“ gegenüber (Luker, 1984, zit. nach Nelson et al., 1997), sodass ein Großteil der Bevölkerung vermutlich keine klare, feste Meinung dazu hat. In diesem Falle dürfte die Einstellung leichter durch einen Medien-Frame beeinflussbar sein, indem dieser einem der zugänglichen konkurrierenden Werte Priorität vor den anderen verleiht, ihn also als wichtiger erscheinen lässt.

1.1 Der Wirkmechanismus des Framings

Mit dem Erwartungs-Bewertungs-Modell von Fishbein & Ajzen (1975) lässt sich der Wirkmechanismus des Framings am Beispiel einer Studie von Nelson, Clawson und Oxley (1997) veranschaulichen.

Fishbein und Ajzen (1975) beschreiben die Einstellung zu einem Gegenstand in ihrem Erwartungs-Bewertungs-Modell als Summe von „Erwartung-mal-Wert“-Produkten mit der Formel $A_O = \sum (b_i \dots e_i)$. A_O ist hierbei die Einstellung (*attitude*) zum Gegenstand O, b_i die Meinungsstärke (*belief strength*) oder das Gewicht, das dem Merkmal i für die Einstellung beigemessen wird, e_i ist die Bewertung (*evaluation*) dieses Merkmals. Framing verändert die Einstellung zu einem Gegenstand, indem die Gewichtung (b_i) der Merkmale verändert wird.

Nelson, Clawson und Oxley (1997) untersuchten in einer oft zitierten Studie die Wirkung verschiedener Frames auf die Toleranz der Teilnehmenden gegenüber Versammlungen des Ku Klux Klans. Für eine Gruppe wurde das Thema so dargestellt, dass die zentrale Frage das Recht auf Redefreiheit war, in der anderen Gruppe wurde bei der Darstellung des Themas die Bedrohung der öffentlichen Sicherheit betont. Abbildung 1 verdeutlicht den Framing-Effekt. Angenommen, die Einstellung gegenüber einer Versammlung des Ku Klux Klans war vor der Rezeption ambivalent, so war die Gewichtung (b_i) der positiven und negativen (e_i) Überzeugungen ausgeglichen. Das Recht auf Redefreiheit (+) und die Bedrohung der öffentlichen Sicherheit (-) wurden als gleich wichtig empfunden. Nachdem durch das Medien-Framing die negative Eigenschaft (Bedrohung der öffentlichen Sicherheit) betont wurde, erhielt diese nach der Rezeption eine stärkere Gewichtung, was zu einer insgesamt negativen Einstellung und einer Ablehnung einer Versammlung des Ku Klux Klans führte. Analoges gilt für das Medien-Framing mit der Betonung auf dem Recht auf Redefreiheit. Je nachdem, welcher Darstellung die Rezipienten ausgesetzt wurden, wurde entweder dem Argument der Redefreiheit oder dem der öffentlichen Sicherheit mehr Gewicht beigemessen in ihrer Einstellungsbildung, was eine positive bzw. negative Bewertung der Ku Klux Klan Versammlung zur Folge hatte.

Erwartungs-Bewertungs-Modell (Fishbein & Ajzen, 1975)

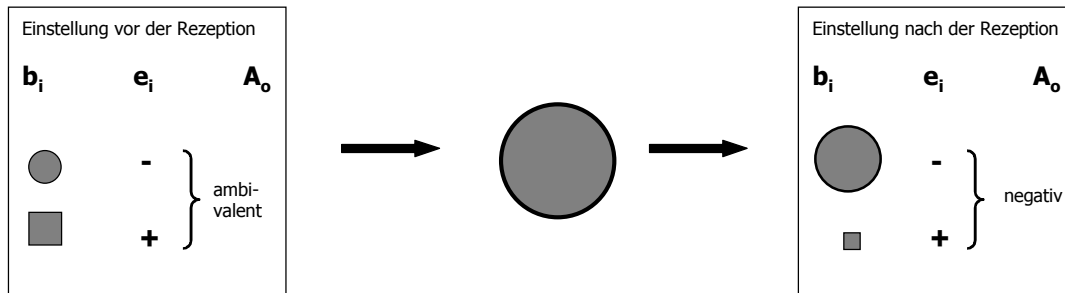
$$A_o = \sum (b_i \cdot e_i)$$

A_o = Einstellung zum Objekt O

e_i = Bewertung (evaluation) der Eigenschaft i mit $i = 1, 2, \dots, n$

b_i = Erwartung/Gewicht (belief strength) der Eigenschaft i mit $i = 1, 2, \dots, n$

Framing-Effekt



Hinweis: Die Größe des Symbols (Kreis/Quadrat) drückt den Erwartungswert bzw. das Gewicht der Eigenschaft aus. Je größer das Symbol, desto größer das Gewicht.

Abbildung 1: Erwartungs-Bewertungs-Modell (Fishbein & Ajzen, 1975) und Framing-Effekte (Scheufele, 2003). Die Größe des Symbols (Kreis/Quadrat) drückt den Erwartungswert bzw. das Gewicht der Eigenschaft aus. Je größer das Symbol, desto größer das Gewicht.

Wie dieses Beispiel veranschaulicht, müssen nicht unbedingt grundlegende Einstellungen und Werte verändert werden, um die Meinung zu einem bestimmten Thema zu beeinflussen. Die unterschiedliche Gewichtung verschiedener Überlegungen – hervorgerufen durch Medien-Frames – kann sich ebenfalls auf die Meinung auswirken. Diese unmittelbare und kurzfristige Wirkung eines Frames wird nicht gleich die gesamte Einstellungsstruktur und Grundüberzeugungen eines Individuums verändern. Das Framing kann sich aber darauf auswirken, wie die Rezipienten die dargebotenen Informationen strukturieren und welche Bedeutung sie ihnen geben, was dann wiederum in den gesellschaftlichen Diskurs mit eingebracht wird und so längerfristig eine Veränderung der öffentlichen Meinung bewirken kann (Annabring, Ditlman & Kempf, 2005).

Gamson (1988; in Wicks, 2001) und Neuman, Just und Crigler (1992; in Wicks, 2001) argumentieren daher im Sinne eines konstruktivistischen Ansatzes (constructionism model), dass die Einstellungsmessung weniger relevant ist. Der Fokus sollte eher auf Konzepten aus der kognitiven Psychologie wie Schemata, kognitiven Landkarten, Skripten, oder mentalen Modellen liegen (vgl. Wicks, 2001). Statt um eng definierte wertungsorientierte Meinungen zu einem Thema geht es also nach diesem Ansatz um das Wissen der Leute, darum, was Personen denken, wie sie über ein öffentliches Thema denken, und wie sie Bedeutungen konstruieren. Während bei traditioneller Persuasion typischerweise die Einstellungsänderung gemessen wird, untersucht die Framing-Forschung, wie die Kognitionen der Rezipienten durch Medienberichte beeinflusst werden (Tewksbury et al., 2000). Mentale Modelle als relativ flexible, dynamische Gebilde, welche die Wahrnehmung der konkreten Fakten und Ereignisse strukturieren, bieten sich hierfür als Untersuchungsgegenstand an. Sie resultieren aus der Interaktion der generalisierten Einstellungen mit den konkreten Ereignissen. Der Medien-Frame kann dabei steuern, welche Einstellungen des Rezipienten aktualisiert werden und bei der Interpretation des jeweiligen Ereignisses zum Tragen kommen (Annabring, Ditlmann & Kempf, 2005).

1.2 Mentale Modelle

Der Begriff mentales Modell stammt eigentlich aus den Kognitionswissenschaften. Nach van Dijk und Kintsch (1983) ist ein mentales Modell „eine dynamische mentale Repräsentation einer Situation, eines Ereignisses oder eines Objektes“. Diese mentalen Modelle können genutzt werden, um eingehende Informationen zu verarbeiten, zu organisieren und zu verstehen, um soziale Urteile zu fällen, um Vorhersagen und Schlussfolgerungen zu ziehen, oder um zu beschreiben und zu erklären, wie ein System operiert.

Der Begriff der mentalen Modelle wird in der Medienwirkungsforschung selten verwendet. Als analog kann der Begriff der mentalen Frames („frames in thought“, „individual frames“) angesehen werden. Im Gegensatz zu den weiter oben beschriebenen Medien-Frames („frames in communication“), die sich auf die Art und Weise der Darstellung eines Ereignisses beziehen, stellen die mentalen Frames das individuelle kognitive Verständnis einer bestimmten Situation dar und zeigen an, was die Rezipienten als wichtigsten Aspekt eines Themas betrachten (vgl. Chong & Druckman, 2007, S. 100f.).

1.2.1 Medien- und mentaler Frame – Konsonanz und Dissonanz

Kempf (2006) bezeichnet mentale Modelle als kognitiv-emotionale Interpretationsrahmen. Der Einfluss von Medienberichterstattung kann als Resultat eines Interpretationsprozesses angesehen werden, in welchem die Rezipienten die Informationen in ihr mentales Modell des jeweiligen Themas integrieren.

In vielen Fällen sind aber alternative (oder konkurrierende) mentale Modelle verfügbar, nach denen der Kontext einer Information organisiert werden kann. Viele gesellschaftliche Kontroversen beruhen auf der Unvereinbarkeit mehrerer hochgeschätzter Werte, wie im oben angeführten Beispiel der Werte Wahlfreiheit und Recht auf Leben beim Thema Abtreibung. Anders ausgedrückt existieren zu diesen Themen verschiedene, miteinander konkurrierende mentale Modelle.

Der Einfluss politischer Nachrichten kann als ein 2-Stufen-Prozess verstanden werden. Das Framing der Informationen durch den Sender steuert auf der ersten Stufe, welches vorhandene mentale Modell des jeweiligen Themas aktualisiert (geprimed) wird, und im zweiten Schritt wird die Information in dieses Modell integriert.

Der Effekt des Text-Framings ist dabei nicht unbedingt linear. Die angebotenen Frames können entweder akzeptiert oder abgelehnt werden. Ein Ansatz, der eine gute Erklärung dafür liefert, dass angebotene Frames nicht immer akzeptiert werden, ist der Ansatz der kognitiven Reaktionen (Cognitive Response Approach, Greenwald, 1968; s. Petty, Ostrom & Brock, 1981). Nach diesem Ansatz sind nicht die positiven oder negativen Bewertungen im Medieninhalt an sich entscheidend, sondern die kognitiven Reaktionen der Rezipienten darauf.

