

Stephanie Geise / Katharina Lobinger (Hrsg.)

# Visual Framing

Perspektiven und Herausforderungen der  
Visuellen Kommunikationsforschung

HERBERT VON HALEM VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Stephanie Geise / Katharina Lobinger (Hrsg.)  
*Visual Framing.*  
*Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung*  
Köln: Halem, 2015

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2015 by Herbert von Halem Verlag, Köln

**E-Book (PDF):** ISBN 978-3-86962-178-4  
**Print:** ISBN 978-3-86962-088-6

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
Email: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

## Inhalt

Zur Einleitung: Visual Framing als zentrales Forschungsfeld der Visuellen Kommunikationsforschung	9
I. GEGENWÄRTIGE PERSPEKTIVEN UND HERAUSFORDERUNGEN DER VISUAL-FRAMING-FORSCHUNG	
MARION G. MÜLLER »You cannot <i>unsee</i> a picture!« Der Visual-Framing-Ansatz in Theorie und Empirie	19
STEPHANIE GEISE / KATHARINA LOBINGER / CORNELIA BRANTNER Fractured Paradigm? Theorien, Konzepte und Methoden der visuellen Framingforschung: Ergebnisse einer systematischen Literaturschau	42
II. ZUR FUNKTIONSLOGIK VON VISUAL FRAMING: THEORETISCHE UND METHODISCHE PERSPEKTIVEN AUF FRAMING ALS (MULTI-)MODALES PHÄNOMEN	
MARTIN R. HERBERS / ANNA-MARIA VOLPERS Visuelles Framing – Anforderungen an die empirische Forschung und methodologische Konsequenzen	77

ELKE GRITTMANN	95
Visual Frames – Framing Visuals. Zum Zusammenhang von Diskurs, Frame und Bild in den Medien am Beispiel des Klimawandeldiskurses	
STEFAN MEIER	117
Visual Framing als Stilpraxis multimodaler Bedeutungskonstruktion	
STEPHANIE GEISE / CHRISTIAN BADEN	143
Bilder Rahmen. Ein integratives Modell (multi-)modaler Informationsverarbeitung im Framing-Prozess	
 III. WIRKUNGEN VON VISUAL FRAMING	
CHRISTIAN VON SIKORSKI / MARK LUDWIG	176
Visual Framing in der Skandalberichterstattung. Zur Wirkung visueller Nachrichtenframes auf Einstellungen gegenüber skandalisierten Akteuren	
SARAH DOBNER / STEFAN GEISS	194
Außenseiter oder Leitwolf? Framing-Effekte der Visualisierung politischer Isolation am Beispiel der Berichterstattung über Angela Merkel in der Euro-Krise	
FRANZISKA MARQUART / JÖRG MATTHES	217
Charakteristika, Inhalte und Wirkungen politischer Plakate aus Sicht der Visuellen Kommunikations- und Framingforschung: Ein Forschungsüberblick	
CLEMENS SCHWENDER	235
Visuelle Framing-Effekte – Zur Wirkung von Gesichtern bei peripherer und aufmerksamer Wahrnehmung auf die Urteilsbildung	

#### IV. HISTORISCHE PERSPEKTIVEN AUF VISUAL FRAMING

SUSANN TRABERT	264
Visual Framing im historischen Kontext – Bildflugblätter im ausgehenden 18. Jahrhundert	
PATRICK RÖSSLER	286
Markante Profile & edle Körper. Zum visuellen Framing der ›Neuen Frau‹ in der illustrierten Massenpresse der 1920er-Jahre	
GERALD GEILERT	311
Warburgs Bilderatlas als Vorbild des Visual Framing	

#### V. AUSBLICK:

##### VISUAL FRAMING ALS MULTIMODALES PHÄNOMEN

KATHARINA LOBINGER / STEPHANIE GEISE	332
›Does the frame remain the same?‹ Visual Framing und Multimodalität als theoretische und methodische Herausforderung der Visuellen Kommunikationsforschung	
Autorinnen und Autoren	358

