

## / Von Umwelt zu Corona: Der Schwerpunktwechsel in der Berichterstattung während der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland

Maximilian Krug\*, Paula Kuhn, Leonie Lauschner, Aylin Mercsak und Nora Schulte-Zweckel

### Zusammenfassung

Die Coronapandemie hat als globale Krise die Gesellschaft stark beeinflusst. Fraglich bleibt allerdings, ob sie in der medialen Berichterstattung ähnlich intensiv behandelt wird wie die langjährige Klimakrise oder sogar stärker als diese thematisiert wird. Diese Arbeit untersucht im Rahmen eines medienframebasierten Ansatzes den thematischen Wettstreit zwischen Corona und Umwelt während der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland. In diesem Zusammenhang fokussieren wir neben medienübergreifenden auch medienspezifische Framingprozesse und stellen Verbindungen zu politischen Praktiken her. Datengrundlage sind 15.038 Beiträge der Tageszeitungen FAZ, SZ und BILD und Nachrichtenformate auf Social-Media-Plattformen (Tagesschau, RTLaktuell, rbb24). Die Auswertung der Beiträge zeigt, dass die Berichterstattung von Corona das Thema Umwelt sowohl quantitativ als auch qualitativ verdrängt. Thematische Verdrängungsprozesse bergen die Gefahr einseitiger Berichterstattung und werden im Beitrag hinsichtlich ihrer gesellschaftspolitischen Implikationen diskutiert.

**Schlagwörter:** Corona, Covid-19, Klimakrise, Medienframes, Agenda-Setting, Inhaltsanalyse

## From Climate Change to Corona: The Shift in Focus of Media Coverage During the First Wave of the Corona Pandemic in Germany

### Abstract

The Covid-19 pandemic has a significant impact on society as a global crisis. We question whether the media covers Covid-19 in a similar or even higher frequency than the longstanding climate crisis. In terms of framing, this paper examines how Corona and climate change displace each other during the first wave of the Corona pandemic in Germany. The study focuses on cross-media and media-specific framing processes and derives policy implications from the findings. Data basis is 15,038 articles of daily newspapers and news service posts on social media. The evaluation of our data demonstrates that the media coverage of Covid-19 has quantitatively and qualitatively driven out the topic of environment during the first wave in Germany. Thematic displacement harbors the danger of one-sided reporting and is discussed in concerning their socio-political implications.

**Keywords:** corona, covid-19, climate crisis, media frames, agenda setting, content analysis



\*Ansprechpartner: Maximilian Krug ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Duisburg-Essen; E-Mail: [maximilian.krug@uni-due.de](mailto:maximilian.krug@uni-due.de)

Wir bedanken uns bei den Studierenden der Kommunikationswissenschaft an der Universität Duisburg-Essen für ihre Mitarbeit an der Datenerhebung. Außerdem bedanken wir uns bei zwei anonymen Gutachter\*innen für ihre hilfreichen Kommentare zu diesem Beitrag sowie bei den Herausgeber\*innen von **Momentum Quarterly** für die angenehme Betreuung des Publikationsprozesses. Im Sinne von Open Data stellen wir die für diese Studie erhobenen und genutzten Daten frei zur Verfügung.





## 1. Themenwettstreit als Indikator gesellschaftlicher Relevanz

Die Coronapandemie und der seit längerem diskutierte Klimawandel sind zwei globale Krisen, die das öffentliche und politische Leben im Jahr 2020 maßgeblich beeinflussen. Der Stellenwert, den beide Themen hinsichtlich der medialen Berichterstattung in diesem Jahr einnehmen, wirkt jedoch asymmetrisch. Vielmehr scheint das Thema *Corona* das Thema *Umwelt* medial zu verdrängen. Dieser initialen Beobachtung nähert sich der vorliegende Beitrag aus einer medienframeanalytischen Perspektive mit dem Ziel, aus dem Themenwettstreit Aussagen zur medialen Konstruktion gesellschaftlicher Relevanz abzuleiten.

Gemeinsam haben die Themen *Corona* und *Umwelt*, dass sie Probleme darstellen, die nur gesellschaftlich gelöst werden können, deren Bedeutung für die Gesellschaft allerdings besonders in den frühen Phasen von einigen politischen Entscheidungsträger\*innen herabgesetzt wird. So wird Covid-19 zu Beginn des Jahres 2020 zunächst nur für ein weiteres Grippevirus gehalten (Henry/Hauck 2020) und in sozialen Medien im Rahmen populistischer Berichterstattung mit sogenannten alternativen Fakten und Fake News diskutiert (Boberg et al. 2020). Wie Green et al. (2020) zeigen, bergen globale Krisen das Potenzial, als polarisierendes Mittel der politischen Kommunikation eingesetzt zu werden. Das ist nicht verwunderlich, da Menschen dazu neigen, politischen Akteur\*innen die Verantwortung zuzuschreiben, eine Gesellschaft sicher durch Krisensituationen zu führen (An et al. 2011). Während die Coronakrise milieuübergreifend als „Ungleichheitsverstärker“ (Dörre 2020: 177) wirkt, sind es in Bezug auf die gesellschaftliche Verhandlung des Umweltschutzes besonders junge Bürgerinnen (sic!) mit höherer Bildung, die eine stärkere politische Relevanz des Themas fordern (Wahlström et al. 2019: 9–10) und die Effektivität der bisherigen Maßnahmen zur Eindämmung des Klimawandels infrage stellen (Bernauer 2013).

Der Unterschied der beiden Krisen zieht auch einen unterschiedlich starken politischen Handlungsdruck nach sich. Während auf der einen Seite nur ein langsames Wachstum der hitzebedingten Sterblichkeitsrate im Zusammenhang mit dem Klimawandel prognostiziert wird (Kinney et al. 2008: 91), erfordern die schnell steigenden Todeszahlen während der Coronapandemie seit Anfang 2020 zeitnahe Regelungen, die in hohem Maße erklärungsbedürftig sind. So erzeugt etwa die Einschränkung des Versammlungsrechts in

einer demokratisch verfassten Gesellschaft den Druck, solche politischen Maßnahmen massenmedial zu verantworten und zu rechtfertigen. Im Schnittpunkt der Corona- und der Umweltkrise kommt damit vor allem der medialen Berichterstattung über politische Entscheidungen eine große Relevanz zu. Anhand der Behandlung aktueller Themen wie *Corona* und *Umwelt* in Zeitungsartikeln, Rundfunkbeiträgen und Internetpostings können Rezipient\*innen eine gesellschaftliche Bedeutung der verhandelten Themen ableiten. Das bedeutet, dass Nachrichtenformate durch die jeweilige mediale Rahmung auf die Wahrnehmung eines Themas wirken und in diesem Zuge die Einstellung der Öffentlichkeit zu politischen Maßnahmen mitformen können. Eine Untersuchung medialer Rahmung (Framing) ermöglicht damit einen Einblick in Prozesse politischer Kommunikation in Krisenzeiten sowie der Verhandlung der jeweiligen Relevanz des Themas im öffentlichen Diskurs.

Einen Einblick in diese Vorgänge liefern aktuelle Studien zum medialen Framing globaler Krisen in Nachrichtenformaten. So untersuchen Wicke/Bolognesi (2020, 2021) die Veränderungen im Framing des Themas *Corona* weltweit auf Twitter, während Chung et al. (2021) sich auf Framingeffekte in südkoreanischen und US-amerikanischen Nachrichtenformaten während der Coronakrise hinsichtlich der Frames *Konflikte*, *wirtschaftliche Folgen*, *Verantwortung* und *Beruhigung* bzw. *Sicherheit* konzentrieren. Für Deutschland sind uns zwei aktuelle Studien bekannt, die sich mit dem Framing von *Corona* beschäftigen: Shahrezayee et al. (2021) werten die verwendeten Frames in etablierten und alternativen Nachrichtenformaten in Deutschland aus und liefern in diesem Zuge vergleichbare Ergebnisse wie Boberg et al. (2020) zu Facebook-Auftritten alternativer Nachrichtenseiten in Deutschland während der Coronakrise. Gemeinsam haben die genannten Studien, dass sie die Gefahr populistischer Berichterstattung für Demokratien skizzieren und zeigen können, wie durch mediale Rahmung eine gesellschaftliche Problemkonstruktion vollzogen werden kann. Denn wie Schmidt et al. (2013: 1234) darlegen, befinden sich Themen in einem ständigen Wettstreit um die Aufmerksamkeit der Nachrichtenmedien. Wird im selben Zeitraum einem Thema mehr Aufmerksamkeit zuteil als einem anderen, kann dies als Indikator für eine soziale Problemkonstruktion gesehen werden. Diesem Ansatz folgen Hase et al. (2021) in ihrem globalen Vergleich des medialen Framings zum Thema *Umwelt* in Nachrichtenformaten in zehn Ländern. Die Ergeb-

nisse zeigen, dass Nachrichtenmedien in Ländern des „globalen Südens“ (in der Studie u. a. Thailand, Namibia, Südafrika) zwar weniger über den Klimawandel berichten als Länder des „globalen Nordens“, dafür dort aber vor allem die gesellschaftlichen Auswirkungen fokussiert werden.

In diesem Beitrag folgen wir ebenfalls dem Konzept des Themenwettstreits von Schmidt et al. (2013). Während sich die oben aufgeführten Studien jedoch vor allem auf Verdrängungsprozesse innerhalb eines Themas fokussieren, setzen wir die Themen *Corona* und *Umwelt* in Relation zueinander. Damit wird es möglich, einen Zugang zur medialen Konstruktion eines gesellschaftlichen Problems zu erhalten: Welches der beiden Themen wird als relevanter behandelt? Wie verändert sich das Framing der Themen und damit die gesellschaftliche Relevanz im Laufe der Zeit? Welche politischen und gesellschaftlichen Implikationen lassen sich daraus ableiten?

Um diese Zielsetzung bearbeiten zu können, werten wir insgesamt 15.038 Beiträge dreier großer deutscher Tageszeitungen (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *BILD*) und dreier Nachrichtenformate auf Social-Media-Plattformen (*Tagesschau* auf Instagram, *RTLaktuell* auf Facebook, *rbb24* auf Twitter) im Rahmen einer Panelerhebung von Oktober 2019 bis Ende Mai 2020 inhaltsanalytisch in Bezug auf die verwendeten Medienframes aus. Dadurch wird es möglich, den Wettkampf der Themen *Corona* und *Umwelt* vor, während und kurz nach der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland (März bis Mai 2020) zu beschreiben. Die Daten dieser Erhebung stellen wir im Sinne von Open Science mit diesem Bericht öffentlich zur Verfügung.

## 2. Medienframes als Operatoren der medialen Berichterstattung

Eine Möglichkeit, wie eine Veränderung in der Berichterstattung im Laufe der ersten Coronawelle ausgewertet werden kann, bietet das Konzept der Medienframes. Der Framing-Ansatz (u. a. Entman 1993, Matthes 2014) beschäftigt sich mit der Frage, wie Frames an verschiedenen Stellen des Kommunikationsprozesses entstehen und sich verändern bzw. einander beeinflussen. Je nach Forschungsinteresse werden Frames der Kommunikator\*innen, Journalist\*innen, der Rezipierenden oder im Medieninhalt untersucht (Denner/Peter 2017: 279). Innerhalb der Medienframeforschung wird davon ausgegangen, dass Medienschaffende

Frames einsetzen, um ein Thema auf eine bestimmte Art zu rahmen (Schenk 2007). Da es im Folgenden um Veränderungen in der Berichterstattung während der ersten Coronawelle in Deutschland gehen soll, stehen in dieser Studie Medienframes als Bestandteile journalistischer Textsorten im Fokus. Ein Wandel der Medienframes lässt Rückschlüsse auf die Veränderungen in der Berichterstattung zu und ermöglicht Hinweise auf eine mögliche Relevanzverschiebung hinsichtlich der zu untersuchenden Themen *Corona* und *Umwelt*.

Wie Chong/Druckman (2007: 111) beschreiben, kann Framing durch die Betonung bestimmter Aspekte eines Themas bei Rezipient\*innen neue Konstrukte verfügbar und alte erreichbar bzw. anwendbar machen. Veränderungen von Medienframes können damit mögliche Veränderungen im Meinungsbildungsprozess bei Rezipierenden nahelegen.