Stimmen die bereits vor der Medienrezeption vorhandenen Einstellungsstrukturen oder mentalen Modelle überein mit dem Medien-Frame (Konsonanz), so sind eher positive kognitive Reaktionen zu erwarten. Im Falle einer Dissonanz ist es wahrscheinlicher, dass Mechanismen zur kognitiven Dissonanz-Reduktion einsetzen, die negative kognitive Reaktionen auslösen, welche die vorgebrachten Argumente abwerten, indem z.B. die Glaubwürdigkeit der Quelle in Frage gestellt wird; dadurch wird die bestehende Einstellung bestärkt. Eine gute Demonstration dieses Ansatzes findet sich bei Peters (1999). Er untersuchte den Einfluss verschiedener Artikel und Sendungen über Gentechnik auf die Einstellung der Rezipienten zu diesem Thema. Dabei erfasste er auch die kognitiven Reaktionen der Teilnehmenden. Er konnte Einstellungsänderungen in beide Richtungen feststellen, wobei sich die a priori bestehenden Einstellungen als beste Prädiktoren erwiesen. Die Meinung, die in den Medienberichten vertreten wurde, wurde nicht einfach von den Rezipienten übernommen. Bestimmte Aspekte der Medienbotschaft schienen als Auslöser zu wirken, die bestimmte Interpretationsschemata aktivierten, innerhalb derer die Mediennutzer selber eine Wertung generierten. Welche der potentiell verfügbaren Interpretationsschemata aktiviert wurden, hing vermutlich mit der Voreinstellung zusammen. Die Wertungsrichtung der kognitiven Reaktionen korrelierte recht hoch mit der Voreinstellung: je positiver diese war, desto größer war auch der Anteil positiver Wertungen in den kognitiven Reaktionen.

Die Medien-Frames interagieren also mit den schon bestehenden mentalen Frames. Somit besitzt die Medienberichterstattung zwar das Potential, bestimmte kognitive Prozesse, die Einfluss auf die Einstellungen der Rezipienten haben, anzuregen. Allerdings haben die Voreinstellungen einen Einfluss darauf, welche Interpretationsschemata (mentalen Modelle) durch die Medien aktiviert werden.

1.2.2 Konkurrierende mentale Modelle

Zum Thema „Bundeswehreinätze im Ausland“, um das es in dieser Studie geht, bestehen ebenfalls verschiedene Interpretationsrahmen. Haack (2007) konnte mittels einer Inhaltsanalyse der Bundestagsdebatte zur Beteiligung an der Friedensmission im Libanon zwei diametral entgegengesetzte Argumentationslinien feststellen. Die Bundestagsmitglieder, die sich gegen den Einsatz aussprachen, warnten vor den möglichen Risiken einer solchen Intervention (z.B. den Verlust der Vermittlerrolle oder Terroranschläge) und betonten die Verantwortung, die aus Deutschlands historischem Hintergrund herrührt, sich aus internationalen (vor allem militärischen) Angelegenheiten herauszuhalten. Diese Darstellung wird von Haack (2007) als Risiko-Frame (*risk-frame*) bezeichnet. Die Befürworter des Einsatzes betonten vor allem die Verantwortung Deutschlands, sich aktiv (gemeinsam mit der EU und der UN) an internationalen Angelegenheiten zu beteiligen und stellten eine militärische Intervention als notwendig für die Friedenssicherung und Stabilisierung in der Region dar. Haack (2007) bezeichnet dieses Argumentationsmuster als Verantwortungs-Frame (*responsibility-frame*).

Ähnliche Argumentationsmuster wurden auch schon bei Bundestagsdebatten zu anderen Auslandseinsätzen der Bundeswehr verwendet. Die von politischen Eliten benutzten Frames werden zumeist auch von den Massenmedien übernommen (vgl. van Gorp, 2007; Simon & Jerit, 2007; Tewksbury et al., 2000), sodass davon ausgegangen werden kann, dass dem Großteil der Studienteilnehmenden diese ambivalenten Sichtweisen bewusst waren. Sowohl die benutzten Medien-Frames als auch die Messung der mentalen Modelle der Teilnehmenden orientiert sich daher in vorliegender Studie an diesen beiden Frames.

2 Methode

2.1 Hypothesen

Die vorliegende Studie untersucht, wie sich unterschiedlich geframte Nachrichtentexte zum „Totenschädel-Skandal“ in Afghanistan auf die mentalen Modelle der Rezipienten zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr auswirken und wie die schon bestehenden mentalen Modelle den Medienwirkungs- und Framing-Effekt moderieren.

Im einzelnen werden folgende Hypothesen anhand dieser Studie überprüft:

Hypothese 1: Das Lesen des Nachrichtenartikels hat einen Einfluss auf die Befürwortung von Bundeswehreinsätzen im Ausland in Richtung Ablehnung.

Hypothese 2: Die Richtung des Medien-Einflusses ist abhängig vom Medien-Frame. Der Pro-Frame-Text führt zu einer stärkeren Befürwortung von Bundeswehreinsätzen im Ausland, während der Contra-Frame-Text zu einer stärkeren Ablehnung von Bundeswehreinsätzen im Ausland führt.

Hypothese 3: Es bestehen miteinander konkurrierende mentale Modelle bezüglich der Befürwortung von Bundeswehreinsätzen im Ausland.

Hypothese 4: Der Einfluss des Nachrichtenartikels ist abhängig von den a priori mentalen Modellen der Teilnehmenden.

Hypothese 5: Auch der Framing-Effekt ist abhängig von den a priori mentalen Modellen. Bei ambivalenten a priori mentalen Modellen ist der Framing-Effekt am stärksten, während bei positiven und negativen a priori mentalen Modellen die eigene Einstellung unabhängig vom Medien-Frame nach dem Lesen des Artikels noch verstärkt wird.

2.2 Design

Die vorliegende Fragebogenuntersuchung beruht auf einem Prä-Post-Design mit zwei Versuchsbedingungen. Die Einstellung der Teilnehmenden zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr wurde vor und nach dem Lesen eines fiktiven Zeitungsaufsatzes gemessen. Dazu wurden Aussagen in Anlehnung an typische Argumente für oder gegen Bundeswehreinsätze im Ausland formuliert, die sich auf Themen wie Verantwortung/Verpflichtung, Zurückhaltung, Risiken, Akzeptanz militärischer Macht und Gewalt und aktive Beteiligung in internationalen Angelegenheiten beziehen.¹ Jede Aussage sollte auf einer 5-stufigen Skala („stimme voll zu“, „stimme eher zu“, „stimme teilweise zu“, „stimme eher nicht zu“, „stimme überhaupt nicht zu“) bewertet werden. Eine „weiß nicht“-Kategorie wurde ebenfalls angeboten, um die Anzahl der missing values möglichst gering zu halten und um die Motivation der Teilnehmenden, sich mit der Frage zu beschäftigen, zu erhöhen.

Thema	Prä-Einstellungs-Test	Post-Einstellungs-Test
Friedenssicherung	<i>Militäreinsätze können keinen dauerhaften Frieden garantieren.</i>	<i>Auslandseinsätze der Bundeswehr sind notwendig zur Friedenssicherung.</i>
Verpflichtung	<i>Deutschlands gewachsene Verantwortung in der Welt verpflichtet uns, anderen Ländern bei der Bewältigung von Krisen und Konflikten zu helfen.</i>	<i>Deutschland ist als Bündnispartner verpflichtet, sich an Nato-Einsätzen mit bewaffneten Streitkräften zu beteiligen.</i>
Terrorismusgefahr	<i>Der Einsatz von Militär zur Bekämpfung des Terrorismus verstärkt diesen nur.</i>	<i>Eine Bekämpfung von Terrorismus durch Militäreinsätze verstärkt den Terrorismus.</i>
Aktive Beteiligung Deutschlands	<i>Deutschland sollte in der internationalen Politik eine aktive Rolle spielen.</i>	<i>Deutschland sollte sich bei der Bewältigung von Krisen und Konflikten aktiv beteiligen.</i>
Priorität der Probleme im eigenen Land	<i>Es gibt genug Probleme in Deutschland, die zunächst bewältigt werden müssen, bevor man sich im Ausland engagiert.</i>	<i>Bevor die Politiker unser Geld für Auslandseinsätze ausgeben, sollten sie erst mal die Probleme im eigenen Land lösen.</i>

Tabelle 1: Übersicht über die analogen Items im Prä- und Posttest.

Um einen Prä-Post-Vergleich der Befürwortung von Bundeswehreinsätzen im Ausland zu ermöglichen, waren jeweils fünf Items im Prä- und Posttest integriert, die sich auf dasselbe Thema bezogen (vgl. Tabelle 1). Die unterschiedliche Formulierung dieser Items verhinderte einerseits, dass das Untersuchungsdesign durchschaut wurde, erschwerte andererseits aber die direkte Vergleichbarkeit. Die Aussagen zu drei Themen (Terrorismusgefahr, Aktive Beteiligung Deutschlands und

1. Die Aussagen kamen einerseits in der Bundestagsdebatte zum Libanon-Einsatz, andererseits in verschiedenen Zeitungen, meist als Kommentar oder Leserbrief, vor. Des Weiteren wurden Items aus einer Bevölkerungsumfrage zum sicherheits- und verteidigungspolitischen Meinungsbild von Bulmahn (2005) übernommen, wie z.B. die dort gefundenen typischen Gründe für eine Zustimmung bzw. Ablehnung eines internationalen Engagements Deutschlands.

Priorität der Probleme im eigenen Land) sind jedoch so ähnlich, dass sie als analog angesehen werden können und einen direkten Prä-Post-Vergleich ermöglichen. Die Items, die nicht für den Prä-Post-Vergleich verwendet wurden, dienen als Indikatoren für die mentalen Modelle der Teilnehmenden.

Zwischen Prä- und Posttest sollten die Teilnehmenden einen Zeitungsartikel über den sogenannten „Totenschädel-Skandal“ lesen. Der Artikel war entweder mit einem Frame, der Auslandseinsätze der Bundeswehr unterstützt (*Pro-Frame*), oder mit einem, der diese kritisiert (*Contra-Frame*), versehen. Der Frame war relativ stark gewählt. Nur der erste Absatz, der die Fakten zu dem „Totenschädel-Skandal“ so neutral wie möglich darlegt, war in beiden Versionen identisch. Die folgenden Absätze, die Aussagen von Regierungsangehörigen enthielten, sowie die Überschrift und das Foto waren an den jeweiligen Frame angepasst (vgl. Anhang A).