## Zur Einleitung: Visual Framing als zentrales Forschungsfeld der Visuellen Kommunikationsforschung

Von vielen AutorInnen wird Framing als zentraler Theorie- und Forschungsansatz gesehen (vgl. SCHEUFELE/TEWKSBUURY 2007; BORAH 2011; REESE 2001; PAN/KOSICKI 1993; SCHEUFELE 2003). Während der Großteil der bisher vorliegenden Forschung auf verbale bzw. textliche Inhalte und/oder deren Wirkungen fokussiert, hat sich in jüngerer Zeit auch die visuelle Framingforschung intensiviert. Als »important new direction for theory building and future research« stellt Visual Framing heute eine der zentralen »lifelines« der Visuellen Kommunikationsforschung dar (vgl. COLEMAN 2010: 233).

Vor diesem Hintergrund setzte sich die Tagung der DG PuK-Fachgruppe »Visuelle Kommunikation« im Jahr 2012 mit gegenwärtigen Forschungsströmungen zu Visual Framing auseinander und bot ein Forum, um aktuelle Forschungen zu Framing durch visuelle Informationen zu präsentieren und zu diskutieren. Die vorliegende Publikation versammelt 14 ausgewählte Beiträge dieser Auseinandersetzung, die auf der Jahrestagung der DG-PuK-Fachgruppe »Visuelle Kommunikation« vom 29. November bis zum 1. Dezember in Berlin vorgestellt wurden. Als »greifbares« Ergebnis der Tagung schließt dieser Tagungsband konzeptionell und inhaltlich an die Serie der Sammelbände der Visuellen Kommunikationsforschung an (vgl. KNIEPER/MÜLLER 2001, 2003, 2004, 2005; PETERSEN/SCHWENDER 2009; GEISE/LOBINGER 2012). Dass wir – als Sprecherinnen der Fachgruppe »Visuelle Kommunikation« – gemeinsam mit unseren AutorInnen nun einen weiteren Band herausgeben können, freut uns sehr, nicht zuletzt, da die

Veröffentlichungen der Fachgruppe nach wie vor ein zentrales Forum im deutschsprachigen Raum sind, gegenwärtige Forschungsarbeiten aus dem Feld der Visuellen Kommunikationsforschung themenorientiert gebündelt zu publizieren. Die Intention des vorliegenden Tagungsbands ist dabei also einerseits, einen Überblick über zentrale gegenwärtige Forschungszugänge zu Visual Framing zu gewinnen und an diesen Beispielen andererseits zu diskutieren, inwieweit Visual Framing eine Chance, inwieweit es eine Herausforderung für die Visuellen Kommunikationsforschung darstellt.

Der Struktur der gemeinsamen Fachgruppentagung ähnlich gliedert sich die vorliegende Publikation in fünf Themenschwerpunkte: 1) Die *gegenwärtigen Perspektiven und Herausforderungen der Visual-Framing-Forschung*, 2) die *Funktionslogik von Visual Framing als einem multimodalen Phänomen*, die aus theoretischer und methodischer Perspektive adressiert wird, 3) die *Wirkungen von Visual Framing* sowie 4) eine *historische Perspektive* auf Visual Framing bzw. auf visuelle Medienframes. Das Buch schließt mit einem Ausblick auf das multimodale Phänomen Visual Framing als eine zentrale Herausforderung der Visuellen Kommunikationsforschung.

Den in diesem Tagungsband versammelten Arbeiten ist gemein, dass sie – ausgehend von ganz unterschiedlichen Forschungsfragen und -zugängen – ausloten, welche theoretischen, methodischen und empirischen Herausforderungen im Forschungsfeld Framing aus Perspektive der Visuellen Kommunikationsforschung bestehen. Obwohl der Fokus *in dieser Hinsicht spezifisch* ist, zeigen die Beiträge anschaulich, dass die Auseinandersetzung mit den Funktionen und Wirkungen des Framing durch visuelle Informationen auch den ›allgemeinen‹ bzw. eher textorientierten Framing-Diskurs enorm bereichern kann.