Der Framing-Ansatz ist eingebettet in die Agenda-Setting-Theorie. In der Ursprungsstudie von McCombs und Shaw (1972) stellen die Autoren eine hohe Korrelation zwischen den durch die Medien hervorgehobenen Themen auf der einen Seite und den von den Rezipierenden als wichtig empfundenen Themen auf der anderen Seite fest. Die Grundannahme der Agenda-Setting-Theorie ist, dass „Menschen die Themen für wichtig halten, über die die Massenmedien besonders häufig berichten“ (Maurer 2010: 9). Dabei habe besonders die Presse einen starken Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung. Da viele regionale und überregionale Nachrichtenformate auch auf Social-Media-Kanälen vertreten sind und hier Meinungsbildungsprozesse in Form von Reaktionen und Diskussionen sichtbar werden können, nehmen soziale Medienplattformen wie Instagram, Twitter und Facebook aktuell eine wichtige Stellung in diesem Zusammenhang ein. Aus diesem Grund werden in dieser Studie die Daten dreier großer Tageszeitungen ausgewertet und mit Daten von Social-Media-Nachrichtenformaten in Beziehung gesetzt.

Für die vorliegende Studie ebenfalls relevant ist die Nachrichtenwerttheorie, da sie die Präferenz eines Medienframes gegenüber einem anderen begründen kann. Journalist\*innen fungieren hier als *Gatekeeper* mit der Entscheidungsmacht über die Themenauswahl (Maier et al. 2010: 17ff.). Abgesehen von diesem akteur\*innenbezogenen *Gatekeeping*-Ansatz wird auf der Ebene der Arbeitsroutinen das Merkmal der Nachrichtenfaktoren angebracht. Hierbei handelt es sich um bestimmte Merkmale von Ereignissen, die ihren Nachrichtenwert, und damit ihre Publikationswürdig-



keit, bezeichnen. Als zentrale Nachrichtenwertfaktoren gelten die Nähe zu einem Ereignis (politisch, räumlich, kulturell, wirtschaftlich), der Status eines Landes oder Ortes, in dem das Ereignis stattfindet, die Negativität des Ereignisses oder die Beteiligung von Prominenz (Maier et al. 2010: 18). Kritisch zu betrachten bleibt die Grundannahme des Agenda-Settings, dass Einzelpersonen prinzipiell die Medienagenda linear übernehmen (Maurer 2010: 57ff.), weshalb die Ergebnisse der Studie nur als Hinweise gelesen werden und mit anderen Studien korreliert werden sollten.

### 3. Forschungsfragen

Im Rahmen der vorliegenden Studie wird der Frage nachgegangen, wie sich ein Schwerpunktwechsel in der medialen Berichterstattung vor, während und kurz nach der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland von März bis Mai 2020 innerhalb der untersuchten Nachrichtenformate vollzogen hat. Bis zum Auftreten der Coronapandemie ist die mediale Berichterstattung in Deutschland vor allem durch *Umweltthemen* wie die Energiewende, *Fridays for Future* und die Medienpersona Greta Thunberg gekennzeichnet. Mit Einsetzen der Coronapandemie nimmt die Berichterstattung über Themen der *Umwelt* ab und verlagert sich medienübergreifend zugunsten des Themas *Corona*. Messbar wird das vor allem anhand der Anzahl der veröffentlichten Beiträge zu den jeweiligen Themen.

**Forschungsfrage 1:** Wie lassen sich medienübergreifende Veränderungen im Beitragsvolumen der Themen *Corona* und *Umwelt* im Laufe der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland von März bis Mai 2020 beschreiben?

Veränderungen in der Themenrelevanz zeigen sich nicht nur darin, wie oft über ein Thema berichtet wird, sondern drücken sich auch in der Art der Berichterstattung aus. Diesen zweiten Aspekt nehmen wir in unserer zweiten Forschungsfrage in den Blick. Dazu betrachten wir medienspezifisch die Veränderungen der Framediversität der untersuchten Themen während der ersten Coronawelle. Dazu müssen zunächst die Frames identifiziert werden, die für das jeweilige Thema kennzeichnend sind. Auf diese Weise können Veränderungen in den Themensetzungen sowie in der Frequenz bestimmter Medienframes nachverfolgt werden.

**Forschungsfrage 2:** Wie verändert sich das Framing der Themen *Corona* und *Umwelt* während der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland von März bis Mai 2020?

Nach den quantitativen und qualitativen Beschreibungen des Themenwettstreits stellt sich im dritten Schritt die Frage, inwiefern sich auf Basis der Ergebnisse Schlussfolgerungen hinsichtlich politischer und gesellschaftlicher Praktiken ableiten lassen. In diesem Zusammenhang wird ebenfalls die Frage nach der Verantwortung der Medien als Vermittler in Krisensituationen relevant.

**Forschungsfrage 3:** Welche politischen und gesellschaftlichen Implikationen lassen sich aus dem thematischen Wettstreit von *Corona* und *Umwelt* im Zuge der ersten Coronawelle ableiten?

### 4. Daten und Methode

In dieser Studie werden die von Medienschaffenden verwendeten Medienframes anhand von journalistischen Beiträgen identifiziert und quantitativ ausgewertet. Die Datenerhebung der Studie im Rahmen des interpretativ-quantifizierenden Verfahrens zum Erfassen von Medienframes (Matthes/Kohring 2004) erfolgt im Paneldesign, um nicht nur Aussagen über einen Zeitpunkt, sondern über einen Verlauf zu gewinnen. Dabei werden dieselben Medien (Onlinearchiv der *Süddeutschen Zeitung*, Onlinearchiv der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, Onlinearchiv der *BILD* ohne *BILD Plus*, *Tagesschau* auf Instagram, *RTLaktuell* auf Facebook und *rbb24* auf Twitter) über einen längeren Zeitraum untersucht, um zu ermitteln, wie sich die Beiträge der Formate hinsichtlich der verwendeten Medienframes verändern. Dafür wird die Stichprobe in der Zeit von Oktober 2019 bis Mitte Mai 2020 stets nach demselben Muster analysiert (Diekmann 2012: 304f.). Erhoben werden in diesem Zeitraum alle Artikel, die einen Bezug zu den Themen *Corona* oder *Umwelt* erkennen lassen. Dies gestaltet sich für das Thema *Corona* deutlich einfacher als für das Thema *Umwelt*, da bei ersterem kaum eine Artikelüberschrift ohne Hinweis auf „Corona“, „Pandemie“ oder „Covid-19“ auskommt. Um jedoch aus den Beiträgen diejenigen herauszufiltern, die das Thema *Umwelt* behandeln, wird nach den folgenden Begriffen gefiltert: „Klima\*“, „Greenpeace“, „Öko\*“, „Umwelt\*“, „Fridays for Future“ und „Greta Thunberg“. Da diese Suchbegriffe über die gesamte Datenerhebung hinweg konstant gehalten werden, kann so einer eventuellen Verzerrung in der Beitragsanzahl entgegengewirkt werden. Insgesamt werden auf diese Weise 15.038 Beiträge erhoben. Davon entfallen 11.386 Fälle auf das Thema *Corona* und 3.652 Fälle auf Beiträge zum Thema *Umwelt*. Da die Redak-



tion des *RTLaktuell*-Facebookaccounts regelmäßig ältere Postings löscht, ist keine durchgängige Erhebung dieser Beiträge möglich, weshalb die 99 Beiträge für das Thema *Corona* und die 19 Beiträge für das Thema *Umwelt* des Nachrichtenformats *RTLaktuell* auf Facebook aus Gründen der Vergleichbarkeit an dieser Stelle nicht ausgewertet werden. Damit kann die Studie Aussagen über Veränderungen in auflagenstarken deutschen Tageszeitungen und Social-Media-Auftritten öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten treffen. Dazu werden nach Möglichkeit immer ganze Beiträge analysiert. Bei den Tageszeitungen umfasst dies die vollständigen Artikel. Für die Social-Media-Beiträge der *Tagesschau* auf Instagram werden zum einen die Bildposts (oft Bild mit Überschrift und min. einem Fakt) und zum anderen die oft deutlich längeren Begleittexte unter dem Bild ausgewertet. Für *rbb24* auf Twitter und *RTLaktuell* auf Facebook werden parallel dazu sowohl der Teaser zum Bildpost (inkl. Hashtags etc.) als auch der verlinkte Begleittext codiert.

Im Rahmen des interpretativ-quantifizierenden Verfahrens wird üblicherweise eine Auswahl des Untersuchungsmaterials inhaltsanalytisch codiert, indem verschiedene Merkmalsausprägungen als Kategorien quantifiziert werden. Das Verfahren weist zwei nicht unerhebliche Probleme auf: Zum einen ist es oft nicht nachvollziehbar, wie die Frames während der Erhebung identifiziert werden, sodass ihre Generierung in „eine methodische ‚black box‘“ (Matthes/Kohring 2004: 59) fällt. Es besteht die Gefahr, nicht die Medienframes des Materials, sondern die der Forschenden zu erheben. Zum anderen entwickeln Forschende eine gewisse Erwartung, welche Frames erfasst werden können, und verringern durch diese Einschränkung die Chance, neue Frames zu entdecken. Wir begegnen diesen Kritikpunkten an dem Verfahren in drei Punkten.

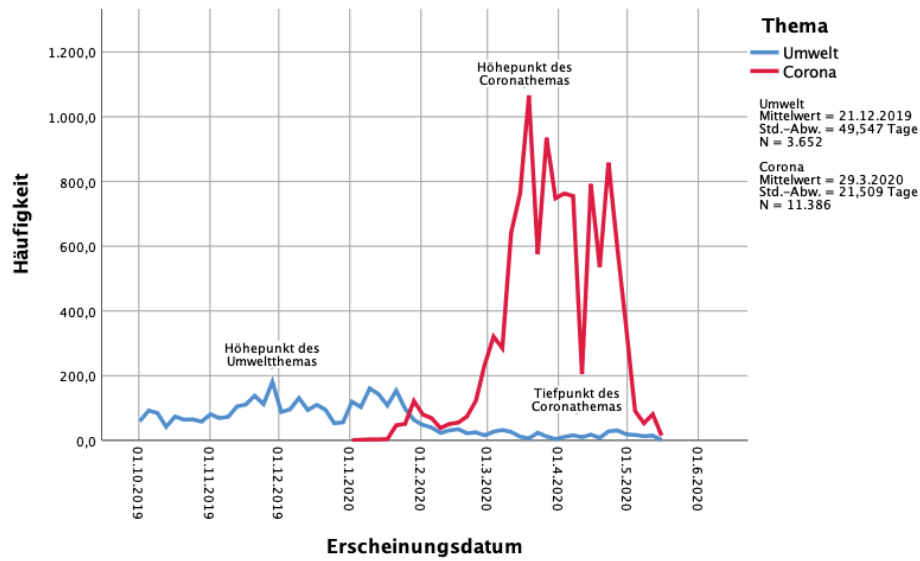
Zum Ersten achten wir beim Festlegen der Variablen auf Trennschärfe und Vollständigkeit der Kategorieausprägungen. Unser Codebuch ist an dieser Stelle flexibel genug, um in der noch eher explorativen ersten Phase an einigen (wenigen) Stellen nachjustieren zu können. Konkret haben wir, nachdem die Erhebung bereits seit einer Woche lief, den Frame *Ausland* nachträglich hinzugefügt, was eine Überprüfung der als *Sonstige* codierten Fälle erforderlich gemacht hat. Zudem sind im Codebuch Handlungsanweisungen festgelegt, die von allen Coder\*innen berücksichtigt werden. Im Codierungsprozess wird jede Variable eines Beitrags mithilfe der Software SPSS dem entsprechenden Code zugeordnet. Neben dem Erscheinungsdatum

werden die Beiträge nach folgenden inhaltlichen und formalen Merkmalen codiert: Medium, Medienframe, Textsorte, Themenbewertung, Einzelpersonenrelevanz, eigener Beitrag oder Verweis auf Beiträge einer anderen Seite, eigener redaktioneller Beitrag oder Fremdbeitrag, Likes, Retweets, Kommentare und Facebook-Reactions. Die Medienframes sind zudem in Haupt- und Nebenmedienframe unterteilt und können eine der folgenden Ausprägungen enthalten: *Regierung/Politik, Gesetzgebung, Wirtschaft, Streik, Alltag, öffentliches Leben, öffentliche Stimmung, Migration, Wissenschaft, Mythen, Infektionszahl, Masken, Naturkatastrophe, Energiewende, Eisschmelze, Dürre/Regen, Luftqualität, Fridays for Future, Ausland, Sonstiges, keine Angabe*. Die Frames *Dürre/Regen* und *Eisschmelze* werden immer dann codiert, wenn im betreffenden Beitrag explizit darüber berichtet wird. Ein Tsunami oder eine Überschwemmung fallen dabei unter *Dürre/Regen* – außer, der jeweilige Beitrag gibt *Eisschmelze* als Auslöser an. Wird eine starke Umweltveränderung weder mit zu viel oder zu wenig Wasser in Verbindung gebracht, wird der allgemeine Frame *Naturkatastrophe* gewählt.