Auf den Zeitungsartikel folgte ein Memory-Test, in welchem einige Aussagen aus dem gerade gelesenen Text mit eigenen Worten wiedergeben werden sollten, um somit eine tiefere Verarbeitung der gelesenen Information zu bewirken. Ein Text-Verständnis-Fragebogen, der aus einer Studie von Bläsi, Jaeger, Kempf und Spohrs (2005) adaptiert wurde, erfasste die Akzeptanz, die Bewertung, den Neuigkeitsgehalt und die Glaubwürdigkeit des Textes.¹

Des Weiteren enthielt der Fragebogen demographische Variablen wie Alter, Geschlecht, Staatsangehörigkeit, Studienfach, etc., sowie Fragen zur politischen Orientierung und politischem Interesse. Außerdem wurde das Wissen über die Außen- und Sicherheitspolitik Deutschlands und über Auslandseinsätze der Bundeswehr erfasst.

2.3 Statistische Methoden

Zur Überprüfung der Hypothesen wurde sich klassischer statistischer Methoden zum Mittelwerts-Vergleich sowie der Latenten Klassen Analyse (LCA)² bedient. Die Kategorien weiß nicht und keine Angabe wurden für die Mittelwerts-Vergleiche zur mittleren Kategorie (stimme teilweise zu) hinzugefügt. Für die Latente Klassen Analysen wurden mehrere Items aus Prä- und Posttest umkodiert, um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Schlüsselrichtung der Einstellungitems im Fragebogen variiert wurde. Nach der Umkodierung waren alle Items so gepolt, dass der Wert 0 eine starke Befürwortung (pro) und der Wert 4 eine starke Ablehnung von Bundeswehreinrätsätzen im Ausland (contra) repräsentierte.

Hypothese 1 wurde mithilfe von T-Tests für gepaarte Stichproben mit den drei analogen Items aus Prä- und Posttest zu den Themen Terrorismusgefahr, Aktive Beteiligung Deutschlands und Priorität der Probleme im eigenen Land getestet. Zur Überprüfung von Hypothese 2 wurden die Pro- und Contra-Frame-Gruppe mithilfe von T-Tests bezüglich der Prä-Posttest-Differenzen in diesen Items verglichen.³ Außerdem wurden mithilfe einer LCA Antwortmuster in den Prä- und Posttestitems zu den fünf Themenbereichen Friedenssicherung, Verpflichtung, Terrorismusgefahr, Aktive Beteiligung Deutschlands und Priorität der Probleme im eigenen Land (vgl. Tabelle 1) ermittelt, welche typische Veränderungen von Prä- zu Posttest widerspiegeln. Mithilfe einer Kontingenzanalyse wurde überprüft, ob ein Zusammenhang zwischen diesen Veränderungsmustern und der Textvariante besteht.

Um Hypothese 3 zu testen wurden die a priori mentalen Modelle der Teilnehmenden mithilfe einer LCA über die Antworten zu den Prätestitems ermittelt.

Zur Berechnung des Einflusses der a priori mentalen Modelle auf den Medienwirkungseffekt (Hypothese 4) wurden die mithilfe einer LCA ermittelten a priori mentalen Modelle der Teilnehmenden und die Antwortmuster im Prä- und Posttest bzw. die Prä-Posttest-Differenzen in den drei analogen Items in eine Kontingenzanalyse gegeben. Für Hypothese 5 wurde die Interaktion von a priori mentalen Modellen und der Textvariante erfasst, indem Varianzanalysen mit den Faktoren Textvariante und a priori mentale Modelle und den Prä-Post-Differenzen in den drei analogen Items zu den Themen Terrorismusgefahr, Aktive Beteiligung Deutschlands und Priorität der Probleme im eigenen Land als abhängige Variablen berechnet wurden.

-
1. Die beiden Tests „Memory-Test“ und „Text-Verständnis-Fragebogen“ sind nicht Gegenstand des vorliegenden Aufsatzes, daher wird auf ihre Ergebnisse im Ergebnisteil nicht näher eingegangen.
 2. Mittels der LCA können Untergruppen typischer Antwortmuster identifiziert werden, die einer Häufigkeitsverteilung zugrunde liegen. Die LCA unterteilt den heterogenen Datensatz in statistisch nicht zusammenhängende Untergruppen („latente Klassen“), welche homogen bezüglich eines nicht direkt messbaren latenten Faktors (z.B. Einstellungen oder mentale Modelle) sind, der sich in bestimmten Antwortmustern in einem Fragebogen widerspiegelt.
 3. Aufgrund des signifikanten Unterschiedes zwischen den beiden Versuchsgruppen in dem Prätest-Item „Deutschland sollte in der internationalen Politik eine aktive Rolle spielen“, wurde keine 2-faktorielle Varianzanalyse mit den Faktoren *Textvariante* und *Prä-Post* durchgeführt.

2.4 Stichprobencharakteristika

Die Datenerhebung fand zwischen dem 8. Mai und 5. Juni 2007 statt. Teilnehmende waren 267 Studierende der Universitäten Leipzig und Konstanz, die zufällig den beiden Versuchsbedingungen zugewiesen wurden, sodass 133 Teilnehmende den Nachrichtenartikel mit dem Pro-Frame und 134 den Nachrichtenartikel mit dem Contra-Frame lasen.

Die Teilnehmenden waren im Durchschnitt 23.32 Jahre alt ($SD = 3.232$), wobei die jüngste 19 Jahre und die älteste 43 Jahre zählte. Die weiblichen Teilnehmenden überwogen mit 68% (männlich 32%, eine Person machte keine Angabe zum Geschlecht). 95% gaben die deutsche Staatsbürgerschaft an, 4% eine ausländische und zwei Personen besaßen eine doppelte Staatsbürgerschaft. Die Studienfächer-Kombination war recht breit gestreut, wobei die sozialwissenschaftlichen Fächer überwogen (51%), gefolgt von den Geisteswissenschaften (27%) und den Naturwissenschaften (19%). 3% gaben kein Studienfach an. Die Semesteranzahl variierte von 2 bis 24; im Durchschnitt betrug sie 5.30 ($SD = 2.084$).

Bezüglich ihrer politischen Orientierung schätzten sich die Teilnehmenden tendenziell mittig-links ein mit einem Durchschnitts-Wert von 3.09 (Skala von 1 bis 7) und einer Standardabweichung von 1.035. Das durchschnittliche Interesse für Politik war auf einer Skala von 0 = „sehr stark“ über 1 = „stark“, 2 = „mittel“, 3 = „wenig“ bis 4 = „überhaupt nicht“ mittelmäßig bis stark ausgeprägt ($M = 1.85$, $SD = 0.864$). Bezüglich sozialer und politischer Themen auf der Höhe der Zeit zu sein, schätzten die Teilnehmenden durchschnittlich als wichtig bis einigermaßen wichtig ein ($M = 1.11$, $SD = 0.711$)¹.

Gut die Hälfte (51%) gab an, dass sie nicht bereit wären, für Deutschland zu kämpfen, 8% wären bereit und 40% waren unentschlossen.

Die Teilnehmenden hatten ein relativ geringes Wissen über die Außen- und Sicherheitspolitik Deutschlands und über die Auslandseinsätze der Bundeswehr. Im Test des Wissens zu sicherheits- und außenpolitische Themen wurden von den 6 Punkten, die insgesamt erreicht werden konnten, im Mittel nur 1.58 erreicht ($SD = 1.319$). 56% der Probanden erzielten 0 oder 1 Punkt, die Höchstpunktzahl wurde von keinem erreicht und nur ein einziger erreichte 5 Punkte. Ihre Kenntnis bezüglich der Außen- und Sicherheitspolitik Deutschlands und der Auslandseinsätze der Bundeswehr schätzten die Teilnehmenden selbst im Durchschnitt jeweils als mittelmäßig bis gering ein (Kenntnis Außen- und Sicherheitspolitik: $M = 2.38$, $SD = 0.852$; Kenntnis Auslandseinsätze der Bundeswehr: $M = 2.43$, $SD = 0.835$)².

Obwohl auf eine Randomisierung der Experimentalgruppen geachtet wurde, zeigten sich in zwei Prätest-Items Gruppenunterschiede, welche bei den folgenden Berechnungen berücksichtigt werden müssen. Die Aussage „Um die Vereinten Nationen zu stärken, muss Deutschland gegebenenfalls auch zu Bundeswehreinsetzen bereit sein“ lehnte die Gruppe, die im Anschluss den Contra-Text las, im Durchschnitt stärker ab ($M = 2.46$, $SD = 1.080$) als die Pro-Text-Gruppe ($M = 2.15$, $SD = 1.138$; $T = -2.245$, $df = 265$, $p < .05$). Der Aussage „Deutschland sollte in der internationalen Politik eine aktive Rolle spielen“ stimmte die Contra-Text-Gruppe stärker zu ($M = 1.19$, $SD = 1.000$) als die Gruppe, die später den Pro-Text zu lesen bekam ($M = 1.50$, $SD = 1.005$; $T = 2.525$, $df = 265$, $p < .05$).

3 Ergebnisse

3.1 Medienwirkung

In einem ersten Schritt wurde geprüft, welchen Einfluss die Experimental-Bedingungen insgesamt hatten, indem die Prä- und Posttest-Antworten zu den Themen Terrorismusgefahr, Aktive Beteiligung Deutschlands und Priorität der Probleme im eigenen Land miteinander verglichen wurden.

Es zeigte sich, dass nach dem Lesen des Zeitungsartikels

- die Zustimmung zu einer aktiven Beteiligung Deutschlands signifikant abnahm ($T = -5.310$, $df = 266$, $p < .001$) und
- die Zustimmung zu der Aussage, dass die Probleme im eigenen Land Priorität haben sollten, signifikant zunahm ($T = 2.874$, $df = 266$, $p < .01$).

Die Zustimmung zu der Aussage, dass Militäreinsätze den Terrorismus verstärken, veränderte sich nicht signifikant von Prä- zu Posttest ($T = 1.653$, $df = 266$, $p > .05$).