Die hier versammelten Beiträge zeigen darüber hinaus, dass dies eine differenzierte Betrachtung von Visual Framing voraussetzt. Unsere AutorInnen plädieren vor diesem Hintergrund mit facettenreichen Argumenten für eine Weiterentwicklung der theoretischen und methodischen Basis im Forschungsfeld und stoßen dabei insbesondere eine Diskussion der theoretischen Verortung sowie eine Konkretisierung der zugrunde liegenden Konzeptionen an. Fragen, die es hierbei auch in Zukunft zu adressieren gilt, sind etwa: Wie lässt sich Visual Framing im ›übergeordneten‹ Framing-Konzept verorten? Welcher Frame-Begriff, welche theoretische Fundierung kann für die Visuelle Kommunikationsforschung nutzbar gemacht werden? Welche Verbindungen und Überschneidungen bestehen zu anderen Theorieströmungen (z. B. etwa zur (visuellen) Stereotypenforschung,

News-Bias-Forschung) und bieten sich für eine Auseinandersetzung mit visuellen Frames an? Wie lässt sich der gegenwärtige Status Quo im Forschungsfeld beschreiben?

Im Eröffnungsbeitrag der Auseinandersetzung mit den *gegenwärtigen Perspektiven und Herausforderungen der Visual-Framing-Forschung* kritisiert MARION G. MÜLLER, dass zentrale Anknüpfungspunkte der deutschsprachigen Visuellen Kommunikationsforschung – so etwa der Bezug zur Bildtypenforschung sowie zur Ikonografie und Ikonologie – bisher noch keinen Eingang in die Weiterentwicklung des Visual-Framing-Konzepts auf internationaler Ebene gefunden haben. Einen Grund hierfür sieht sie in der weitgehenden Vernachlässigung von nicht englischsprachigen Ansätzen. Da visuelles Framing in einem mehrstufigen Prozess entsteht, in dem bestimmte Bilder oder Bildaspekte zu einem Thema ausgewählt, andere hingegen vernachlässigt werden, plädiert die Autorin für eine stärkere methodische Berücksichtigung der visuellen Produktions- und Rezeptionskontexte, die für die Entstehung und Kommunikation visueller Frames entscheidend sind. Sie empfiehlt daher eine Erweiterung der vielfach inhaltsanalytisch orientierten Framing-Analyse um eine *ikonologische Dimension*, auch unter Einbeziehung der visuellen Kontextanalyse. An zahlreichen Beispielen aus unterschiedlichen medialen Kontexten illustriert Müller die Problematik einer zu stark interpretativen Herangehensweise an die Analyse visueller Medienframes und ihrer Wirkungen sowie die damit verbundenen methodischen Probleme, gerade auch in inter- und crosskulturellen Kontexten.

Um sich diesen Fragen zu nähern, entwerfen STEPHANIE GEISE, KATHARINA LOBINGER und CORNELIA BRANTNER auf Basis einer standardisierten, systematischen Literaturschau einen Forschungsüberblick über das Feld der aktuellen Visual-Framing-Forschung. Dem Beitrag liegt eine meta-analytische Betrachtung aller Forschungsbeiträge zu Visual Framing zugrunde, die bis 2010 in den EBSCO Datenbanken *Communication and Mass Media Complete* und *Humanities International Complete* archiviert wurden. Diese haben die Autorinnen hinsichtlich ihrer verwendeten Framing-Konzepte, der theoretischen Fundierungen, der realisierten Operationalisierungen, der gemessenen Effekte sowie der Interpretationen und Einordnung der Befunde untersucht. Der Beitrag liefert einerseits einen (einigermaßen) aktuellen Forschungsüberblick über ein sich gerade rasch wandelndes Feld. Andererseits zielen die Autorinnen auch auf eine theoretische Differenzierung, indem sie versuchen, unter Integration der (textbasierten)