Zum Zweiten gewährleisten wir durch einen Reliabilitätstest im Nachgang der Studie, dass sich alle codierten Fälle zueinander reliabel verhalten. Ein Messinstrument gilt als reliabel, wenn es bei wiederholter Messung desselben Forschungsgegenstandes gleiche Ergebnisse erzielt, demnach unabhängig von den Messenden selbst funktioniert (Brosius et al. 2001: 63). Die Reliabilität wird auf einer Skala von 0 bis 1 gemessen. Dabei steht der Wert 0 für keine und der Wert 1 für perfekte Reliabilität. Während bei formalen Kategorien ein sehr hoher Wert verlangt wird, ist bei inhaltlichen Kategorien ein Wert von bis zu 0,7 akzeptabel (Brosius et al. 2001: 68). Je niedriger die Reliabilität ist, desto vorsichtiger sollte mit den Erkenntnissen der Messung umgegangen werden. Für die Messung der Reliabilität im Rahmen dieser Studie werden denselben 25 Codierenden nochmals die eigenen Fälle vorgelegt. Aufgrund der Corpusgröße von 15.038 Beiträgen werden zufällig 50 Beiträge ausgewählt und mit Ausnahme der Variablen zu den sozialen Netzwerken (Content, Likes, Retweets etc.) von allen Codierer\*innen erneut codiert. Insgesamt ergibt sich für die Erhebung eine durchschnittliche Übereinstimmung der Codierer\*innen von 0,8. Jedoch erreicht die Variable des Hauptmedienframes nur eine durchschnittliche Übereinstimmung von 0,54 und ist damit nicht reliabel. In den Daten zeigt sich, dass in vielen Fällen für einen Beitrag zwar der gleiche Medienframe codiert, jedoch von den



Abb. 1: Häufigkeit der Themen Corona und Umwelt in SZ, FAZ, BILD sowie Tagesschau (Instagram) und rbb24 (Twitter)



Quelle: Eigene Darstellung

Codierenden unsystematisch dem Haupt- oder dem Nebenmedienframe zugeordnet wird. Zurückzuführen ist dies auf eine nicht hinlängliche Trennschärfe der beiden Variablen. Um diesen Designfehler in der Analyse auszugleichen, werden die Variablen zusammen in einer neuen Variable „Medienframe“ betrachtet. Für diese ergibt sich eine Intercoderreliabilität von 0,74, die damit reliabel ist. Eine Auswertung der Intracoderreliabilität ist nicht erfolgt.

Zum Dritten stellen wir sowohl unser Datenset als auch unser Codebuch gemäß des Open-Science-Gedankens frei zur Verfügung. Das ermöglicht wichtige Einblicke in unsere „black box“ und erhöht die Möglichkeit eines Nachvollzugs der Ergebnisse.

### 5. Medienübergreifende Verschiebung im Beitragsvolumen zugunsten des Coronathemas zulasten des Umweltthemas

Im ersten Schritt sollen die medienübergreifenden Prozesse in der Veränderung des Beitragsvolumens in der medialen Berichterstattung zu den Themen *Corona* und *Umwelt* nachvollzogen werden. Dafür werden zunächst Prozesse nachgezeichnet, die sich sowohl für die drei Tageszeitungen *SZ*, *FAZ* und *BILD* als auch für die Social-Media-Auftritte der Nachrichtenformate der *Tagesschau* (Instagram) und *rbb24* (Twitter) feststellen lassen. Darauf aufbauend erfolgen im Anschluss Vergleiche zwischen den Medien.

In Abbildung 1 sind neben der ungleichen Gewichtung der beiden Themen hinsichtlich ihrer Häufigkeit vor allem drei Phasen in Bezug auf die erste Coronawelle in Deutschland gut zu erkennen. Die erste Phase des durch die Datenerhebung abgebildeten Zeitraums von Oktober bis Dezember 2019 lässt sich formal durch eine Abwesenheit des *Coronathemas* beschreiben. In der zweiten Phase von Januar bis Mitte Februar 2020 bestehen beide Themen beinahe gleichberechtigt nebeneinander, während in der dritten Phase das Thema *Corona* in der medienübergreifenden Berichterstattung deutlich an Frequenz zulegt und von März bis Mai 2020 nahezu ununterbrochen mehr als 600 Beiträge pro Tag verzeichnen kann. Der statistische Zusammenhang zwischen den Phasen und den Beiträgen lässt sich mit einem Kontingenzkoeffizienten von ,64 als angemessen bewerten.

Für die Phase von Oktober 2019 bis Dezember 2019 vor dem ersten Beitrag zu *Corona* (*Vorphase*) kann konstatiert werden, dass das Thema *Umwelt* in der medialen Berichterstattung konstant relevant ist. Die ersten drei Monate der Erhebung, Oktober bis einschließlich Dezember 2019, beinhalten nur Beiträge zum Thema *Umwelt*. Die Beiträge der Vorphase hierzu bewegen sich durchschnittlich zwischen 100 und 200 Beiträgen pro Monat. Ende November 2019 ist das Thema *Umwelt* auf dem Höhepunkt dieses Zeitraums und zählt ca. 150 Beiträge pro Tag. Der Anstieg im November liegt vermutlich an den gleichzeitig stattfindenden



Klimastreiks, beispielsweise der Klimastreikwoche an deutschen Hochschulen vom 25. bis 29. November 2019 sowie dem globalen Klimastreik *Fridays For Future* am 29. November 2019 anlässlich des Klimagipfels. Außerdem thematisieren die Nachrichten den ganzen Monat über verschiedene wissenschaftliche Analysen des Treibhausgasausstoßes und des Verpackungsmülls sowie den Klimaschutzreport und Inhalte des Klimapakets der Bundesregierung. Darüber hinaus sind im November Umweltkatastrophen wie Buschbrände in Australien und Kalifornien (USA), Hochwasser in Venedig (Italien) sowie (Schnee-)Stürme in Deutschland und Umgebung aktuell. Nach dem 27. November 2019 fällt die Häufigkeit der *Umweltbeiträge* um die Hälfte, steigt um den 11. Dezember 2019 kurzzeitig wieder an und fällt bis zum 25. Dezember 2019 weiter ab. Beide Abstiege könnten an der Berichterstattung bzgl. des Impeachmentverfahrens gegen den damaligen US-Präsidenten Trump liegen, das vom 14. November bis 20. Dezember 2019 thematisiert wird, sowie an der Parlamentswahl in Großbritannien, über die am 13. und 14. Dezember 2019 stark berichtet wurde. Das liefert in Bezug auf die Annahme eines Themenwettstreits sowohl wichtige Hinweise auf die Relevanz des *Umweltthemas* als auch auf eine vorherrschende Themenpluralität, die für diese Phase angenommen werden kann. Der darauffolgende kurzzeitige Anstieg entsteht vermutlich durch die Neuigkeit der Waldbrände in Australien, der Veröffentlichung des Klimaindex einzelner Länder am 10. Dezember 2019 sowie aufgrund der Weltklimakonferenz vom 2. bis 15. Dezember 2019. Mit dem 25. Dezember 2019 bis zum 15. Januar 2020 steigt die Häufigkeit des Themas *Umwelt* wieder an. Dies kann mit dem Jahrestag der Tsunamikatastrophe 2004 in Thailand am 26. Dezember und den Waldbränden in Australien in Zusammenhang gebracht werden. Am 31. Dezember 2019 berichtet die *BILD* zum ersten Mal über *Corona* und läutet damit die folgende Übergangsphase ein.

Diese chronologische Rekonstruktion der Ereignisse, die mit dem Thema *Umwelt* in Verbindung gebracht werden, zeigt, dass das Thema *Umwelt* im Zeitraum Oktober 2019 bis Dezember 2019 sowohl durchgängig relevant als auch tagesaktuell behandelt wird. Sie liefert ebenfalls einen Hinweis darauf, dass in dieser Phase eine gewisse Themenpluralität vorliegt.

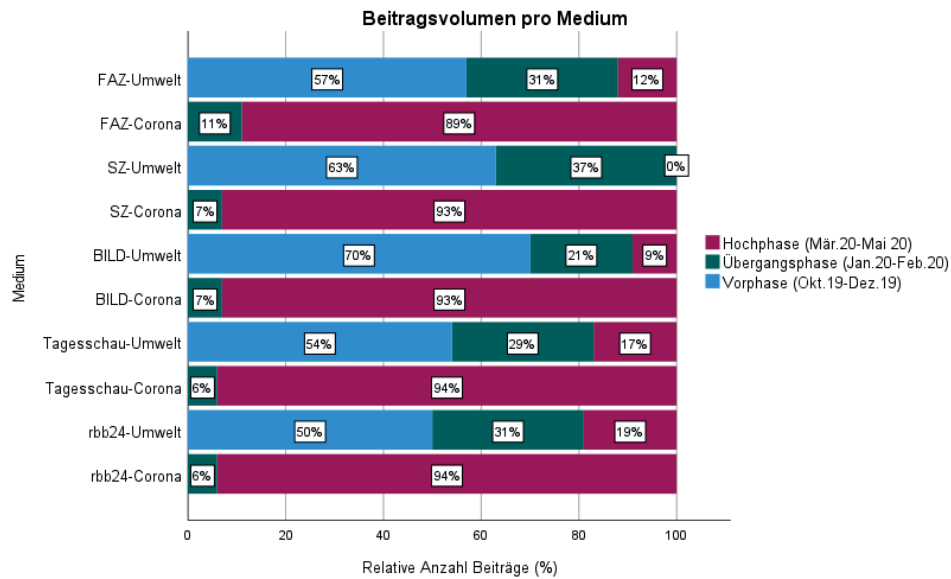
Danach schließt sich die Übergangsphase von Januar 2020 bis Februar 2020 an, in der die Themen *Umwelt* und *Corona* parallel relevant sind. In unserer Datenerhebung ist am 31. Dezember 2019 das erste

Mal ein Beitrag zu *Corona* in der *BILD* belegt. Die *SZ* folgt am 4. Januar 2020, eine Woche später, am 12. Januar 2020, die *FAZ. Tagesschau* (Instagram) und *rbb24* (Twitter) als Social-Media-Nachrichtenformate behandeln das Thema erst zwei Wochen später, am 22. Januar 2020. Damit berichten alle untersuchten Medien ab Januar 2020 über das Thema *Corona*. Einen frühen Hochpunkt erreicht *Corona* am 29. Januar 2020 mit ca. 150 bis 200 Beiträgen. Mit der ersten Steigung des Themas *Corona* ab dem 15. Januar 2020 sinkt die Häufigkeit von Beiträgen mit dem Thema *Umwelt* bis zum 5. Februar 2020. Auf diesem quantitativ niedrigen Niveau an Beiträgen bleibt die Häufigkeit des Themas *Umwelt* einschließlich zweier relativer Tiefpunkte. Der erste befindet sich am 18. März 2020. Dies lässt sich mit der an die Bevölkerung adressierten Rede Angela Merkels an diesem Tag begründen, in welcher sie die Brisanz von Covid-19 thematisiert. Aufgrund des Neuigkeitswerts sowie Merkels Prominenz weist diese Rede einen hohen Nachrichtenwert auf und wird entsprechend stark thematisiert – zulasten von potenziellen *Umweltthemen*. Der zweite Tiefpunkt des Themas *Umwelt* ist am 1. April 2020 auszumachen. An diesem Tag wird die Kontaktsperre in Deutschland bis zum 19. April 2020 verlängert. Dies hat aufgrund seiner Aktualität, Neuigkeit und der Tatsache, dass es alle Bürger\*innen Deutschlands betrifft, einen sehr hohen Nachrichtenwert und wird deswegen stärker thematisiert als *Umweltthemen*.