Das Lesen des Artikels wirkte sich also insofern aus, dass die Auslandseinsätze der Bundeswehr nach dem Lesen des Artikels stärker abgelehnt wurden als davor. Allerdings scheint dieser Einfluss themenspezifisch zu sein, da der Effekt nur in den Bereichen Aktive Beteiligung Deutschlands und Priorität der Probleme im eigenen Land nachgewiesen werden konnte.

1. Als Antwortkategorien waren 0 = „sehr wichtig“, 1 = „wichtig“, 2 = „einigermaßen wichtig“, 3 = „weniger wichtig“ und 4 = „unwichtig“ vorgegeben.
2. Als Antwortkategorien waren 0 = „sehr gut“, 1 = „gut“, 2 = „mittelmäßig“, 3 = „gering“ und 4 = „sehr gering“ vorgegeben.

3.2 Framing-Effekt

Es konnte kein eindeutiger Framing-Effekt festgestellt werden. Weder beim Thema Terrorismusgefahr ($T = 0.267$, $df = 265$, $p > .05$), noch beim Thema Priorität der Probleme im eigenen Land ($T = -0.760$, $df = 265$, $p > .05$) fielen die Vergleiche der Prä-Post-Differenzen zwischen den beiden Experimentalgruppen signifikant aus. Lediglich bezüglich der aktiven Beteiligung Deutschlands zeigte die Contra-Frame-Gruppe im Vergleich zur Pro-Frame-Gruppe eine signifikant größere Veränderung in Richtung Ablehnung nach dem Lesen des Artikels ($T = 2.637$, $df = 265$, $p < .01$).

Die LCA mit je fünf Items aus Prä- und Posttest (vgl. Tabelle 1) erbrachte vier latente Klassen bzw. Antwortmuster, die sich wie folgt bezüglich ihrer Veränderung in der Zustimmung zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr beschreiben lassen:

Klasse 1, welcher 33% der Teilnehmenden zugeordnet wurden, zeigte im Prätest eine unentschlossene Haltung, die in Richtung Befürwortung tendierte. Nach dem Lesen des Artikels verschob sich die Haltung ein wenig in Richtung Ablehnung, blieb aber insgesamt unentschlossen mit einer Tendenz in Richtung Befürwortung. Sie wird im Folgenden als positiv-unentschlossen -> unentschlossen-positiv bezeichnet (vgl. Abbildung 2).

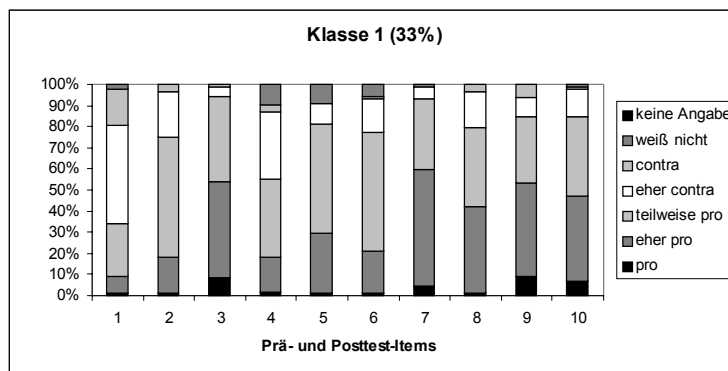


Abbildung 2: Differenz-Klasse 1 (positiv-unentschlossen -> unentschlossen-positiv). Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-10 siehe Tabelle 2.

Klasse 2 (26%) zeigte im Prätest eine unentschlossene Haltung, allerdings mit einer Tendenz in Richtung Ablehnung. Diese ablehnende Tendenz verstärkte sich nach dem Lesen des Artikels noch ein wenig, insgesamt blieb diese Klasse aber eher unentschlossen mit einer Tendenz in Richtung Ablehnung. Im Folgenden wird sie mit unentschlossen-negativ -> negativ-unentschlossen umschrieben (vgl. Abbildung 3).

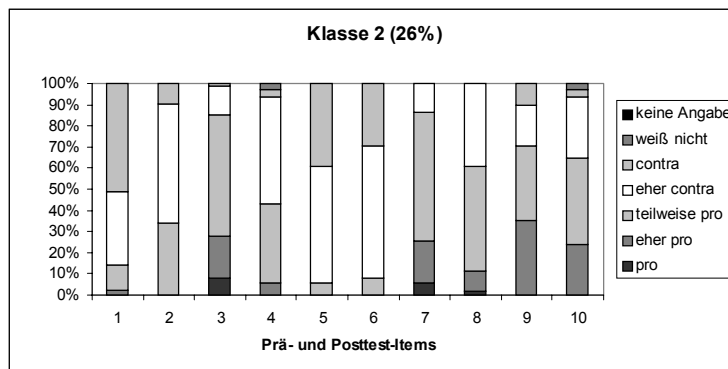


Abbildung 3: Differenz-Klasse 2 (unentschlossen-negativ -> negativ-unentschlossen). Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-10 siehe Tabelle 2.

Angehörige der Klasse 3 (23%) befürworteten die Auslandseinsätze der Bundeswehr vor dem Lesen des Artikels von allen vier Klassen am stärksten, zeigten aber auch eine gewisse Ambivalenz. In den Prätest-Items zu den Themen Friedenssicherung und Terrorismusgefahr wurde im Mittel eine eher ablehnende Haltung gegenüber Bundeswehreinsätzen im Ausland sichtbar. Im Posttest zeigte sich die Klasse weniger ambivalent und kennzeichnete sich durch eine überwiegend positive Einstellung den Auslandseinsätzen der Bundeswehr gegenüber aus. Sie wird im Weiteren als positiv-ambivalent -> positiv bezeichnet (vgl. Abbildung 4).

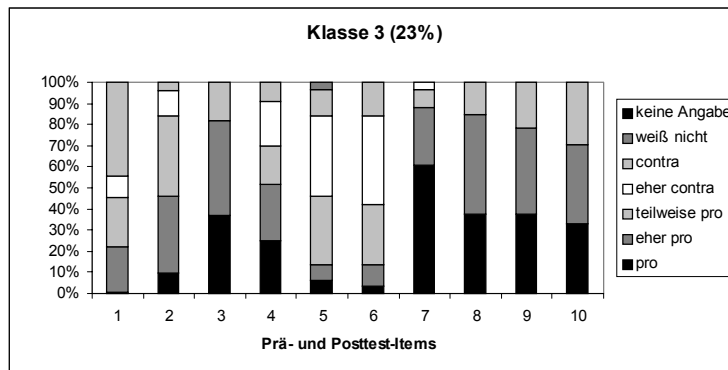


Abbildung 4: Differenz-Klasse 3 (positiv-ambivalent -> positiv). Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-10 siehe Tabelle 2.

Klasse 4 (18%) hatte im Prätest die ablehnendste Haltung aller Klassen, zeigte aber, wie Klasse 3, Ambivalenz in manchen Items; bei den Themen Verpflichtung und aktive Beteiligung Deutschlands tendierte sie in Richtung unentschieden bis befürwortend bezüglich der Auslandseinsätze. Nach dem Lesen des Artikels wurde die Ambivalenz geringer und die Ablehnung verstärkte sich. Sie kann somit mit negativ-ambivalent -> negativ betitelt werden (vgl. Abbildung 5).

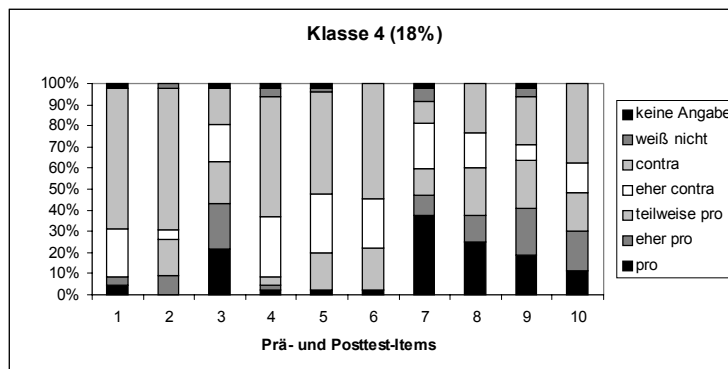


Abbildung 5: Differenz-Klasse 4 (negativ-ambivalent -> negativ). Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-10 siehe Tabelle 2.

Nr.	Wortlaut	Test
1	Militäreinsätze können keinen dauerhaften Frieden garantieren. (umkodiert)	Prä-Test
2	Auslandseinsätze der Bundeswehr sind notwendig zur Friedenssicherung.	Post-Test
3	Deutschlands gewachsene Verantwortung in der Welt verpflichtet uns, anderen Ländern bei der Bewältigung von Krisen und Konflikten zu helfen.	Prä-Test
4	Deutschland ist als Bündnispartner verpflichtet, sich an Nato-Einsätzen mit bewaffneten Streitkräften zu beteiligen.	Post-Test
5	Der Einsatz von Militär zur Bekämpfung des Terrorismus verstärkt diesen nur. (umkodiert)	Prä-Test
6	Eine Bekämpfung von Terrorismus durch Militäreinsätze verstärkt den Terrorismus. (umkodiert)	Post-Test
7	Deutschland sollte in der internationalen Politik eine aktive Rolle spielen.	Prä-Test
8	Deutschland sollte sich bei der Bewältigung von Krisen und Konflikten aktiv beteiligen.	Post-Test
9	Es gibt genug Probleme in Deutschland, die zunächst bewältigt werden müssen, bevor man sich im Ausland engagiert. (umkodiert)	Prä-Test
10	Bevor die Politiker unser Geld für Auslandseinsätze ausgeben, sollten sie erst mal die Probleme im eigenen Land lösen. (umkodiert)	Post-Test

Tabelle 2: Wortlaut der analogen Prä- und Posttest-Items in Abbildung 2 – 5.

Es konnte allerdings kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Klassenzugehörigkeit und dem Text-Frame gefunden werden ($\chi^2 = 6.983$, $df = 3$, $p > .05$).

Hypothese 2 kann somit nicht bestätigt werden. Die Analyse der Daten zeigte nur minimale Framing-Effekte, welche aber in die erwartete Richtung gingen. Welchen Text-Frame der gelesene Artikel besaß, hatte in dieser Stichprobe also insgesamt nur sehr wenig Auswirkung auf die Befürwortung von Bundeswehreinsätzen im Ausland.