Framingkonzepte und unter Berücksichtigung der Idiosynkrasien von visuellem Framing, eine Definition sowie ein Konzept von visuellem Framing zu synthetisieren und dabei auch die Unterscheidung von visuellem Framing von anderen verwandten Konzepten (wie z. B. visuelle Stereotype, Darstellungseffekte, visuelle Schemata) zu erleichtern. Das Ergebnis zeigt, dass sich die Forschung zu visuellem Framing in den letzten Jahren als eine der zentralen »Lebenslinien« der Visuellen Kommunikationsforschung etabliert hat (vgl. COLEMAN 2010), dass aber gleichzeitig noch Potenzial zur theoretischen und methodischen Weiterentwicklung besteht.

Der Diskussion von Visual Framing als (multi-)modalem Phänomen aus theoretischer und methodischer Perspektive widmet sich Themenbereich zwei. Im Mittelpunkt stehen hierbei Fragen nach der *Funktions- und Wirkungslogik von Visual Framing* in multimodalen Kontexten: Wie lassen sich Text-Bild-Bezüge und multimodale Interaktionen theoretisch fassen? Wie kann die Rezeption und Interaktion von visuellen Frames, inhaltlichen Botschaften und Kontexten der Botschaften theoretisch konzeptualisiert und methodisch adäquat erfasst werden? Welche spezifischen Theorien und Methoden der Visuellen Kommunikationsforschung lassen sich auf die Analyse von Visual Framing und dessen Wirkungen anwenden? Welche Unterschiede und Spezifika, welche Gemeinsamkeiten sind hier theoretisch und methodisch zu berücksichtigen? Inwieweit können diese auch das Verständnis von Framing insgesamt erweitern? Eine dezidiert differenzierte Betrachtung scheint den AutorInnen besonders bei einem so facettenreichen Theorieansatz wie Framing geboten, der in der Literatur wiederholt als »fractured paradigm« bezeichnet wurde.

MARTIN R. HERBERS und ANNA-MARIA VOLPERS argumentieren in diesem Zusammenhang für eine sorgfältigere Auseinandersetzung mit dem Framing-Begriff und den damit verbundenen Konsequenzen für visuelles Framing. Basierend auf der theoretischen Reflexion der Funktionslogik von Visual Framing diskutieren sie zunächst methodologische Konsequenzen und resultierende Anforderungen an die empirische Forschung. Dann wenden sie sich verstärkt der Ebene der Medieninhalte zu und fragen nach der Definition sowie den Möglichkeiten der Erhebung von visuellen Medien-Frames: *Was* ist ein visueller Medien-Frame? *Wo* lässt sich dieser im zu analysierenden Material verorten? *Wie* lassen sich visuelle Medien-Frames empirisch erfassen? Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Frage nach der methodischen Erfassung visueller Frames, die an einem Beispiel exemplarisch illustriert wird.