Diese Rekonstruktion liefert bereits einen wichtigen Hinweis darauf, in welchem – sich gegenseitig verdrängenden – Zusammenhang die Themen *Corona* und *Umwelt* stehen. Dies wird besonders in der Hochphase des *Coronathemas* deutlich. Diese Phase von März 2020 bis Mai 2020 ist durch eine hohe Beitragsfrequenz des Themas *Corona* bei sinkender Häufigkeit des Themas *Umwelt* gekennzeichnet. Auffällig an der *Corona*-Linie der Abbildung 1 sind zwei Hoch- und Tiefpunkte. Der erste relative Hochpunkt befindet sich am 29. Januar 2020 und zeigt vermutlich den ersten Schwung an Nachrichten zu Covid-19 an. Am 28. Januar 2020 gibt es den ersten Coronafall in Deutschland. Durch die geographische Nähe und die damit einhergehende Betroffenheit der Rezipient\*innen erhöht sich der Nachrichtenwert für das Thema *Corona*. Allerdings folgt der absolute Hochpunkt innerhalb dieser Erhebung erst einen Monat später, am 18. März 2020, mit über 1.000 Beiträgen. Zwischen diesen Hochpunkten fällt die Häufigkeit zunächst wieder ab und steigt dann steil zum absoluten Hochpunkt an. Diesem Abfall liegt



Abb. 2: Relative Beitragshäufigkeit hinsichtlich der Themen Corona und Umwelt



Quelle: Eigene Darstellung

vermutlich der Optimismus zahlreicher Politiker\*innen und Wissenschaftler\*innen zugrunde, die Krise bald überstanden zu haben. Dem Thema *Corona* wird nach anfänglich hoher Relevanz kein großer Nachrichtenwert (mehr) zugewiesen. Erst mit dem Anstieg der Infektionen in Deutschland und dem ersten deutschen Todesfall in Kairo am 8. März 2020 steigt die Quantität der Berichterstattung wieder deutlich an. Durch die Nachrichtenfaktoren der Neuigkeit, der Verbundenheit mit einem stark negativen Vorfall und der Nähe zu deutschen Rezipient\*innen wird *Corona* wieder ein höherer Nachrichtenwert zugesprochen.

Nach dem absoluten Hochpunkt am 18. März 2020 sinkt die Thematisierung von *Corona* bis zum 15. April 2020. Dieser relative Tiefpunkt könnte mit dem Lockdown, der starken Kontaktbeschränkung und Schließung der meisten Organisationen (inkl. einiger Redaktionen) vom 13. März 2020 bis zum 19. April 2020 zusammenhängen, möglicherweise aber auch an der Tatsache liegen, dass nach den ersten Tagen des Lockdowns nur wenig neue Informationen verfügbar sind. Aufgrund der Stärke des Einbruchs ist aber auch ein Messfehler nicht auszuschließen. Anschließend steigt die Thematisierung von *Corona* wieder. Diese Steigung entsteht vermutlich durch die mediale Bearbeitung der Rückholaktion von 240.000 Menschen aus dem Ausland am 17. März 2020, der Verlängerung der Kontaktbeschränkungen am 22. März 2020 und der Einführung der Maskenpflicht (sowie des erstens Impfstofftests) am 22. April 2020. Die final fallende Kurve

in Abbildung 1 ist weniger einer sinkenden Relevanz des Themas *Corona* als dem Ende der Datenerhebung geschuldet, die ursprünglich bis Juni 2020 angesetzt war und dann aus Zeitgründen um einen Monat verkürzt wurde. Aus diesem Grund kann nur die Tendenz eines leichten Abfalls des Themas *Corona* Anfang Mai als letzter Stand der Erhebung angesehen werden.

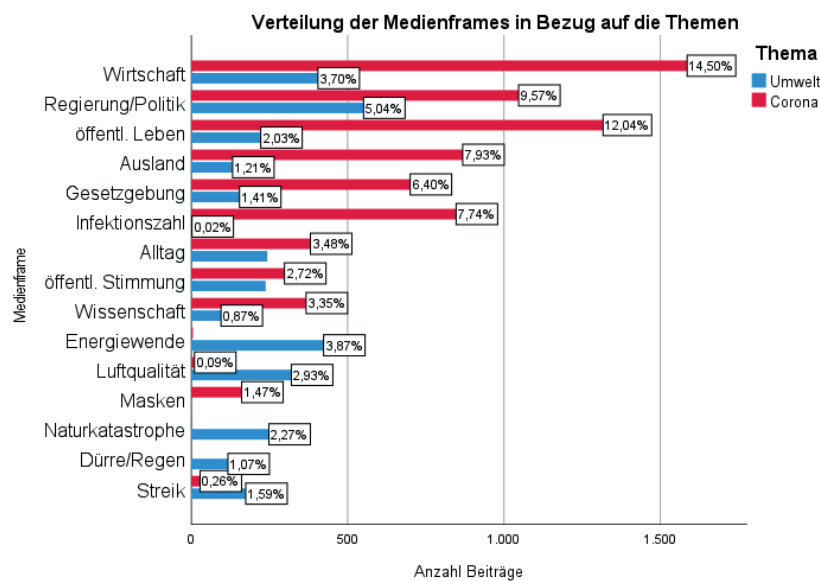
Betrachtet man nun die Beitragsfrequenzen pro Medium, zeigen sich ähnliche Entwicklungen für alle Medien der Stichprobe (Abb. 2). Zum Ersten nimmt für alle untersuchten Medien der relative Anteil von Beiträgen zum *Umwelt*thema ab. So weisen vor dem Auftreten der Coronapandemie durchschnittlich 59 Prozent der erhobenen Beiträge einen Bezug zum Thema *Umwelt* auf. Während der Hochphase der Pandemie fällt dieser relative Anteil pro Medium auf durchschnittliche 14 Prozent. Der Ausreißer der *SZ* für das Thema *Umwelt* von 0 Prozent in der Hochphase ist auf einen Messfehler zurückzuführen, bei dem die Beiträge fehlerhaft codiert und daher aus der folgenden Darstellung herausgerechnet worden sind. Nichtsdestotrotz zeigt sich auch für die *SZ*, dass der Rückgang in der Berichterstattung zum Thema *Umwelt* bereits in der Übergangsphase einsetzt.

Zum Zweiten liegt der relative Anteil am Gesamtbeitragsvolumen zum Thema *Corona* im Schnitt bei 93 Prozent und ist damit um ein Drittel größer als das Beitragsvolumen zu *Umwelt* in einer vergleichbaren Zeitspanne. Interessant sind an dieser Stelle die relativen Anteile in der Übergangsphase. Mit





Abb. 3: Die 15 häufigsten Medienframes mit mind. 1 Prozent Anteil an der Stichprobe



Quelle: Eigene Darstellung

durchschnittlich 7 Prozent Beiträgen zu *Corona* fällt das Beitragsvolumen deutlich geringer aus als im selben Zeitraum zu *Umwelt*themen (30 %). Damit wird in der Übergangsphase häufiger zu *Umwelt* berichtet als zu *Corona*. Mit der Hochphase verschiebt sich dieses Verhältnis allerdings deutlich zugunsten von *Corona*. Das Thema weist ab diesem Zeitpunkt ein größeres Beitragsvolumen auf als das Thema *Umwelt* vorher hatte.

Damit zeigt sich insgesamt, dass alle untersuchten Medien mehr über *Corona* berichten als zuvor über *Umwelt*themen. Das könnte einerseits so interpretiert werden, dass die Medien der Stichprobe *Corona* mehr Relevanz einräumen als zuvor *Umwelt*themen. Andererseits ist auch denkbar, dass in der Vorphase eine größere Themendiversität vorlag, die dann zugunsten von *Corona*themen eingeschränkt wird. *Umwelt* wäre bei dieser Interpretation nur eines von vielen Themen, die durch *Corona*themen verdrängt werden. Nichtsdestotrotz legen sowohl die absoluten Artikelhäufigkeiten (11.386 *Corona*beiträge vs. 3.652 *Umwelt*beiträge) als auch die relativen Beitragszahlen (durchschnittlich 93 % zu *Corona* und 59 % zu *Umwelt* im vergleichbaren Zeitraum) den Schluss nahe, dass sich der quantitative Wettstreit der Themen zugunsten von *Corona* entscheidet.

## 6. Veränderungen in der Framediversität der Themen *Corona* und *Umwelt*

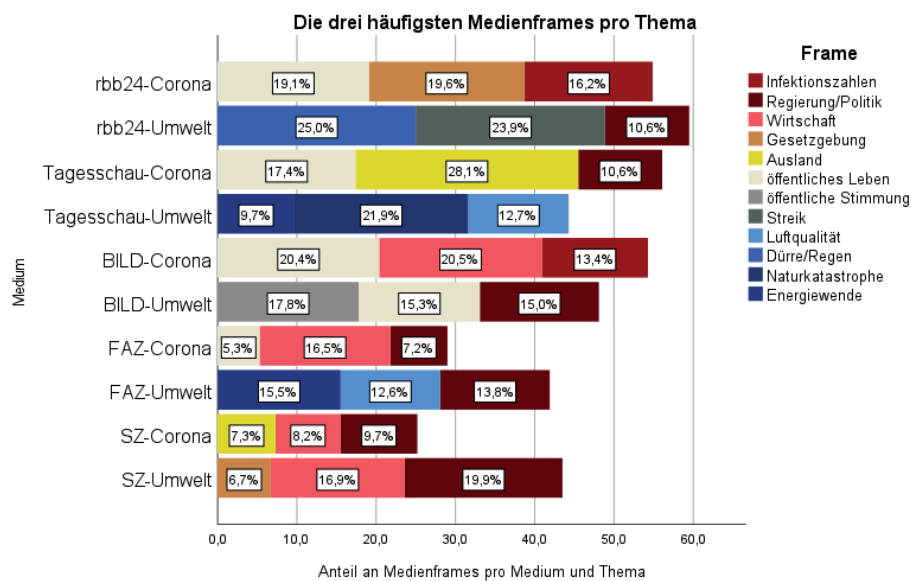
Nachdem mit den Veränderungen im Beitragsvolumen in der Vor-, Übergangs- und Hochphase

medienübergreifende Prozesse beschrieben werden können, die eine Schwerpunktveränderung in der medialen Berichterstattung von *Umwelt* zu *Corona* nahelegen, sollen nun im nächsten Schritt die Medienframes identifiziert werden, mit denen diese Themenschwerpunktveränderungen vollzogen werden. Dafür wird ein Vergleich der verwendeten Medienframes bezüglich der Themen *Corona* und *Umwelt* bei den Medien der Stichprobe angestellt. Wie Abb. 3 deutlich zeigt, unterscheiden sich die beiden Themen nicht nur medienübergreifend hinsichtlich der bereits beschriebenen Beitragsfrequenz, sondern auch in Bezug auf die verwendeten Medienframes. Überraschend ist, dass dabei nur wenige Medienframes spezifisch für eines der Themen Verwendung finden.