3.3 Mentale Modelle

3.3.1 A priori mentale Modelle

Die Auswertung der Prätest-Items zeigte, dass die Teilnehmenden im Durchschnitt recht unentschieden waren und mit einem Mittelwert von 2.14 (SD = 0.516) auf einer Skala von 0 bis 4 eine sehr kleine Tendenz in Richtung Ablehnung von Bundeswehreinsätzen im Ausland aufwiesen.

Eine Betrachtung der einzelnen Item-Mittelwerte zeigte, dass bei Aussagen, in denen direkt das Militärische oder der Krieg bzw. die Risiken eines Einsatzes angesprochen wurden, eher eine ablehnende Haltung, bei Aussagen, die das Thema Verantwortung beinhalteten, hingegen eine zustimmende Haltung gegenüber Bundeswehreinsätzen im Ausland zu Tage trat. Diese Antworttendenzen spiegeln gut den Konflikt zwischen den mentalen Modellen der Rezipienten wider. Die drei mithilfe einer LCA ermittelten typischen Antwortmuster im Prätest bestätigen diesen Befund:

Klasse 2, welcher 23% der Teilnehmenden zugeordnet wurden, befürwortete Bundeswehreinsätze im Allgemeinen eher; nur bei Items, die Militärisches enthielten, zeigte sie eine Tendenz in Richtung Ablehnung (vgl. Abbildung 7). Klasse 3 (17%) zeigte insgesamt eine starke Ablehnung, die etwas weniger stark war bei Items zur Verantwortung oder Stärkung der UN (vgl. Abbildung 8). Klasse 1 war mit 60% die größte, ihre Mitglieder waren eher hin- und hergerissen. Sie lehnten Militärisches ab, befürworteten aber Bundeswehreinsätze, wenn die Verantwortung Deutschlands angesprochen wurde (vgl. Abbildung 6).

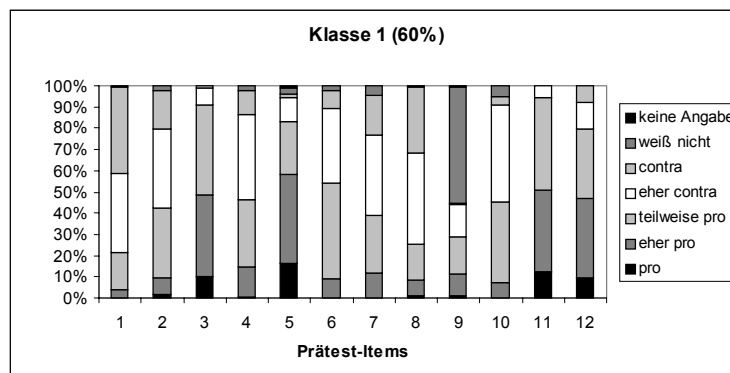


Abbildung 6: Ambivalentes a priori mentales Modell. Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-12 siehe Tabelle 3.

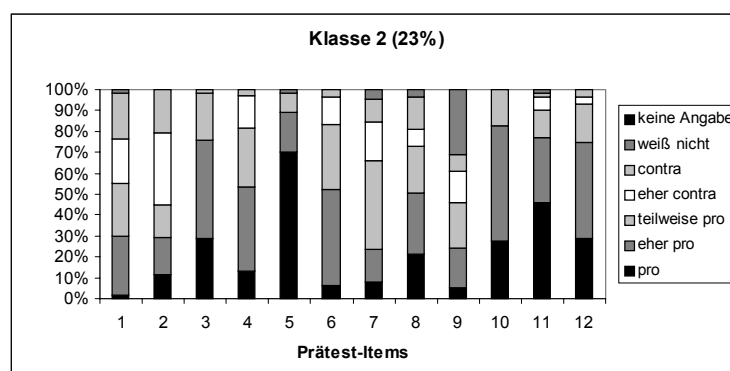


Abbildung 7: Befürwortendes a priori mentales Modell. Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-12 siehe Tabelle 3.

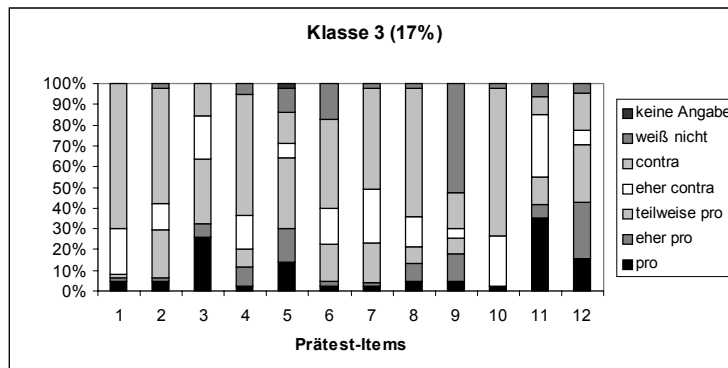


Abbildung 8: Ablehnendes a priori mentales Modell. Pro und contra beziehen sich auf die Befürwortung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Für den Wortlaut der Items 1-12 siehe Tabelle 3.

Nr.	Wortlaut
1	Militäreinsätze können keinen dauerhaften Frieden garantieren. (umkodiert)
2	Deutschland sollte einen besonders sensiblen Umgang mit Militärischem haben. (umkodiert)
3	Deutschlands gewachsene Verantwortung in der Welt verpflichtet uns, anderen Ländern bei der Bewältigung von Krisen und Konflikten zu helfen.
4	Die Außenpolitik der Bundesrepublik sollte sich in Krisenregionen auf finanzielle und materielle Unterstützung beschränken. (umkodiert)
5	Es ist wichtig, die Rolle der Vereinten Nationen zu stärken.
6	Bundeswehreinätze in Konfliktregionen sind zu riskant. (umkodiert)
7	Der Einsatz von Militär zur Bekämpfung des Terrorismus verstärkt diesen nur. (umkodiert)
8	Unter bestimmten Umständen ist Krieg notwendig, um Gerechtigkeit zu erlangen.
9	Durch die neuartigen Einsätze der Bundeswehr ist das Bild vom „Staatsbürger in Uniform“ nicht mehr gültig. (umkodiert)
10	Um die Vereinten Nationen zu stärken, muss Deutschland gegebenenfalls auch zu Bundeswehreinätzen bereit sein.
11	Deutschland sollte in der internationalen Politik eine aktive Rolle spielen.
12	Es gibt genug Probleme in Deutschland, die zunächst bewältigt werden müssen, bevor man sich im Ausland engagiert. (umkodiert)

Tabelle 3: Wortlaut der Items in Abbildung 6 – 8.

Hypothese 3 kann bestätigt werden. Ein Großteil der Teilnehmenden zeigte also ambivalente a priori mentale Modelle, während die restlichen 40% der Stichprobe eine entweder befürwortende oder ablehnende Haltung aufwiesen.

3.3.2 A priori mentale Modelle und Medienwirkungseffekt

Welchen Einfluss die a priori mentalen Modelle auf den Medienwirkungseffekt haben, wurde zunächst mittels einer Kontingenzanalyse untersucht, in welcher der Zusammenhang zwischen den ermittelten a priori mentalen Modellen¹ und den Prä-Post-Differenzen berechnet wurde.

Beim Thema Priorität der Probleme im eigenen Land wurde ein signifikanter Zusammenhang festgestellt ($\chi^2 = 21.981$, $df = 12$, $p < .05$), der in Abbildung 9 veranschaulicht wird.

Personen mit ambivalenten a priori mentalen Modellen veränderten ihre Haltung zu der Aussage, dass die Probleme im eigenen Land Priorität vor Auslandseinsätzen haben sollten, stärker in Richtung Ablehnung im Posttest (Rubrik „-“) im Vergleich zu den anderen beiden Klassen. Sie zeigten also nach dem Lesen des Textes eine stärker Tendenz in Richtung Befürwortung von Bundeswehreinätzen im Ausland als Personen mit befürwortenden oder ablehnenden a priori mentalen Modellen. In der Klasse 3 mit ablehnenden a priori mentalen Modellen hingegen tendierte eine größere Anzahl der Mitglie-

1. Hierfür wurden die 3 Items zur Berechnung der Prä-Posttest-Differenzen nicht in die LCA aufgenommen. Die drei sich ergebenden Klassen entsprechen aber den Klassen, die sich bei einer LCA über den kompletten Prätest ergeben: ambivalent, ablehnend und befürwortend.

der bei diesem Item in Richtung Befürwortung im Posttest (Rubrik „+“) im Vergleich zu den anderen beiden Klassen. Diese Klasse veränderte ihre Haltung zu Bundeswehreinsätzen im Ausland nach dem Lesen des Artikels also stärker in Richtung Ablehnung als Personen mit ambivalenten oder befürwortenden a priori mentalen Modellen. Von den Personen mit befürwortenden a priori mentalen Modellen behielt im Vergleich zu den anderen beiden Klassen ein größerer Teil seine Antworttendenz im Posttest bei.

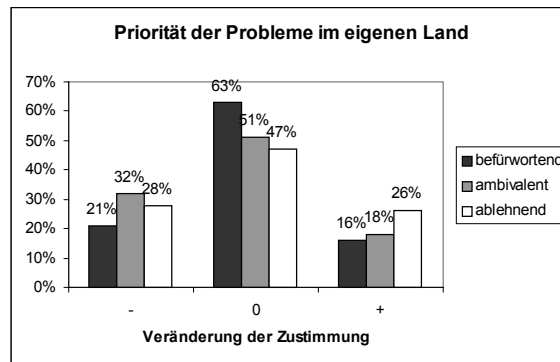


Abbildung 9: Veränderung der Zustimmung im Item Priorität der Probleme im eigenen Land in Abhängigkeit von a priori mentalen Modellen. Minus = stärkere Ablehnung der Aussage im Posttest (bedeutet stärkere Zustimmung zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr); Plus = stärkere Zustimmung zu der Aussage im Posttest (bedeutet stärkere Ablehnung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr); Null = keine Veränderung von Prä- zu Posttest.