Mit dem Ziel, Möglichkeiten aufzuzeigen, wie der Visual-Framing-Ansatz durch die Integration der Ikonologie methodisch verfeinert werden könnte, widmet sich auch der Beitrag von ELKE GRITTMANN den theoretischen und methodischen *shortcomings* der bisherigen Zugänge zu Visual Framing. Grittmann kritisiert, dass in gegenwärtigen Ansätzen oft unklar bleibt, wie das Verhältnis von Frames und Bildtypen zueinander zu konzeptualisieren ist, d. h. ob sie als identisch zu begreifen sind oder in einem hierarchischen Verhältnis zueinander stehen. Vor diesem Hintergrund geht die Autorin dem Zusammenhang von diskursiven Deutungsrahmen und Bildbedeutungen nach und schlägt ein Modell vor, das dieses Verhältnis theoretisch klärt. Im Mittelpunkt der Überlegungen steht dabei die Diskussion, wie sich visuelle Medienframes im Rahmen von politischen Mediendiskursen überhaupt bestimmen lassen und welchen Beitrag Bilder – im Verhältnis zu Texten – zum Framing leisten. Grittmann vertritt hier die These, dass Bilder zwar eine eigene visuelle Logik besitzen und unabhängig vom Text Bedeutungen und Werte in diesen Diskurs einbringen können (wobei die ikonografisch-ikonologische Bildtypenanalyse eine Möglichkeit bietet, dieser Bildbedeutung auf die Spur zu kommen), dass es im Kontext von Mediendiskursen aber gleichzeitig zu einem Framing der Bilder durch den medialen Kontext kommt. Damit liefert der Beitrag ein Plädoyer dafür, Framing stärker als einen kontextbezogenen Prozess zu begreifen, der den Bildern eine weitere Bedeutungsebene zuschreibt.

Prozesse der *multimodalen Bedeutungskonstruktion* stehen auch im Mittelpunkt der theoretischen Überlegungen von STEFAN MEIER zu Visual Framing als Stil-Praxis. In seinem interdisziplinär angelegten Beitrag, in dem er die kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf (Visual) Framing um eine sozialsemiotisch informierte erweitert, fasst Meier Framing als Interpretationspraxis, die unterschiedliche Phänomene als spezifisch kodierte Zeichen (z. B. Bild, gesprochene Sprache, Schrift) erkennt und bedeutungsstiftend (abduktiv) in Bezug zueinander bringt. Damit argumentiert Meier zunächst, dass Frames bzw. Framing nicht auf das Bedeutungsverstehen von sprachlichen Phänomenen reduziert bleiben, sondern alle Zeichensysteme und -modalitäten einschließen. Weiterhin zeigt er auf, inwieweit Visual Framing – aufgrund seiner komplexitätsreduzierenden und salienzstiftenden Funktion – ein geeigneter Ansatz ist, die Einschränkung von Ambiguität in der Visuellen Kommunikation zu erklären, indem es ermöglicht, kommunikativ genutzte visuelle Artefakte in ihrer bedeutungsstiftenden Korrespondenz mit anderen Zeichensysteme-

men und in ihrer Kontextbezogenheit konkret zu erfassen. Diese Überlegungen zu Visual Framing als Stil-Praxis illustriert Meier, mit Bezug zur Diskurstheorie, an einem aktuellen Beispiel aus der Pressefotografie.

Ausgehend von der Beobachtung, dass eine adäquate Berücksichtigung visueller Phänomene im breiteren, eher textzentrierten Framingdiskurs weitgehend die Ausnahme bleibt, während die visuelle Framingforschung ihrerseits in ihrer theoretischen Fundierung und methodischen Umsetzung wenig Bezug auf aktuellere theoretische Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der allgemeinen Framingforschung nimmt, entwerfen STEPHANIE GEISE und CHRISTIAN BADEN ein integratives Modell für die (multi-)modale Informationsverarbeitung im Framing-Prozess. Da ihrer Argumentation nach in der Integration der beiden, bisher weitgehend unverbundenen Forschungsstränge eine zentrale Herausforderung liegt, folgt der Entwurf des theoretischen Rahmens der Idee, sowohl die zentrale Logik im Framingprozess differenziell abzubilden als auch eine angemessene Berücksichtigung der Spezifika der Funktionen und Wirkungen Visueller Kommunikation zu leisten. Zusammengefasst leisten die Überlegungen damit einen Beitrag, die beiden Forschungsstränge zu synthetisieren und zu integrieren, die relevanten Rezeptions- und Wirkungsprozesse theoriegeleitet zu modellieren und sie, übersetzt in ein vereinfachtes Modell, für die empirische Analyse von visuellem und multimodalem Framing verfügbar zu machen.