Medienframes, die exklusiv das Thema *Umwelt* rahmen, sind *Energiewende*, *Dürre/Regen* und *Naturkatastrophe*. Der Medienframe *Masken* taucht hingegen als einziger nur im Zusammenhang mit dem Thema *Corona* auf. Global betrachtet schlagen sich in dieser Verteilung der Medienframes die konstituierenden Eigenschaften der Medien in der Stichprobe mit einem Schwerpunkt auf politische und wirtschaftliche Nachrichten (*FAZ*, *SZ*, *Tagesschau*) bzw. eher *Human-Interest*-Themen (*BILD*, *rbb24*) nieder. Dies wird umso deutlicher, wenn man die drei häufigsten Medienframes pro Medium analysiert (Abb. 4)

Bei der Betrachtung der Verteilung fällt auf, dass die untersuchten Medien bei nahezu der Hälfte ihres Beitragsvolumens auf lediglich drei Medienframes

Abb. 4: Häufigste Medienframes pro Thema für die Medien der Stichprobe im Erhebungszeitraum

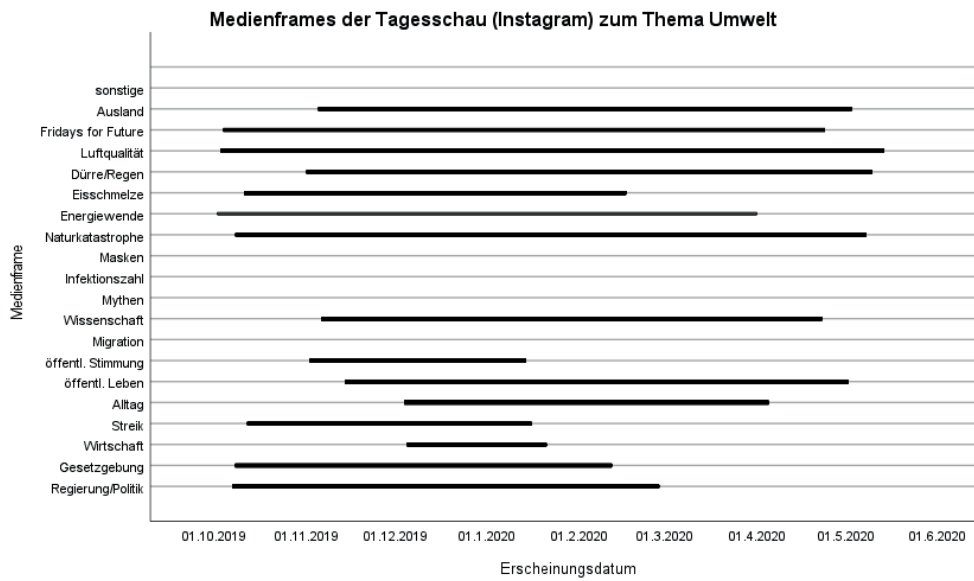


Quelle: Eigene Darstellung

zurückgreifen. Eine Ausnahme stellen hier SZ und FAZ dar. Während beide Tageszeitungen über 40 Prozent der Beiträge zum Thema *Umwelt* mit ihren drei häufigsten Medienframes rahmen, sinkt dieser Wert für das Thema *Corona* unter 30 Prozent. Das legt den Verdacht nahe, dass sich die Framediversität für *Corona* von jener für *Umwelt* unterscheidet. Dieser Vermutung soll weiter unten nachgegangen werden. Schaut man sich die Frames genauer an, fällt auf, dass die *Tagesschau* für die Rahmung von *Umwelt* vorrangig *Umwelt*-nahe Medienframes (*Energiewende*, *Naturkatastrophe*, *Luftqualität*) verwendet, während die *SZ* für *Umwelt* auf Medienframes zurückgreift, die nicht spezifisch für dieses Thema sind (*Gesetzgebung*, *Wirtschaft* und *Regierung/Politik*). Ein anderes Bild zeigt sich für die *FAZ*, die für die Konstruktion von *Umweltbeiträgen* eher *Umwelt*-nahe Frames (*Energiewende* und *Luftqualität*) mit eher *Umwelt*-unspezifischen Frames (*Regierung/Politik*) mischt. Medientypische Charakteristika zeigen sich auch für die *BILD* in einem Schwerpunkt auf *Human-Interest*-Rahmungen (öffentliches Leben und öffentliche Stimmung) für beide Themen. Möchte man nun die Veränderung in der Framediversität im Rahmen des thematischen Wettstreits analysieren, kann dies nur gelingen – das deutet die knappe Darstellung der häufigsten drei Medienframes bereits an –, wenn die Medienspezifik und die Phasen der ersten Welle berücksichtigt werden.

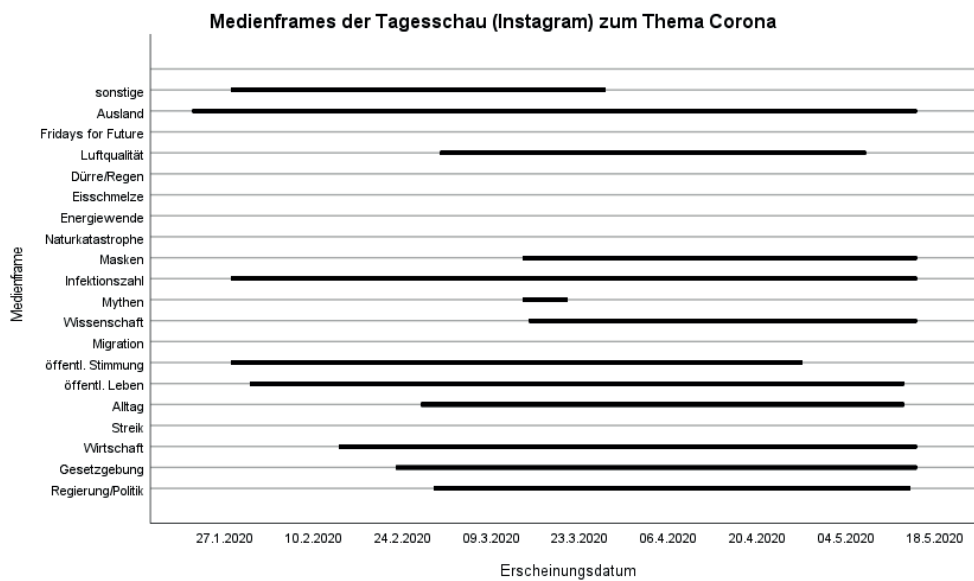
Im Folgenden wird daher untersucht, ob und wie sich eine Veränderung in der Relevantsetzung des Themas *Umwelt* in der medialen Berichterstattung bzw. in den verwendeten Medienframes niederschlägt. Fokussiert werden die Beiträge von *FAZ* und *BILD* sowie der *Tagesschau* (Instagram) und *rbb24* (Twitter), da für diese Nachrichtenmedien für beide Themen in allen Phasen Daten vorliegen. Mithilfe der folgenden Diagramme lassen sich Zeiträume aktiver Medienframes abbilden, aber nur eingeschränkt quantitative Interpretationen ableiten. Ein Medienframe gilt im Rahmen dieser Studie als aktiv, wenn er mindestens dreimal innerhalb einer Phase auftritt und dadurch eine minimale thematische Sequenz mit Start-, Mittel- und Endpunkt angenommen werden kann. Aufgrund der Intercoderreliabilität von ,74 muss somit jeder Medienframe mindestens fünfmal vorkommen, um diese drei Datenpunkte sicherzustellen. Die Analyse zeigt, dass einige zentrale Medienframes wie *Naturkatastrophe* durchgängig für die Konstruktion des *Umweltthemas* Verwendung finden, andere – wie *Gesetzgebung* – in ihrem Einsatz zurückgehen (und möglicherweise für das Framing von *Corona* eingesetzt werden). Eine kontrastive Analyse macht aber auch die strukturellen Unterschiede zwischen Tageszeitungen und sozialen Nachrichtenplattformen deutlich.

Abb. 5: Medienframes von *Tagesschau* (Instagram) zum Thema *Umwelt*



Quelle: Eigene Darstellung

Abb. 6: Medienframes von *Tagesschau* (Instagram) zum Thema *Corona*



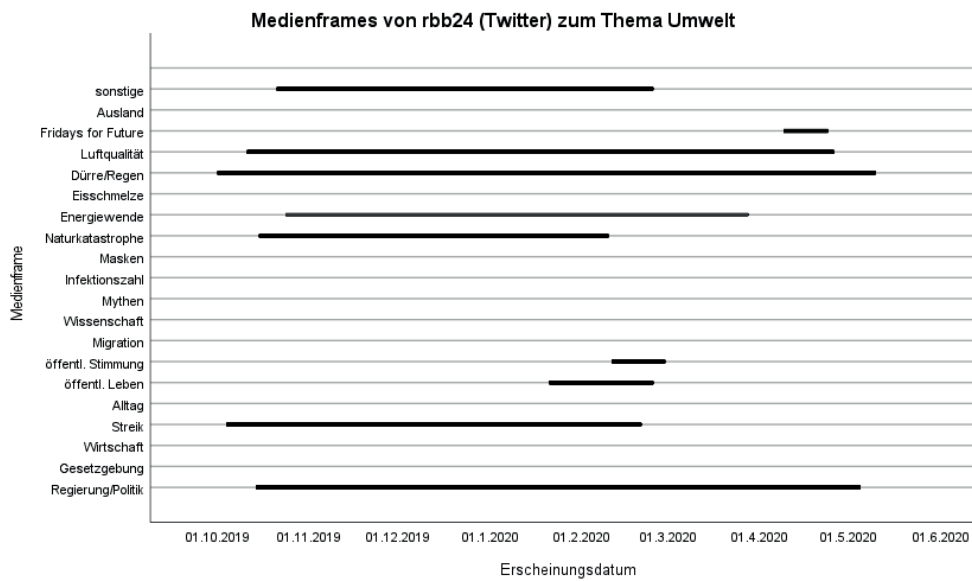
Quelle: Eigene Darstellung

Anhand von Abb. 5 lässt sich erkennen, auf welche unterschiedlichen Medienframes die *Tagesschau* (Instagram) zurückgreift, um das Thema *Umwelt* herzustellen. Dabei bleiben einige Medienframes (z. B. *Luftqualität* und *Naturkatastrophe*) durchgängig relevant, während andere (z. B. *Wirtschaft* oder *öffentliche Stimmung*) für kürzere Zeiträume verwendet werden. Zudem weist die Grafik eine gewisse Linkslastigkeit auf. Werden in der Vorphase (Oktober bis Dezember

2019) noch 14 unterschiedliche Medienframes verwendet, sind in der Hochphase (März bis Mai 2020) nur noch acht Medienframes aktiv. Aus der sinkenden Framediversität lässt sich ableiten, dass spätestens ab der Hochphase weniger differenziert über das Thema *Umwelt* berichtet wird als noch in der Vorphase. Diese Vermutung erhärtet sich, wenn man die Medienframes betrachtet, die für die Rahmung des Themas *Corona* benutzt werden (Abb. 6).



Abb. 7: Medienframes von rbb24 (Twitter) zum Thema Umwelt



Quelle: Eigene Darstellung

Für die mediale Rahmung des *Coronathemas* lässt sich anhand von Abb. 6 die gegenläufige Tendenz ableiten. Hier steigt die Framediversität von sieben Medienframes (inkl. *Sonstiges*) in der Übergangsphase (Januar bis Februar 2020) auf elf Medienframes in der Hochphase. Deutlich erkennbar ist, dass der Frame *Ausland* über den Erhebungszeitraum hinweg bestehen bleibt. Dies ist dadurch erklärbar, dass gerade am Anfang der Pandemie China im Fokus der Berichterstattungen steht und durch die Verbreitung des Virus anschließend die ganze Welt. Auch die Frames *Infektionszahl*, öffentliches Leben und öffentliche Stimmung erstrecken sich über die untersuchten Monate hinweg. Den Infektionszahlen wird ab Januar 2020 medial immer mehr Aufmerksamkeit geschenkt, da sich das Virus auch vermehrt in Deutschland und anderen europäischen Ländern verbreitet. Ab Februar 2020 tauchen die Frames *Wirtschaft*, *Gesetzgebung* und *Regierung/Politik* zur Konstruktion des *Coronathemas* auf. Dies verhält sich auffallend komplementär zu der Reihenfolge, in der ebenjene Medienframes vom *Umweltthema* abgezogen werden (Abb. 5). Das lässt die Interpretation zu, dass das Thema *Umwelt* nicht nur medial weniger verhandelt, sondern offenbar zusätzlich weniger differenziert gerahmt wird. Interessant ist in diesem Zusammenhang der Medienframe *Luftqualität*, weil dieser zeitgleich sowohl im Kontext von *Umwelt* als auch *Corona* auftritt. Das illustriert einerseits, dass es durchaus möglich ist, denselben Frame für unterschiedliche Themen zu verwenden,