Die Chi-Quadrat-Tests zur Testung des Zusammenhangs zwischen den a priori mentalen Modellen und den Prä-Posttest-Differenzen bezüglich der Themen Terrorismusgefahr bzw. Aktive Beteiligung Deutschlands fielen nicht signifikant aus ($\chi^2 = 6.906$, $df = 12$, $p > .05$; bzw. $\chi^2 = 22.833$, $df = 16$, $p > .05$).

Um einen detaillierteren Zusammenhang zwischen den a priori mentalen Modellen und der Einstellungsänderung zu ermitteln, wurde eine Kontingenzanalyse mit den a priori mentalen Modellen und den Veränderungsmustern von Prä- zu Posttest in den oben genannten fünf Themenbereichen durchgeführt. Diese fiel signifikant aus ($\chi^2 = 108.688$, $df = 9$, $p < .001$), wie Abbildung 10 verdeutlicht.

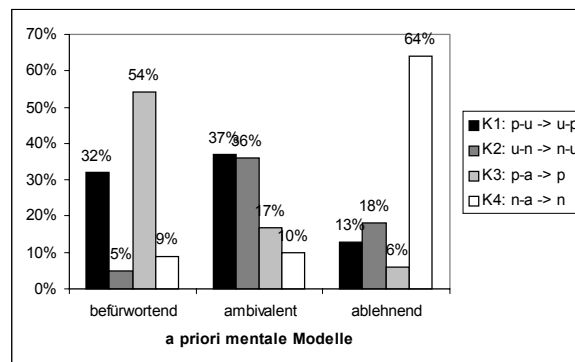


Abbildung 10: Zusammenhang zwischen den a priori mentalen Modellen und den Prä-Post-Differenz-Klassen. p = positiv; u = unentschlossen; n = negativ; a = ambivalent.

In der latenten Klasse mit den ambivalenten a priori mentalen Modellen sind die beiden Differenz-Klassen überrepräsentiert, die sowohl im Prä- als auch im Posttest eher unentschlossen sind und deren Haltung sich nach Lesen des Artikels tendenziell in Richtung Ablehnung verschiebt (Klasse 1 „positiv-unentschlossen -> unentschlossen-positiv“: 37% bzw. Klasse 2 „unentschlossen-negativ -> negativ-unentschlossen“: 36%). In der latenten Klasse mit den befürwortenden a priori mentalen Modellen kommt die Differenz-Klasse 3, die im Prätest eine positiv-ambivalente Haltung zeigt und im Posttest stärker in Richtung Befürwortung tendiert, überhäufig vor (54%), und in der latenten Klasse mit den ablehnenden a priori mentalen Modellen ist die Differenz-Klasse 4 mit der negativ-ambivalenten Haltung im Prätest, die sich im Posttest stärker in Richtung Ablehnung verschiebt, überrepräsentiert (63%).

Die a priori ambivalenten und negativen mentalen Modelle wurden also durch den Artikel in eine negative, die a priori positiven mentalen Modelle in eine positive Richtung beeinflusst. Insgesamt blieb aber die befürwortende, ablehnende oder ambivalente Tendenz, die schon vor dem Lesen des Artikels bestand, bestehen.

3.3.3 A priori mentale Modelle und Framing-Effekt

Um den Einfluss der Interaktion von a priori mentalen Modellen und Textvariante zu ermitteln, wurden Varianzanalysen mit den Prä-Post-Differenzen für die drei analogen Items zu den Themen Terrorismusgefahr, Priorität der Probleme im eigenen Land und Aktive Beteiligung Deutschlands als abhängige Variablen und den Faktoren a priori mentale Modelle und Textvariante berechnet.

Weder beim Thema Terrorismusgefahr (Haupteffekt Textvariante: $F = 0.039$, $df = 1$, $p > .05$; Haupteffekt a priori mentale Modelle: $F = 0.043$, $df = 2$, $p > .05$; Wechselwirkung: $F = 1.091$, $df = 2$, $p > .05$) noch beim Thema Priorität der Probleme im eigenen Land (Haupteffekt Textvariante: $F = 1.370$, $df = 1$, $p > .05$; Haupteffekt a priori mentale Modelle: $F = 0.350$, $df = 2$, $p > .05$; Wechselwirkung: $F = 1.349$, $df = 2$, $p > .05$) fielen die Varianzanalysen signifikant aus.

Anders sah es beim Thema Aktive Beteiligung Deutschlands aus, wie Abbildung 11 verdeutlicht. Hier konnte sowohl für den Faktor Textvariante ($F = 12.404$, $df = 1$, $p < .01$), als auch für den Faktor a priori mentale Modelle ($F = 3.371$, $df = 2$, $p < .05$) ein signifikanter Einfluss auf die Mittelwerts-Unterschiede in Prä- und Posttest festgestellt werden.

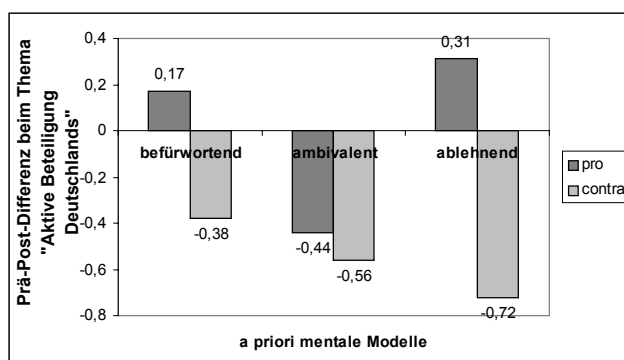


Abbildung 11: Interaktion der Faktoren a priori mentale Modelle und Textvariante auf die Prä-Post-Differenz beim Thema Aktive Beteiligung Deutschlands.

Die Contra-Frame-Gruppe veränderte ihre Haltung zu einer aktiven Beteiligung Deutschlands nach dem Lesen des Textes stärker in Richtung Ablehnung ($M = -0.55$, $SD = 0.109$) als die Pro-Frame-Gruppe ($M = 0.02$, $SD = 0.119$). Personen, die zu Anfang ein ambivalentes mentales Modell besaßen, veränderten ihre Haltung zu einer aktiven Beteiligung Deutschlands stärker in Richtung Ablehnung ($M = -0.50$, $SD = 0.087$) als Personen mit ablehnenden ($M = -0.20$, $SD = 0.178$) oder mit befürwortenden mentalen Modellen ($M = -0.10$, $SD = 0.139$). Der Test des Einflusses der Interaktion der beiden Faktoren fiel nur knapp nicht signifikant aus ($F = 2.939$, $df = 2$, $p = .055$). Tendenziell war der Framing-Effekt in der Klasse mit ablehnenden a priori mentalen Modellen am stärksten (Pro: $M = 0.31$, $SD = 0.278$, Contra: $M = -0.72$, $SD = 0.222$), gefolgt von der befürwortenden Klasse (Pro: $M = 0.17$, $SD = 0.188$, Contra: $M = -0.38$, $SD = 0.206$), während bei den Teilnehmenden mit ambivalenten a priori mentalen Modellen fast kein Unterschied zwischen den beiden Experimentalgruppen festzustellen war, und die Tendenz sowohl nach Lesen des Contra-Textes ($M = -0.56$, $SD = 0.124$) als auch nach Lesen des Pro-Frame-Textes ($M = -0.44$, $SD = 0.123$) in Richtung Ablehnung ging.

3.4 Zusammenfassung

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass das Lesen der Artikel zu einer ablehneren Haltung gegenüber Bundeswehreinätzen im Ausland führte. Wie die Artikel geframt waren, hatte in dieser Stichprobe allerdings fast keinen Einfluss auf die Zustimmung zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Stattdessen zeichnete sich die Haltung, die sich schon in den a priori mentalen Modellen der Teilnehmenden widerspiegelte, unabhängig vom Text-Frame auch in den Antworten im Posttest ab: eine befürwortende Haltung gegenüber den Auslandseinsätzen der Bundeswehr blieb eher befürwortend, eine ablehnende Haltung eher ablehnend und eine anfänglich ambivalente Haltung drückte sich in einer unentschlossenen Haltung im Posttest aus. Der schon bestehende mentale Frame schien also in dieser Stichprobe stärker zu sein als der durch den Artikel angebotene Text-Frame.

4 Diskussion

Bezüglich der Interpretation und Generalisierung der Ergebnisse müssen in dieser Studie einige Einschränkungen berücksichtigt werden. Die studentische Stichprobe ist nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung und bei allen Vorteilen, die ein Experiment mit sich bringt (wie der Kontrolle möglichst vieler Störvariablen), ist eine Übertragung der Ergebnisse auf das alltägliche Leben (aufgrund der künstlichen Bedingungen) erschwert. Auch zeigten sich, obwohl auf eine Randomisierung der Stichprobe geachtet wurde, schon vor der experimentellen Manipulation ein paar Unterschiede zwischen den beiden Experimentalgruppen, die bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden müssen.

Unter Berücksichtigung dieser Einschränkungen lassen sich dennoch folgende Schlüsse aus den Ergebnisse ziehen.

4.1 Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse

4.1.1 Medienwirkung

Die vorliegende Studie kann Evidenz für den Einfluss der Medienberichterstattung auf die öffentliche Meinung liefern, und bestätigt damit den Befund einer Reihe von Medieneffekt-Studien, die ähnliches fanden. Die Ergebnisse bestätigen die Annahme, dass sich das Lesen des Artikels und die Integration der Informationen in die mentalen Modelle der Teilnehmenden auf die Befürwortung von Bundeswehreinsätzen im Ausland auswirkte (Hypothese 1). In zwei von drei Themen zeigten die Teilnehmenden, nachdem sie den Zeitungsartikel gelesen hatten, eine stärkere Ablehnung von Auslandseinsätzen der Bundeswehr als im Vorhinein.

Wie bei einem Großteil der Framing-Studien wurde hier allerdings nur ein kurzfristiger Effekt gemessen. Ein langfristiger Effekt auf die Einstellung ist nach dem Lesen eines einzigen Artikels nicht zu erwarten. Aber durch eine kontinuierliche Berichterstattung kann längerfristig durch die Beeinflussung der mentalen Modelle, die sich die Rezipienten zu den Fakten und Ereignissen erstellen und in den öffentlichen Diskurs einbringen, eine Veränderung in der öffentlichen Meinung folgen, wie z.B. Iyengar und Kinder (1987) oder Simon und Jerit (2007) zeigen konnten.