Zum dritten Themenbereich, der *Wirkung von Visual Framing*, existieren bislang wenige empirische Studien. Gerade dieser Themenbereich wirft zahlreiche spannende Fragen auf, insbesondere auch in Abgrenzung von visuellem zu lexischem Framing: Was sind Besonderheiten von Visual Framing aus der Wirkungsperspektive? Welche ähnlichen oder divergenten Wirkungspotenziale deuten sich an? Inwieweit konkurrieren bildliche und lexische Frames miteinander, wie interagieren sie? Mit welchen Medienwirkungen ist dies verbunden? Wie prägen Text-Bild-Bezüge, auch im Unterschied zu Bild-Bild-Bezügen, die Wahrnehmung und Interpretation durch Rezipienten?

Der 2012 mit dem *Best Paper Award für NachwuchswissenschaftlerInnen der DGPK-Fachgruppe ›Visuelle Kommunikation‹* ausgezeichnete Beitrag von CHRISTIAN VON SIKORSKI und MARK LUDWIG leitet die Beschäftigung mit Wirkungen visueller Frames ein. Die beiden Autoren widmen sich in ihrer empirischen Analyse visuellen Nachrichtenframes, wobei sie ihren Fokus auf das Feld der Skandalberichterstattung richten und fragen, in-

wieweit der Einsatz unterschiedlicher visueller Frames die Wahrnehmung von skandalisierten Akteuren prägt und Effekte auf die Informationsverarbeitung, Einstellung und Beurteilung von RezipientInnen induzieren kann. Im Ergebnis können von Sikorski und Ludwig zeigen, dass die Art der visuellen Skandal-Berichterstattung die Wahrnehmung der Skandalisierten beeinflusst und in Folge deren Reputation schädigen kann. Neben medienpraktischen und medienethischen Empfehlungen für einen sensibilisierten Umgang bei der Bebilderung von Skandalberichten ergeben sich aus den Befunden auch Anknüpfungspunkte für die nach Typen differenzierte Analyse von visuellen Frames und ihren Wirkungen.

SARAH DOBNER und STEFAN GEISS konzipieren ein Experiment zur Wirkung von visuellen Frames zur Darstellung von Angela Merkel, die sie im Kontext der medialen Europaberichterstattung im Rahmen der Finanzkrise und des Krisenmanagements untersuchen. Ziel ihres Beitrags ist es, das Wirkungspotenzial von visuellen Darstellungen der politischen Isolation von PolitikerInnen zu testen, die sie als (negativ konnotierte) visuelle Frames betrachten. Die empirischen Befunde legen allerdings nahe, dass die Wirkung von derartigen Medienframes komplexer ist, als zunächst theoretisch vermutet – so scheinen Kumulations- und Kontexteffekte eine größere Bedeutung zu besitzen und die Wirkung des *treatments* zu modifizieren: Vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Diskurse wurde Isolation im konkreten Fall von den RezipientInnen nicht als Schwäche, sondern eher als Stärke Merkels gewertet. Die Befunde verweisen damit erneut auf die enorme Relevanz, Wirkungen von visuellen Frames auch im Hinblick auf die möglichen Wechselwirkungen zwischen Medienframes und Kontexten gezielt zu untersuchen und zu systematisieren.

Ausgehend von einer Situation wiederholt eingesetzter politischer Kampagnen mit rechtspopulistischen Motiven im deutschsprachigen Raum analysieren FRANZISKA MARQUART und JÖRG MATTHES zunächst aus kommunikationsstrategischer Perspektive, welche Motive und Botschaften auf rechtspopulären Wahlplakaten im europäischen Raum eingesetzt werden. Im Kontext von Plakatkommunikation werden Praktiken von visuellem Framing und visueller Stereotypisierung in den Blick genommen und ihre Wirkungspotenziale diskutiert. In ihrem Beitrag zeigen die AutorInnen zudem aktuelle Forschungsdesiderata und methodische Herausforderungen auf, die sich insbesondere für die Analyse der Rezeption und Wirkung politischer Plakatwerbung aus Sicht der Kommunikationswissenschaft stellen. Sie illustrieren ihre Überlegun-

gen mit einem Experiment zur Wirkung negativer visueller Frames in Wahlplakaten auf die Einstellungen gegenüber MigrantInnen und skizzieren dessen Befunde.