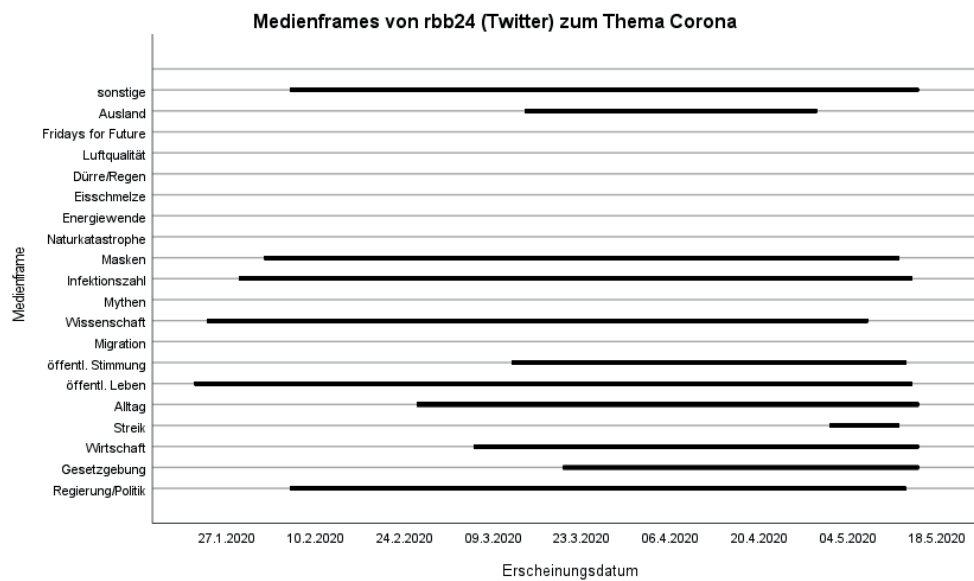
z. B. wenn in einem Bericht zu den Effekten des Lock-downs auch die Abnahme der Feinstaubbelastung in Innenstädten thematisiert wird. Das Resultat dieser Lesart wäre eine Annäherung der Themen. Andererseits werden hier die methodischen Grenzen des framebasierten Ansatzes ersichtlich: Sind zwei Frames pro Beitrag ausreichend, um den betreffenden Beitrag zu erfassen? Wie weit oder eng sollte ein Frame gefasst werden, wenn unter *Luftqualität* sowohl Beiträge zu Aerosolen als auch Smog fallen können?

Noch deutlicher zeigt sich die beschriebene Tendenz für den Twitterkanal von rbb24 (Abb.7). Hier werden in der Vorphase noch sieben Medienframes (inkl. *Sonstige*) erhoben, von denen in der Hochphase nur noch drei Medienframes (*Luftqualität*, *Dürre/Regen*, *Regierung/Politik*) übrig bleiben. Einzig der Frame *Fridays for Future* kommt in dieser Phase für etwa zwei Wochen neu hinzu. Damit sinkt die Bandbreite der verwendeten Frames etwa um die Hälfte, während sich die Framediversität – analog zur *Tagesschau* (Instagram) – für das Thema *Corona* verdoppelt (Abb. 8).

Die *Corona*-Berichterstattung setzt bei rbb24 mit Frames zum öffentlichen Leben ein, wird dann um Berichte aus der *Wissenschaft* und wenig später um Angaben zu den *Infektionszahlen* ergänzt. Anders als bei der *Tagesschau* spielt der Frame *Ausland* für rbb24 (Twitter) erst überraschend spät eine Rolle. Der Frame *Mythen* wird von rbb24 gar nicht verwendet und taucht wie bei der *Tagesschau* nur kurz in der Übergangsphase

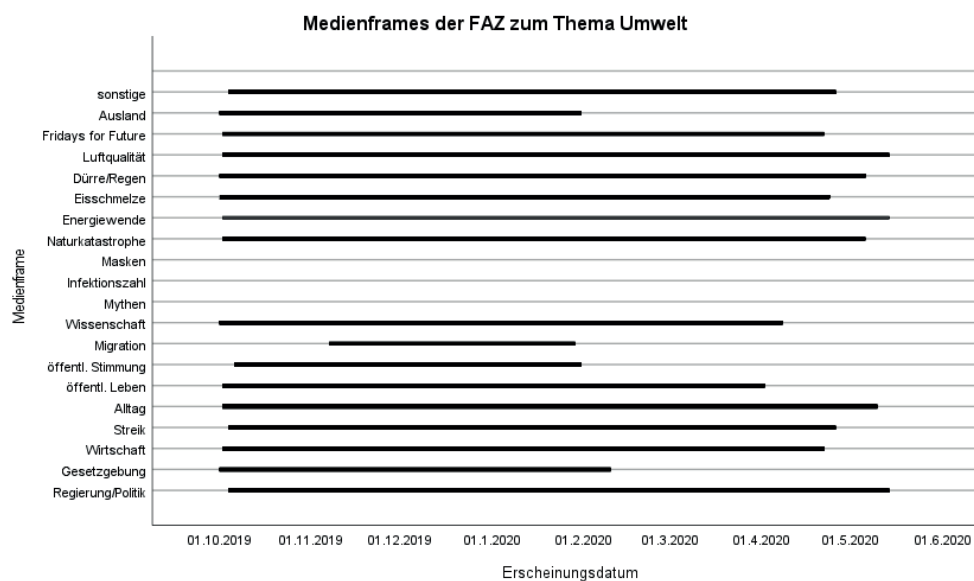


Abb. 8: Medienframes von *rbb24* (Twitter) zum Thema Corona



Quelle: Eigene Darstellung

Abb. 9: Medienframes von *FAZ* zum Thema Umwelt



Quelle: Eigene Darstellung

auf. Dies ist insofern verwunderlich, als die Anzahl der Coronamythen und Falschinformationen im Laufe der Pandemie stark zugenommen hat (Vraga/Bode 2021). Die Diskussion dieser Beobachtung – die sich für alle untersuchten Medien der Stichprobe zeigt – erfolgt in Bezug auf die politischen Implikationen im nächsten Kapitel.

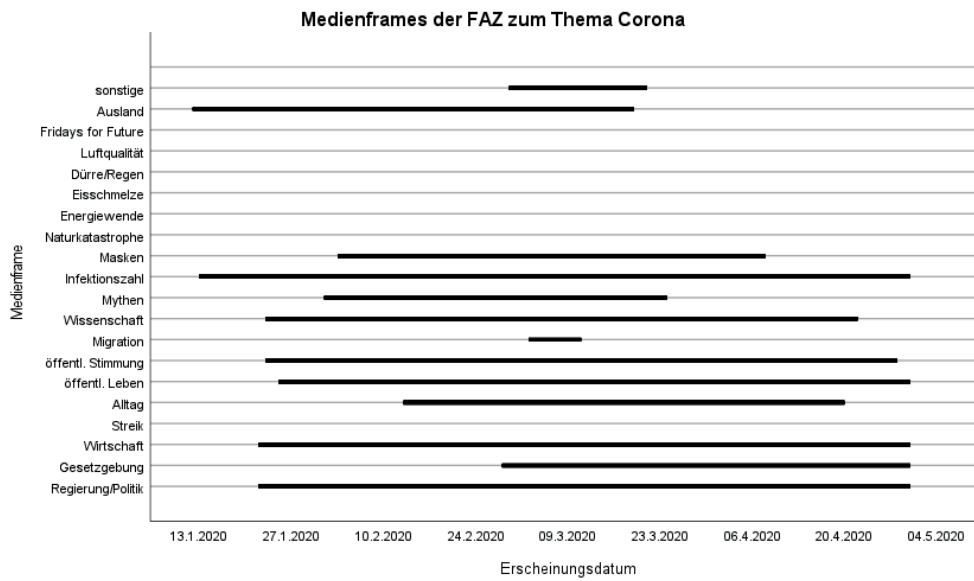
Auch für die *FAZ* ist für die Konstruktion des Themas *Umwelt* eine Abnahme der Framediversität von 17 Medienframes in der Vorphase auf 13 Frames in

der Hochphase zu beobachten (Abb.9). Im Vergleich zur Berichterstattung der *Tagesschau* (Instagram) oder *rbb24* (Twitter) zeigt dies in Bezug auf die verwendeten Medienframes eine differenziertere Berichterstattung, die zwar mit dem Ausbruch der Coronapandemie etwas abnimmt, jedoch durchgängig über dem Wert der sozialen Nachrichtenplattformen liegt. Dies lässt sich möglicherweise damit begründen, dass innerhalb der *FAZ* Themen länger und aus mehreren Perspektiven behandelt werden können, als dies in einem Bild



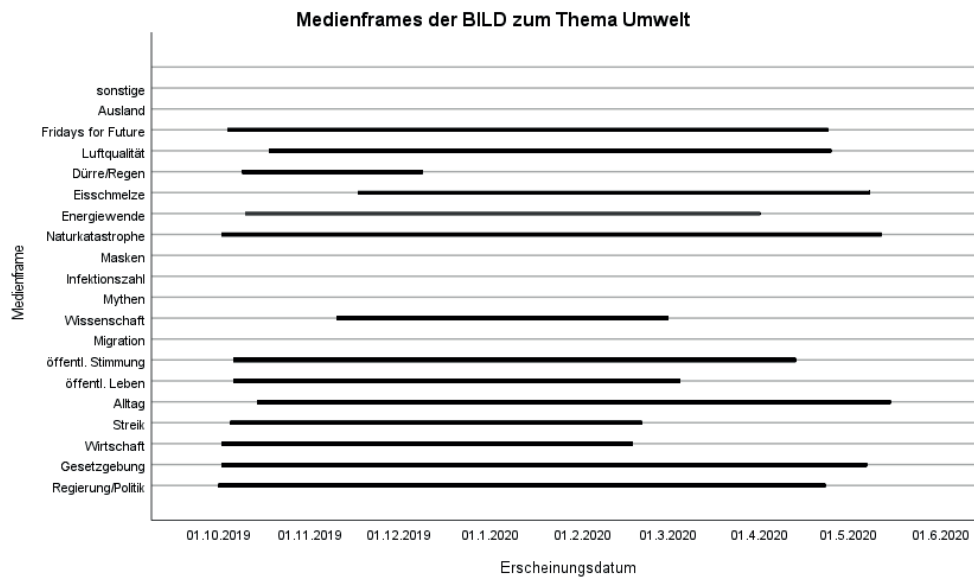


Abb. 10: Medienframes von FAZ zum Thema Corona



Quelle: Eigene Darstellung

Abb. 11: Medienframes von BILD zum Thema Umwelt



Quelle: Eigene Darstellung

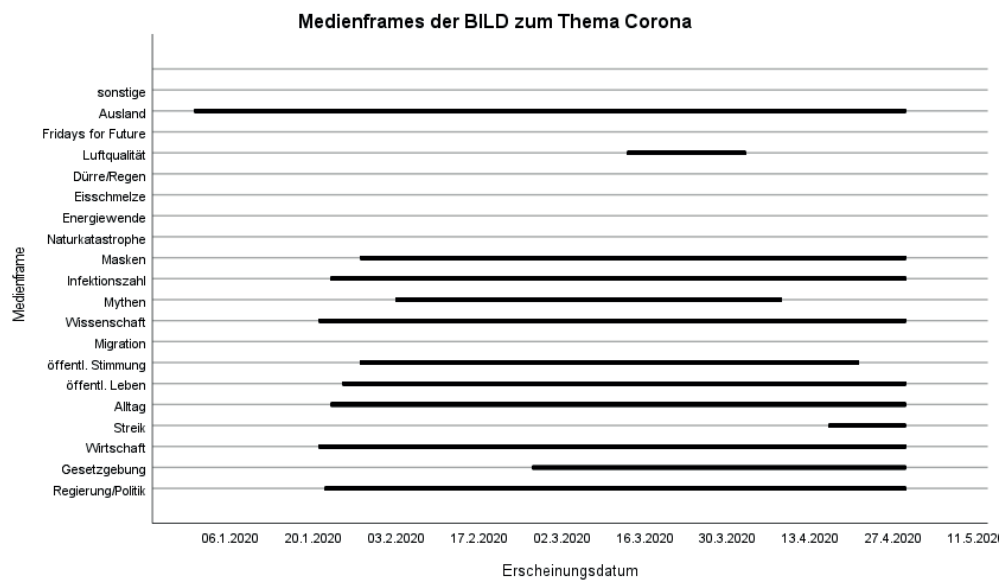
mit Begleittext auf Instagram bzw. im Rahmen der Zeichenbegrenzung auf Twitter möglich ist. Im Unterschied zur *Tagesschau* (Instagram) bleibt der Frame *Regierung/Politik* bei der *FAZ* durchgängig relevant, was sich gut mit der journalistischen Ausrichtung dieser Tageszeitung begründen lässt.