4.1.2 Framing-Effekt

Im Gegensatz zu vielen anderen Framing-Studien (z.B. Nelson, Oxley & Clawson, 1997; Tewksbury et al., 2000; Iyengar, 1991; Peleg und Alimi, 2005), die einen signifikanten Framing-Effekt schon nach einmaligem Lesen eines Artikels feststellten, konnte in der vorliegenden Studie kein eindeutiger Framing-Effekt nachgewiesen werden. Hypothese 2 kann somit nicht bestätigt werden. Der Frame, mit welchem der Artikel versehen wurde, zeigte insgesamt nur einen geringen bis gar keinen Effekt auf die Haltung der Teilnehmenden gegenüber Auslandseinsätzen der Bundeswehr. Mögliche Erklärungen dafür beziehen sich auf die Wahl des Themas bzw. auf die Wahl der Frames.

Zum Thema Bundeswehreinsätze im Ausland bestanden zwar ambivalente mentale Modelle bei den Teilnehmenden, aber eventuell fehlte eine emotionale Nähe zu dem Thema. Diese Annahme würde auch bei den Ergebnissen einer Framing-Studie zum Israel-Palästina-Konflikt von Kempf (2006) greifen. Er konnte in der deutschen Stichprobe keinen Framing-Effekt feststellen, während Peleg und Alimi (2005) in einer analogen Studie mit israelischen Teilnehmenden, die sicherlich stärker emotional involviert sind in das Thema, einen klaren Einfluss der Frames finden konnten. Der Umstand, dass das Thema in den Monaten vor der Datenerhebung relativ präsent war in den Medien, könnte sich ebenfalls auf den Framing-Effekt ausgewirkt haben. Nach Iyengar (1991) ist ein Framing-Effekt wahrscheinlicher bei neuen und unbekanntem Themen, da hier eher neue Informationen vermittelt werden können und noch keine feste Einstellung gebildet wurde.

Eine weitere Erklärung könnte in der Wahl der Frames liegen. Es ist unwahrscheinlich, dass diese zu schwach waren. Die Texte unterschieden sich deutlich voneinander, es wurde nur eine Sichtweise (pro oder contra) dargestellt, die Überschriften und die Fotos wurden dem Frame angepasst. Andere Studien, die schwächere Frames verwendeten, konnten Framing-Effekte aufzeigen, wie z.B. Peleg und Alimi (2005), die nur Überschrift und Zwischenüberschriften variierten, oder Simon und Jerit (2007), die in den Nachrichtentexten nur ein Wort veränderten. Wahrscheinlicher ist die Erklärung, dass die Frames zu offensichtlich gewählt wurden. Wie auch schon Scheufele (2000) anmerkte, sind die Framing-Effekte oft schwer vorhersagbar oder kontrollierbar, da die Rezipienten die Informationen nicht passiv aufnehmen, sondern aktiv verarbeiten. Mit den Informationen könnten zusätzliche Überlegungen assoziiert worden sein, die nicht kongruent mit dem verwendeten Frame waren. Eventuell wurden von den Teilnehmenden aufgrund der sehr einseitigen Darstellungsweise Gegenargumente produziert, die dem Framing-Effekt entgegenwirkten. Die Auswertung des Text-Verständnis-Fragebogens (s. Stuntebeck, 2007) zeigte, dass der Pro-Frame-Text als weniger glaubwürdig bewertet wurde, weniger neue Informationen enthielt und weniger akzeptiert wurde. Dieser Umstand könnte dazu geführt haben, dass vor allem beim Lesen dieser Textvariante Gegenargumente produziert wurden. Dies wäre eine Erklärung dafür, dass die Teilnehmenden im Durchschnitt nach dem Lesen der Artikel eine ablehnendere Haltung gegenüber Bundeswehreinsätzen im Ausland zeigten.

4.1.3 A priori mentale Modelle

Es hat sich gezeigt, dass unterschiedliche a priori mentale Modelle zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr bestehen. Damit kann Hypothese 3 bestätigt werden. Das Muster in der Beantwortung der einzelnen Prätest-Items lässt darauf schließen, dass bei einer Betonung der Verantwortung Deutschlands die Einsätze eher befürwortet und bei Betonung der Risiken solcher Einsätze diese eher abgelehnt wurden. Insgesamt deuten die Daten darauf hin, dass die Teilnehmenden das Thema eher mittels eines Friedens-Frames betrachteten, was sich in der Ablehnung von Militärischem und Kriegseinsätzen zeigte. Das Ergebnis der Latenten Klassen Analyse verdeutlicht, dass, während ein Teil der Teilnehmenden ablehnende und ein anderer Teil befürwortende a priori mentale Modelle bezüglich der Bundeswehreinsätze im Ausland besaß, der Großteil der Teilnehmenden eine ambivalente Haltung zu diesem Thema hatte. Dies bekräftigt die Vermutung, dass die unterschiedlichen Darstellungsweisen, wie sie z.B. in der Bundestagsdebatte zum Libanoneinsatz gefunden werden konnten (Haack, 2007), sich mittels der Medien in den Köpfen der Rezipienten verankert hatten und so zu diesen verschiedenen mentalen Modellen führten.

Die Ergebnisse der Datenanalyse zeigten einen Einfluss der a priori mentalen Modelle auf den Medienwirkungseffekt (Hypothese 4). Der Effekt, den das Lesen des Artikels und die Integration der Informationen in die mentalen Modelle der Teilnehmenden hatte, variierte also je nach a priori mentalem Modell. Dass Personen mit ambivalenten a priori mentalen Modellen am empfänglichsten für den Text-Frame sind (Hypothese 5), konnte in dieser Studie allerdings nicht gezeigt werden. Es wurde keine signifikante Wechselwirkung zwischen Text-Frame und a priori mentalen Modellen festgestellt. Problematisch war hierbei allerdings, dass insgesamt kein Framing-Effekt gefunden wurde. Im Gegensatz zu anderen Framing-Studien (z.B. Iyengar, 1991; Shen, 2004) konnte also eine Übernahme der Medien-Frames in die mentalen Frames in dieser Stichprobe nicht festgestellt werden. Vielmehr zeigte sich, dass die a priori mentalen Modelle der Rezipienten eine wichtige Rolle bei der Integration und Interpretation der Informationen spielten und sogar einen stärkeren Einfluss auf die Beurteilung der Auslandseinsätze der Bundeswehr haben können als die Text-Frames. Die schon zu Anfang bestehende Tendenz der Teilnehmenden, ein mentales Friedens-Modell anzuwenden, verstärkte sich nach dem Lesen beider Artikel noch, was die stärkere Ablehnung von Bundeswehreinsätzen im Ausland im Posttest zeigte. Der Pro-Frame-Text wurde als weniger glaubwürdig bewertet und weniger akzeptiert, was im Sinne der Theorie der kognitiven Dissonanz (Festinger, 1957) dadurch erklärt werden kann, dass Informationen, die nicht mit der eigenen Einstellung übereinstimmen, abgewertet werden, um kognitive Dissonanz zu reduzieren.

4.2 Resümee und Ausblick

Diese Studie konnte weitere Evidenz dafür bringen, dass Leserinnen und Leser nicht einfach passive Rezipienten von Medienberichterstattung sind. Zwar haben die Medien einen Einfluss auf die Beurteilung von politischen Themen, aber die Ergebnisse untermauern die Annahme, dass die Medienwirkung nicht einem linearen Reiz-Reaktions-Zusammenhang folgt. Stattdessen werden die Informationen von den Rezipienten, in Übereinstimmung mit dem konstruktivistischen Ansatz, aktiv verarbeitet und interpretiert, um aus dem jeweiligen Thema einen Sinn zu konstruieren. Wie die Ergebnisse dieser Studie zeigten, ist der Einfluss der Medien abhängig von den a priori mentalen Modellen der Rezipienten. Daher sollte kognitiven Konzepten wie den mentalen Modellen in der Framing-Forschung mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden. In ihnen spiegelt sich die direkte Auseinandersetzung mit dem Medienbericht wider, wodurch sie einen guten Ansatz bieten, diese kognitiven Prozesse besser zu verstehen.

Einstellungsänderungen durch Medienberichterstattung sind erst längerfristig zu erwarten. Hierfür wären Längsschnittstudien interessant, die teilweise schon durchgeführt wurden (z.B. Simon & Jerit, 2007). Die Erfassung der Entwicklung der mentalen Modelle im Laufe der Zeit wäre eine informative Bereicherung bei solchen Studien.

Die in der vorliegenden Studie intendierten Framing-Effekte erzielten nicht die gewünschte Wirkung, was ein recht positives Bild auf die Leserschaft wirft. Die in den Medien dargebotenen Frames werden nicht einfach unkritisch übernommen. Journalistinnen und Journalisten sollten also berücksichtigen, dass ihre Rezipienten zumeist keine „unbeschriebenen Blätter“ sind. Eine einseitige Berichterstattung, wie sie in dieser Studie verwendet wurde, scheint nicht unbedingt einen starken Einfluss auf die Meinung der Leserinnen und Leser zu haben. Die Frames müssen gut ausgewählt sein. Eventuell wäre eine ausgewogenere Berichterstattung, die beide Seiten berücksichtigt, aber unterschiedlich starke Frames verwendet, wirkungsvoller. Chong und Druckman (2007) postulieren z.B., dass ein schwacher Frame in Kombination mit einem starken gegensätzlichen Frame die Meinung am stärksten in die entgegengesetzte Richtung beeinflusst.