Im Kontext der Wirkung von Gesichterdarstellungen bei peripherer und zentraler Wahrnehmung auf die Urteilsbildung thematisiert CLEMENS SCHWENDER visuelle Framing-Effekte und widmet sich damit der Schnittstelle zwischen visueller Framing-, visueller Stereotypen- sowie der sozialpsychologisch fundierten Attraktivitätsforschung. Dabei schlägt er auch eine Unterscheidung zwischen Framing und Priming vor, die er auf der Tiefe der kognitiven Verarbeitung basiert sieht. Zur empirischen Analyse beider Phänomene legt der Autor eine Reihe von vergleichend angelegten Online-Experimenten vor. Die Befunde beinhalten nicht nur Implikationen für weiterführende Studien zur Wirkung von visuellen Frames bzw. visuellen Stereotypen in den Massenmedien, sondern adressieren auch Fragestellungen der Rechtssoziologie und der forensischen Psychologie.

Die Analyse der Medieninhaltebene bzw. der Aufdeckung der Präsenz, der Strukturen sowie der Entwicklung visueller Medienframes – die für die (visuelle) Framingforschung traditionell eine zentrale Rolle spielt – wird im Rahmen der vorliegenden Publikation insbesondere aus einem historisch orientierten Standpunkt betrachtet. Ausgehend von der Beobachtung, dass sich auch in den historischen Wissenschaften zunehmend eine Berücksichtigung visueller Kommunikationsphänomene abzeichnet, widmen sich SUSANN TRABERT und PATRICK RÖSSLER in ihren Beiträgen Fragen nach einem visuellen Framing auf der Medieninhaltebene aus historischer Perspektive. In ihren beiden Arbeiten nutzen sie eine systematische Frame-Analyse und wenden diese auf historisches Material an. So zeigt SUSANN TRABERT am Beispiel der bildinhaltsanalytischen Betrachtung von Bildflugblättern der Frühen Neuzeit als Träger aktueller Bildberichterstattung Phänomene eines visuellen Medienframing zur Berichterstattung über Ballonfahrten. Die Autorin argumentiert dabei, dass die frühe Ballonfahrt als ein diskursives Medienereignis angesehen werden kann und dass die (Bild-)ProduzentInnen im Rahmen der visuellen Darstellung dieses Ereignisses in besonderer Weise ihre eigenen Deutungen über den Sachverhalt einbringen konnten. Auf Basis ihrer systematischen Analyse des historischen Materials zeigt Trabert anschaulich, inwieweit die Bildpublizistik zur medialen Verhandlung dieses Diskurses beigetragen und (auch im Vergleich zu Zeitungspublikationen) eigene Deutungsmuster beigesteuert hat.

Mit einem ähnlichen analytischen Zugang zum Forschungsfeld analysiert PATRICK RÖSSLER Strategien des visuellen Medienframings der »Neuen Frau« in der illustrierten Massenpresse im Deutschland der 1920er-Jahre. Auf Basis einer inhaltsanalytischen Betrachtung des Analysekorpus arbeitet Rössler zentrale Motive bzw. visuelle Frames der medialen Darstellung heraus und diskutiert diese auch aus einer zeithistorischen Perspektive. Indem Rösslers Betrachtung dabei Aspekte der Visuellen Kommunikationsforschung mit einer historischen Perspektive und Erkenntnissen der Gender-Forschung verbindet, spannt der Beitrag einen Bogen über verschiedene Forschungsgebiete innerhalb des Fachs. Das Untersuchungsobjekt, die visuelle Darstellung des Typus der »Neuen Frau« als aufkommendes Rollenmodell der Zwischenkriegszeit, dient dabei nicht nur als spannendes Forschungsfeld, sondern zugleich als Fallbeispiel, um einen der möglichen Zugänge zu verdeutlichen, wie Visual Framing auf der Medieninhaltsebene im Hinblick auf eine spezifische Mediengattung – in diesem Fall historische populäre Magazine – analysiert werden kann.