Jedoch zeigt sich auch bei der *FAZ* die Tendenz, dass Medienframes wie *Gesetzgebung* oder öffentliche Stimmung im Laufe der ersten Welle für das *Umweltthema* weniger relevant und vermehrt für *Corona* ein-

gesetzt werden (Abb. 10). Anders als bei den sozialen Medienplattformen steigt bei der *FAZ* die Framediversität weniger stark an. Die durchschnittliche Anzahl von zehn Medienframes in der Übergangphase bleibt auch in der Hochphase bestehen bzw. scheint sogar leicht auf neun aktive Frames zu sinken. Damit greift die *FAZ* im Vorhinein auf mehr Medienframes zurück als die sozialen Medienplattformen und hält diese Framediversität über den Erhebungszeitraum aufrecht.



Abb. 12: Medienframes von *BILD* zum Thema *Corona*



Quelle: Eigene Darstellung

Eine ähnliche Tendenz zeichnet sich für die *BILD* ab. Hier sind es in der Vorphase zwölf aktive Medienframes, mit denen das Thema *Umwelt* bearbeitet wird (Abb. 11). Diese sinken in der Hochphase leicht auf acht Medienframes ab.

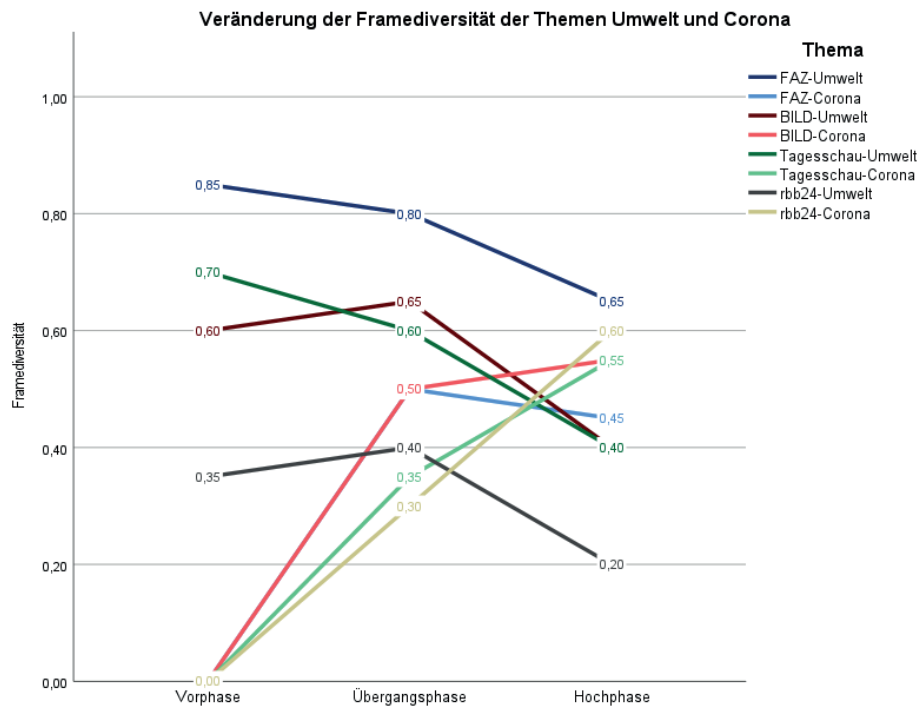
Die *BILD* fokussiert bei der Berichterstattung zu *Corona* zunächst vor allem den Frame *Ausland* und beginnt erst nach etwa einem Monat mit einer differenzierteren Bearbeitung des Themas. Im Schnitt greifen *BILD*-Redakteur\*innen in der Übergangsphase auf zehn verschiedene Medienframes zurück. In der Hochphase kommt ein weiterer Frame hinzu, sodass auch für die *BILD* konstatiert werden kann, dass die Framediversität in Bezug auf *Umwelt* zurückgeht, während sie für *Corona* (leicht) steigt (Abb.12). Eine Ausnahme bildet die *BILD* hinsichtlich des Medienframes *Mythen*, der für zweieinhalb Monate aktiv ist. Jedoch sinkt wie bei den anderen untersuchten Medien auch hier die Berichterstattung zu *Mythen* gegen Ende der ersten Welle.

Fasst man die Framediversität als Anteil der aktiven Frames pro Phase an den Medienframes der Erhebung, zeigt die Analyse der Medienframes, dass mit dem Einsetzen der Coronapandemie ein durchschnittlicher Rückgang in der Framediversität zum Thema *Umwelt* um 21 Prozent einhergeht. Diese Tendenz ist stark für die *Tagesschau* (Instagram) mit einem Rückgang um 30 Prozent zu erkennen und drückt sich weniger stark für *rbb24* auf Twitter aus (15 Prozent Rückgang). Auch

wenn sich für die *FAZ* ein Rückgang der Framediversität um 20 Prozent ergibt, weist die *FAZ* dennoch mit einer Framediversität von 0,65 in der Hochphase den höchsten Wert innerhalb der Stichprobe auf. Eine mögliche Erklärung dafür könnte in den strukturellen Bedingungen der Tageszeitung liegen. Im Rahmen eines längeren Zeitungsartikels lassen sich Themen aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten, was sich in einer höheren Framediversität niederschlägt. Die im Schnitt kürzeren Artikel der *BILD* und der sozialen Medienplattformen ermöglichen diese Framediversität nicht in gleichem Maße. Ein Indiz dafür, dass der verfügbare Platz nicht zwangsläufig die Framediversität diktiert, liefert hingegen der etwas höhere Wert der *Tagesschau* (0,7) im Vergleich zur *BILD* (0,6) in der Vorphase. Hier nutzen Redakteur\*innen der *Tagesschau* mehr Frames als Journalist\*innen bei der *BILD* im selben Zeitraum. Obwohl dies keinen Rückschluss auf die Qualität der Beiträge zulässt, ermöglicht es dennoch einen Eindruck von der Vielfalt der Perspektiven, die in den Medien berücksichtigt werden.

Während die Framediversität zu *Umwelt* medienübergreifend abnimmt, steigt die Framediversität für *Corona* um durchschnittlich 25 Prozent. Auffällig ist, dass die Framediversität besonders bei den sozialen Medienplattformen um 30 Prozent (*rbb24*) bzw. 20 Prozent (*Tagesschau*) steigt, während sie bei *BILD* nur 5 Prozent Zuwachs hat und bei der *FAZ* sogar um 5 Prozent zurückgeht. Eine mögliche Erklärung

Abb. 13: Veränderung in der Framediversität



Quelle: Eigene Darstellung

für dieses Phänomen ist die strukturelle Starrheit der Tageszeitungen bei größerer Flexibilität der sozialen Medienplattformen. *BILD* und *FAZ* würden bei dieser Interpretation das neue Thema *Corona* im Rahmen ihrer üblichen Perspektiven, klassischen Textsorten und Ausgabenumfänge bearbeiten, während die sozialen Medienplattformen an keine Beitragsobergrenze gebunden sind und auch neue Textsorten (z. B. „Infoposts“ bei der *Tagesschau* auf Instagram) ausprobieren können. Einen weiteren Erklärungsansatz liefert die bereits bei der qualitativen Analyse angestellte Beobachtung, dass auf sozialen Medienplattformen vermehrt Medienframes von *Umwelt* zugunsten von *Corona* abgezogen werden, während die Tageszeitungen der Stichprobe weniger stark auf diese Praktik zurückgreifen. Inwiefern das einen Rückschluss auf die Güte journalistischer Informationen auf sozialen Medienplattformen zulässt, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.

Insgesamt zeichnet sich eine deutliche Tendenz hinsichtlich des thematischen Wettstreits von *Corona* und *Umwelt* ab: Die Anzahl der Frames, mit denen Nachrichtenformate *Umweltbeiträge* rahmen, nehmen ab, während die Framediversität für *Corona* zunimmt. Berücksichtigt man die Erkenntnisse bzgl. des Beitragsvolumens, legt das den Schluss nahe, dass *Corona*

das Thema *Umwelt* nicht nur quantitativ in Bezug auf die Anzahl der veröffentlichten Beiträge, sondern auch qualitativ hinsichtlich der verwendeten Medienframes verdrängt. Dieser Effekt scheint bei den sozialen Medienplattformen dieser Studie besonders stark zu wirken. Ob es sich dabei um ein Artefakt der Stichprobe oder einen reproduzierbaren Effekt handelt, muss in Folgeuntersuchungen ergründet werden.

### 7. Politische Implikationen des thematischen Wettstreits

Die präsentierten empirischen Befunde legen nahe, dass im Verlauf der Coronapandemie immer weniger und vor allem unter Einbezug einer abnehmenden Zahl an Perspektiven über *Umwelt* berichtet wird als über *Corona* im selben Zeitraum. Welche politischen Implikationen daraus abgeleitet werden können, soll im Folgenden skizziert werden.

Gemäß der Agenda-Setting-Theorie wird dem Thema, das sich in einem thematischen Wettstreit durchsetzen kann, eine höhere gesellschaftliche Relevanz zugeschrieben als dem unterlegenen Thema. Ein medialer Fokus auf *Corona* im Zuge der ersten Welle als aktuelles Problem ist insofern sinnvoll, als die Bearbeitung der Krise zum einen politische Maßnahmen

erfordert, die bis zur Einschränkung der Grundrechte reichen und somit stark erklärungsbedürftig sind. Zum anderen können diese Maßnahmen nur fruchten, wenn ein Großteil der Bevölkerung den Sinn dieser Maßnahmen versteht und sie in ihrer Lebenswelt mitträgt. Dies reicht von grundlegenden Hygienevorgaben wie Händewaschen über stärkere Einschränkungen wie dem Tragen einer Maske bis hin zur Reduzierung sozialer Kontakte in Face-to-Face-Situationen. Auch wenn in dieser Studie der thematische Wettstreit zwischen *Corona* und *Umwelt* fokussiert wird, ist anzunehmen, dass *Umwelt* nicht das einzige Thema ist, das von *Corona* verdrängt wird. Folgt man dieser Annahme, verkehrt sich der sinnvolle, weil quantitativ umfangreiche (vgl. Kap. 5) und in Bezug auf die Framediversität vielschichtige (vgl. Kap. 6) mediale Fokus in eine Berichterstattung, die der thematischen Monovalenz beschuldigt werden kann. Das kann einerseits zu einer „pandemic fatigue“ (WHO 2020) beitragen und andererseits das Entstehen von Verschwörungstheorien begünstigen. Während ersteres vor allem die Bereitschaft in der Bevölkerung reduziert, die notwendigen Maßnahmen fortzusetzen, kann letzteres dazu beitragen, dass Teile der Bevölkerung politische Entscheidungen infrage stellen und sich ihnen verwehren. Beide Phänomene limitieren die Effektivität politischer Entscheidungen. Wie aktuelle Forschung bezüglich populistischer Berichterstattung zu *Corona* (Boberg et al. 2020; Shahrezaye et al. 2021) zeigt, geht besonders von Verschwörungstheorien eine Gefahr für Demokratien aus (Woods et al. 2020). Verschwörungstheorien können sich dann stark entwickeln und verbreiten, wenn ein Thema über das übliche Maß hinaus mediale Aufmerksamkeit erhält. Eine Grundlage für die Erklärung dieses Phänomens liefert das Konzept der *epistemic vigilance* (Sperber et al. 2010). Das Konzept beschreibt das Infragestellen eines präsentierten Sachverhaltes in Diskursen als kognitiven Mechanismus zum Schutz vor Falschinformation. Je stärker die Vermutung einer Falschinformation wirkt, desto intensiver fällt die kritische Bewertung dieser Information aus (Lombardi Vallauri 2019: 75). Die Folge ist ein Teufelskreis: Je intensiver über *Corona* berichtet wird, desto mehr stellen Menschen die dargestellten Informationen in Frage. Je mehr Menschen daraufhin die geforderten Maßnahmen zur Eindämmung ablehnen, desto mehr mediale Überzeugungsarbeit muss geleistet werden. Trifft aktivierte *epistemic vigilance* auf die Vorstellung einer globalen Weltverschwörung, kann dies in Missachtung der Maßnahmen oder sogar

gewaltsamen Demonstrationen resultieren, wie dem sogenannten „Sturm auf das Reichstagsgebäude“ (Gensing 2020) im August 2020. Während also der Fokus medialer Berichterstattung auf notwendige politische Maßnahmen zum Bearbeiten einer Krise sinnvoll ist, kann thematische Monovalenz den gegenteiligen Effekt haben und den Anstrengungen zuwiderlaufen.