Für die Framing-Forschung bedeuten die Ergebnisse, dass die Frames sorgfältig ausgesucht werden müssen. Der Einfluss der Wechselwirkung zwischen Framing und ambivalenten a priori mentalen Modellen konnten in dieser Studie wegen des fehlenden Framing-Effekts nicht zufriedenstellend überprüft werden. Die Hypothese dieser Studie, dass der stärkste Framing-Effekt bei ambivalenten mentalen Modellen auftritt, steht den Ergebnissen zweier experimenteller Medienwirkungsstudien von Shen (2004) gegenüber, in denen der stärkste Framing-Effekt erzielt wurde, wenn Medien- und Rezipientenframes konsistent waren. Für weitere Untersuchungen mit ambivalenten a priori mentalen Modellen wäre es

sinnvoll, in einer Pilotstudie zu überprüfen, ob einerseits, wie in dieser Studie, ambivalente a priori mentale Modelle zu dem Untersuchungsthema bestehen und ob andererseits die Frames so gestaltet wurden, dass sie einen hinreichenden Einfluss auf die Haltung der Teilnehmenden haben. Überlegungen, die in den Einstellungs-Bildungs-Prozess mit einfließen, müssen nicht nur verfügbar und zugänglich sein, sondern auch als für das Thema angemessen und anwendbar bewertet werden, um Einfluss auszuüben (Chong & Druckman, 2007). Werden sie als irrelevant oder wenig überzeugend angesehen, so wird ihnen wenig Gewicht beigemessen. Es wäre also sinnvoll, im Vorhinein zu ermitteln, welchen Frames die größte Anwendbarkeit und Angemessenheit zugeschrieben wird, um sicher gehen zu können, dass das Framing einen Effekt zeigt. Hierbei kann auch die emotionale Nähe zu dem Thema eine Rolle spielen, daher sollte diese ebenfalls erfasst werden. Methoden wie „Lauter Denken“ (Peters, 1999) oder „peer group conversations“ (Gamson & Modigliani, 1989) stellen gleichfalls eine sinnvolle Ergänzung dar, da diese hilfreich bei der Erfassung der kognitiven Prozesse während der Medienrezeption sind und eventuell ein genaueres Bild davon liefern können, wie die dargebotenen Informationen in die mentalen Modelle der Rezipienten eingebaut werden.

Isoliert dargebotene einseitige Frames, wie sie meist in experimentellen Studien verwendet werden, sind in der alltäglichen Medienberichterstattung eher selten. Eine mögliche Erklärung für das Fehlen der Framing-Effekte in der vorliegenden Studie ist daher auch die, dass die Nachrichtenartikel zu einseitig dargestellt wurden und somit eventuell unglaubwürdig wirkten. Zumeist werden in den Medien unterschiedliche, miteinander konkurrierende Frames angeboten. Framing-Forschung zu mehreren miteinander konkurrierenden Medien-Frames ist ein relativ neues Gebiet. Druckman (2004) geht davon aus, dass sich einander widersprechende Frames gegenseitig aufheben, sodass die echte, von den Frames unbeeinflusste Meinung zu Tage tritt. Edy und Meirick (2007) sehen den Prozess als komplexer an. Sie glauben ebenfalls, dass die Framing-Effekte nicht einfach durch eine Übernahme der angebotenen Frames entstehen, sondern dass die Rezipienten sich ihre eigene Ansicht zu dem Thema zusammenbasteln, indem sie unterschiedliche Elemente der verschiedenen Frames miteinander kombinieren. Welche Elemente dies sind, ist wiederum abhängig von individuellen Faktoren wie dem sozialen Status. Interessant wäre zu untersuchen, wie miteinander konkurrierende a priori mentale Modelle in einer Situation, in der Medien-Frames miteinander konkurrieren, beeinflusst werden, bzw. wie diese sich auf den Framing-Effekt auswirken.

Literatur

- Annabring, U., Diltman, R. & Kempf, W. (2005). Die kognitive Repräsentation von Nachkriegskonflikten im Spannungsfeld zwischen Mainstream-Diskurs und abweichender Berichterstattung. In Projektgruppe Friedensforschung Konstanz (Hrsg.), Nachrichtenmedien als Mediatoren von Peace-Building, Demokratisierung und Versöhnung in Nachkriegsgesellschaften (S. 235-254). Berlin: regener.
- Bläsi, B., Jaeger, S., Kempf, W. & Spohrs, M. (2005). Glaubwürdigkeit und Attraktivität von eskalations- und deeskalationsorientierten Nachrichtentexten. In Projektgruppe Friedensforschung Konstanz (Hrsg.), Nachrichtenmedien als Mediatoren von Peace-Building, Demokratisierung und Versöhnung in Nachkriegsgesellschaften (S. 203-234). Berlin: regener.
- Bohner, G. (2002). Einstellungen. In W. Stroebe, K. Jonas & M. Hewstone (Hrsg.), Sozialpsychologie – Eine Einführung (4. Aufl., S. 265-315). Berlin: Springer.
- Bulmahn, T. (2005). Bevölkerungsumfrage 2005 – Repräsentative Befragung zum sicherheits- und verteidigungspolitischen Meinungsbild in Deutschland: Ergebnisbericht. Strausberg: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Bundeswehr 2007. Verfügbar unter: <http://www.einsatz.bundeswehr.de> [05.05.2007].
- Chong, D. & Druckman, J. N. (2007). Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. *Journal of Communication*, 57 (1), 99-118.
- Cohen, A. A., & Wolfsfeld, G. (Hrsg.) (1993). Framing the Intifada: Media and people. New York: Ablex.
- Dahinden, U. (2006). Framing – Eine integrative Theorie der Massenkommunikation. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Dijk, T. A. van & Kintsch, W. (1983). Strategies of discourse comprehension. New York: Academic Press.
- Druckman, J. N. (2004). Political Preference Formation: Competition, Deliberation, and the (Ir)relevance of Framing Effects. *American Political Science Review*, 98 (4), 671-686.
- Edy, J. A. & Meirick, P. C. (2007). Wanted, Dead or Alive: Media Frames, Frame Adoption, and Support for the War in Afghanistan. *Journal of Communication*, 57 (1), 119-141.
- EMNID 2006. Umfrage zum Meinungsbild der Bevölkerung und der Jugend zur Sicherheitspolitischen Lage in Deutschland 2006. Verfügbar unter:
http://www.bmvg.de/portal/a/bmvg/kcxml/04_Sj9SPykssy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLt4w3DjMDSYGYRqbmpEwsaCUVH1fj_zcVH1v_QD9gtyIckdHRUUAeG8k0A!!/delta/base64xml/L3dJdyEvd0ZnQUFzQUMvNEIVRS82XzlfM1Y2 [19.05.2007].
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.

- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gamson, W. A. (1988). The 1987 distinguished lecture: A constructionist approach to mass media and public opinion. *Symbolic Interaction*, 11(2), 161-174.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking Politics*. New York: Cambridge.
- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Gorp, B. van (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57, 60-78.
- Greenwald, A.G. (1968). Cognitive learning, cognitive response to persuasion and attitude change. In: A. G. Greenwald, T. C. Brock & T. M. Ostrom (Hrsg.), *Psychological foundations of attitudes* (S. 361-388). New York: Academic press.
- Haack, P. (2007). *Talking Intervention – Attitudes Towards German Foreign Policy and the Conditional Influence of Emphasis Frames*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Konstanz.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. & Kinder, D. R. (1987). *News that matters. Television and American opinion*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kempf, W. (2006). The impact of text framing on the understanding of political conflict. *Diskussionsbeiträge der Projektgruppe Friedensforschung Konstanz*, 59. Berlin: regener. Verfügbar unter: http://www.regener-online.de/books/diskuss_pdf/59.pdf [16.10.2007].
- Luker, K. (1984). *Abortion and the Politics of Motherhood*. Berkeley: University of California Press.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5. Aufl.). London: Sage.
- Nelson, T. E., Clawson, R. A. & Oxley, Z. M. (1997). Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effects on Tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), 567-83.
- Nelson, T. E., Oxley, Z. M. & Clawson, R. A. (1997). Toward a Psychology of Framing Effects. *Political Behavior*, 19(3), 221-246.
- Neuman, W. R., Just, M. R. & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Peleg, S. & Alimi, E. (2005). A Palestinian State – Yes or No? Constructing Political Discourse in the Israeli Print News Media – an Experimental Design. *Conflict and Communication Online*, 4(2), 1-13.
- Peters, H. P. (1999). Kognitive Aktivitäten bei der Rezeption von Medienberichten über Gentechnik. In J. Hampel & O. Renn (Hrsg.), *Gentechnik in der Öffentlichkeit: Wahrnehmung und Beurteilung einer umstrittenen Technologie* (S. 340-382.). Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Petty, R. E., Ostrom, T. M. & Brock, T. C. (Hrsg.) (1981). *Cognitive Responses in Persuasion*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Plenarprotokoll Deutscher Bundestag 16/50. Verfügbar unter: <http://dip.bundestag.de/btp/16/16050.pdf> [16.10.2007].
- Plenarprotokoll Deutscher Bundestag 16/49. Verfügbar unter: <http://dip.bundestag.de/btp/16/16049.pdf> [16.10.2007].
- Pratkanis, A. R. (1989). The cognitive representation of attitudes. In A. R. Pratkanis, S. J. Breckler & A. G. Greenwald (Hrsg.), *Attitude structure and function* (S. 71-98). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Robinson, P. (2002). *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*. London and New York: Routledge.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Scheufele, B. (2000). „Scattered“ or related – clarifying the framing concept by integrating related approaches? In H.-B. Brosius (Hrsg.), *Kommunikation über Grenzen und Kulturen*. Konstanz (Schriftreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- & Kommunikationswissenschaft, Bd. 27), S.381-396.
- Scheufele, B. (2003). *Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische Grundlegung, methodische Vorschläge sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Shen, F. (2004). Chronic Accessibility and Individual Cognitions: Examining the Effects of Message Frames in Political Advertisements. *Journal of Communication*, 54 (1), 123-137.
- Simon, A. F. & Jerit, J. (2007). Toward a Theory Relating Political Discourse, Media, and Public Opinion. *Journal of Communication*, 57 (2), 254-271.
- Stuntebeck, M. (2007). *Bundeswehreinsetze im Ausland – der Einfluss von Medienframes auf die Einstellung der Rezipienten und die Rolle der mentalen Modelle*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Leipzig.

Tewksbury, D., Jones, J., Peske, M. W., Raymond, A. & Vig, W. (2000). The Interaction of News and Advocate Frames: Manipulating Audience Perceptions of a Local Public Policy Issue. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(4), 804-829.

Tuchman, G. (1978). *Making news. A study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Wicks, R. H. (2001). *Understanding Audiences: Learning to Use the Media Constructively*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Zur Autorin: Maren Stuntebeck, geboren 1980 in Lüdenscheid/NRW. 2000-2007 Studium der Psychologie an der Philipps-Universität Marburg und der Universität Leipzig. 2005 Forschungspraktikum in der AG Friedenspsychologie der Universität Konstanz.

Adresse: Braustr. 27, D - 04107 Leipzig. eMail: Maren_Stuntebeck@web.de