Eine etwas andere Analyseperspektive nimmt GERALD GEILERT ein: Auf der Suche nach Parallelen zu Visual Framing in kunsthistorischen Analysemethoden folgt er Aby Warburgs berühmtem Bildatlas und diskutiert Visual Framing als Instrument einer vergleichenden Bildanalyse. Die Beiträge zeigen dabei anschaulich, dass der kommunikationswissenschaftliche Framing-Ansatz auch für Forschungen im Bereich der historischen Wissenschaften einen fruchtbaren Theorie- und Analyserahmen darstellt.

Im Rahmen eines Ausblicks diskutieren KATHARINA LOBINGER und STEPHANIE GEISE schließlich Visual Framing als Herausforderung der Visuellen Kommunikationsforschung. In ihrem Abschlussbeitrag greifen die Autorinnen dabei einerseits einige der zentralen und wichtigen Überlegungen auf, die in den Beiträgen in diesem Tagungsband versammelt sind. Mit dem analytischen Fokus auf Visual Framing als einem weniger originär visuellen, sondern primär *multimodalen* Phänomen diskutieren Lobinger und Geise als Ausblick die Chancen und auch die Herausforderungen, die sich aus einer differenziellen Betrachtung für das Forschungsfeld der Visuellen Kommunikationsforschung ergeben.

Stephanie Geise und Katharina Lobinger,  
im Juli 2013

## Literatur

- BORAH, PORISMITHA: Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. In: *Journal of Communication*, 61(2), 2011, S. 246-263
- COLEMAN, RENITA: Framing the Pictures in Our Heads. Exploring the Framing and Agenda-Setting Effects of Visual Images. In: D'ANGELO, PAUL; JIM A. KUYPERS (Hrsg.): *Doing News Framing Analysis. Empirical and Theoretical Perspectives*. New York [Routledge] 2010, S. 233-262
- GEISE, STEPHANIE; LOBINGER, KATHARINA (Hrsg.): *Bilder, Kulturen, Identitäten. Analysen zu einem Spannungsfeld Visueller Kommunikationsforschung*. Köln [Herbert von Halem] 2012
- KNIEPER, THOMAS; MÜLLER, MARION G. (Hrsg.): *Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand. Grundlagen und Perspektiven*. Köln [Herbert von Halem] 2001
- KNIEPER, THOMAS; MÜLLER, MARION G. (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln [Herbert von Halem] 2003
- KNIEPER, THOMAS; MÜLLER, MARION G. (Hrsg.): *Visuelle Wahlkampfkommunikation*. Köln [Herbert von Halem] 2004
- KNIEPER, THOMAS; MÜLLER, MARION G. (Hrsg.): *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln [Herbert von Halem] 2005
- PAN, ZHONGDANG; GERALD M. KOSICKI: Framing Analysis: An Approach to News Discourse. In: *Political Communication*, 10(1), 1993, S. 55-75
- PETERSEN, THOMAS; SCHWENDER, CLEMENS (Hrsg.): *Visuelle Stereotype*. Köln [Herbert von Halem] 2009
- REESE, STEPHEN. D.: Prologue. Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. In: REESE, STEPHEN D.; OSCAR R. JR. GANDY; AUGUST E. GRANT (Hrsg.): *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ [Erlbaum] 2001, S. 7-31
- SCHEUFELE, BERTRAM: *Frames - Framing - Framingeffekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 2003
- SCHEUFELE, DIETRAM A.; DAVID TEWKSBURY: Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. In: *Journal of Communication*, 57(1), 2007, S. 9-20