In diesem Zusammenhang ist es verwunderlich, dass der Medienframe *Mythen* in der vorliegenden Stichprobe eine untergeordnete Rolle zu spielen scheint und vor allem in der Übergangsphase beobachtet werden kann. Auffällig ist, dass besonders bei den sozialen Medienplattformen nur 0,63 Prozent (*Tagesschau*) bzw. 0,67 Prozent (*rbb24*) der Beiträge zu *Corona* sich mit *Mythen* befassen. Bei der *FAZ* sind es sogar nur 0,25 Prozent. Einzig die *BILD* bewegt sich mit 1,21 Prozent knapp über diesem Niveau und verwendet diesen Frame über einen längeren Zeitraum als die anderen Nachrichtenformate dieser Studie (vgl. Kap. 6). Aktuell liegen noch keine Befunde dazu vor, inwiefern die Unterrepräsentation dieses Medienframes während der ersten Welle Auswirkungen auf die Verbreitung von *Mythen* durch populistische Nachrichtenmedien hat. Auch eine möglicherweise damit einhergehende Reaktanz bzgl. politischer Maßnahmen ist noch nicht geklärt. Dieses Ergebnis könnte aber auch ein Artefakt der Stichprobe sein. Denn während im vorliegenden Corpus die journalistische Beschäftigung mit Coronamythen abnimmt, haben sich an anderer Stelle neue Formate (z. B. der Podcast von Christian Drost oder der Twitteraccount von Karl Lauterbach) etabliert, die sich explizit mit der Auf- und Erklärung pandemischer Informationen beschäftigen oder gegensätzliche Positionen miteinander in der medialen Öffentlichkeit diskutieren lassen (z. B. in der Talkshow von Markus Lanz). Ob es sich hier um eine Ausdifferenzierungs- oder Abwanderungsbewegung von den Nachrichtenformaten der Stichprobe zu anderen Medien handelt, lässt sich anhand der vorliegenden Daten nicht beantworten. Die Beobachtung wirft dennoch die Frage bzgl. einer Verantwortung der Medien in Krisensituationen auf. Ogbodo et al. (2020: 266) kommen in ihrer Studie zum Framing der Coronapandemie zu dem Schluss, dass Nachrichtenmedien durchaus über aktuelle Ereignisse einer Krise berichten dürfen und sollen, in diesem Zusammenhang aber auch die Modalität der Berichterstattung reflektieren sollen, ohne „scaremongering“ (Ogbodo et al. 2020: 261) zu betreiben. Wir schließen uns dieser Beobachtung an und erweitern sie auf Grundlage unserer Studie

um die Empfehlung, die Aufklärung aktueller Falschinformationen nicht zu vernachlässigen und somit populistischen Strömungen eine transparente Informationspolitik entgegenzusetzen. Als *best practice*-Beispiel könnten hier die sogenannten Mythbusters der WHO (2021) angebracht werden, die Falschinformationen zu Covid-19 sammeln und anschaulich widerlegen. Die Bundesregierung (2020) pflegt zwar eine ähnliche Seite, diese ist aber deutlich weniger umfangreich als die der WHO. Zudem wurde die Seite der Bundesregierung erst im August 2020 und damit nach der ersten Welle ins Netz gestellt und seitdem nicht erkennbar um aktuelle Mythen aktualisiert. Hier sehen wir großes Handlungspotenzial bei der Informationspolitik der Bundesregierung einerseits und Chancen zur besseren Koordination mit Medienanstalten andererseits – selbstverständlich ohne Einflussnahme auf die Presse!

Als Letztes sei noch knapp auf das im Wettstreit unterlegene Thema *Umwelt* eingegangen, aus dem einige politische Implikationen abgeleitet werden sollen. Spätestens seit der Mobilisierung durch die *Fridays for Future*-Bewegung ist Klimapolitik nicht nur Teil des politischen, sondern auch des öffentlichen und privaten Diskurses. Vonseiten konservativer Kreise lässt sich immer wieder der Vorwurf einer „monothematischen Verengung“ auf das *Umweltthema* mit einem „Primat des Klimaschutzes“ (Schiffers 2019: 156) vernehmen. Betrachtet man nun die von uns festgestellte Verdrängung des *Umweltthemas* durch *Corona*, ergibt sich somit das gegenteilige Bild. Umweltlobbyist\*innen können sich demzufolge in ihrer Annahme bestärkt sehen, dass politische Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels zu wenig umfangreich seien (Bernauer 2013). Damit geraten politische Entscheidungsträger\*innen in ein Dilemma. Einerseits müssen sie sich der Anforderung stellen, eine zeitkritische Krise zu bearbeiten, die medial präferiert wird und gemäß des Agenda-Settings als gesellschaftlich relevantes Problem gesehen werden kann. Andererseits dürfen sie aber auch andere nahende Krisen und ggf. Interessengruppen nicht aus den Augen verlieren. Dies stellt insofern ein Problem dar, als Politikwandel „langsam und selten“ (Schiffers 2021) ist, während Krisen zeitnahe Entscheidungen verlangen. Wie Binderkrantz et al. (2015) in ihrer Studie zum Zusammenwirken von Lobbyismus, Bürokratie, Regierung und Medien nahelegen, richten Interessengruppen ihre Handlungen unter anderem am Agenda-Setting aus. Das Agenda-Setting bestimmt somit für diese (und vermutlich auch andere) politische Akteur\*innen den Handlungsrah-

men ihrer politischen Maßnahmen. Besonders zentral ist das dann, wenn – wie im vorliegenden Fall – ein Thema als klarer Sieger des Themenwettstreits hervorgeht und damit prägt, welches Thema als gesellschaftlich relevant behandelt wird. Das bedeutet in der Konsequenz, dass gerade dann, wenn die mediale Agenda ein Thema besonders präferiert, die anderen Themen dennoch medienwirksam bearbeitet werden sollten. Eine Möglichkeit für solches Handeln bietet sich im Wahlkampf. Hier können politische Themen auch abseits der aktuellen Medienagenda in den Fokus gerückt werden. Dies hat neben praktischen und strategischen Effekten der Wahlkampfkommunikation (Wagner 2005) zusätzlich den positiven Nebeneffekt, medial wenig beachtete Themen und Perspektiven nicht demokratiefeindlichen und populistischen Bewegungen zu überlassen.

## 8. Fazit: Von *Umwelt* zu *Corona*

Die vorliegende Studie fokussiert den Schwerpunktwechsel bzgl. der verwendeten Medienframes in der medialen Berichterstattung während der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland von März bis Mai 2020. Im Rahmen der Studie wird das Thema *Umwelt* als weitere globale Krise als Vergleichsobjekt herangezogen. Dazu wurden für den angegebenen Zeitraum alle Beiträge (insgesamt 15.038 Beiträge) von *FAZ*, *SZ*, *BILD*, *Tagesschau* (Instagram), *rbb24* (Twitter) und *RTLaktuell* (Facebook) erhoben.

Im Verlauf der Untersuchung konnte empirisch bestätigt werden, dass *Corona* als Sieger aus dem thematischen Wettstreit mit *Umwelt* hervorgeht. Im Durchschnitt sank die Beitragshäufigkeit zu *Umweltthemen* um 74 Prozent. Darüber hinaus zeigt die Analyse der Medienframes, dass mit dem Einsetzen der Coronapandemie auch ein Rückgang in der Framediversität zum Thema *Umwelt* um 21 Prozent einhergeht. Das legt den Schluss nahe, dass *Corona* das Thema *Umwelt* nicht nur in Bezug auf die Anzahl der veröffentlichten Beiträge, sondern auch hinsichtlich der verwendeten Medienframes verdrängt hat. Thematische Verdrängungsprozesse bergen die Gefahr einseitiger Berichterstattung. Dies ist besonders dann problematisch, wenn politische Maßnahmen medial vermittelt werden müssen. Einseitige Berichterstattung kann hier schnell von einem Informationsauftrag in das Gegenteil der Wahrnehmung einer staatlichen Bevormundung münden und den Effekten politischer Maßnahmen zur Bearbeitung einer Krise zuwiderlau-



fen. Wird zusätzlich der Eindämmung von Mythen und Verschwörungstheorien einer Krise nicht ausreichend begegnet, können Ablehnungsreaktionen bis hin zu gewaltsamen Protesten beobachtet werden. Eine einseitige Medienagenda ist demnach in einem demokratischen System nicht erstrebenswert. Vielmehr eröffnet Themenpluralität Handlungsspielräume zur Bearbeitung aktueller sowie zukünftiger Krisen. Zu betonen ist an dieser Stelle die nach wie vor relevante Frage der Verantwortung von Nachrichtenmedien in Krisensituationen, die sich noch verschärft, sollte sich die beobachtete Abnahme der Framediversität auf sozialen Medienplattformen als Trend fortsetzen.

Das ausgewertete Datenset ist dahingehend limitiert, dass für *RTLaktuell* zu wenig Daten erhoben werden konnten (weshalb dieses Nachrichtenformat für diese Studie ausgeklammert wurde) und dass für die *Corona*-Hochphase der ersten Welle (März–Mai 2020) keine Beiträge zum Thema *Umwelt* der *SZ* erhoben wurden. Im Rahmen des vorliegenden Texts werden daher keine Interpretationen in diesem Zeitraum für dieses Medium und Thema angeboten. Des Weiteren weist das Datenset einen auffälligen Mangel an Beiträgen zu *Mythen* auf, obwohl diese Perspektive auf anderen Medienplattformen durchaus Beachtung findet. Möglicherweise ist dies weniger ein mediales als ein methodologisches Problem des verwendeten framebasierten Ansatzes. So ist nach wie vor ungeklärt, wie viele Frames zur Beschreibung eines Beitrags ausreichend sind und wie weit bzw. eng sie zu fassen sind. Zu Beginn der Datenerhebung lagen noch keine vergleichbaren Studien vor. Für Folgeuntersuchungen würden sich die Frames *Angst* oder *Hoffnung* als Ergänzung anbieten, weil sie in einigen anderen Studien Verwendung finden und dadurch unter anderem Vergleiche unterschiedlicher Mediensysteme ermöglichen würden. Für Folgestudien bieten sich darüber hinaus Paralleluntersuchungen der weiteren Wellen (ab Oktober 2020) und als Kontrast die Täler zwischen den Wellen an.

Insgesamt kann die Studie zeigen, dass das Thema *Umwelt* durch das Thema *Corona* in der medialen Berichterstattung im Zuge der ersten Welle der Coronapandemie in Deutschland ab 2020 verdrängt wurde. Im Rahmen der Agenda-Setting-Theorie gibt dies einen Hinweis darauf, dass das *Umweltthema* medial an gesellschaftlicher Relevanz verloren hat. Das bedeutet, dass die beiden Krisen trotz ihrer Aktualität und globalen Implikation während der ersten Welle in Deutschland nicht ebenbürtig behandelt werden.

## Literaturverzeichnis

- An, S.-K./Gower, K. K./Cho, S. H. (2011): Level of crisis responsibility and crisis response strategies of the media. *Journal of Communication Management*, 15 (1), 70–83.
- Bernauer, T. (2013): Climate Change Politics. *The Annual Review of Political Science*, 16 (1), 421–448.
- Binderkrantz, A. S./Christiansen, P. M./Pedersen, H. H. (2015): Interest Group Access to the Bureaucracy, Parliament, and the Media. *Governance*, 28 (1), 95–112. DOI: 10.1111/gove.12089.
- Boberg, S./Quandt, T./Schatto-Eckrodt, T./Frischlich, L. (2020): *Pandemic Populism: Facebook Pages of Alternative News Media and the Corona Crisis - A Computational Content Analysis*. Muenster Online Research (MOR) Working Paper 1/2020. Online: <https://arxiv.org/abs/2004.02566> [02.03.2021].
- Brosius, H.-B./Koschel, F./Haas, A. (2001): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bundesregierung (2020): *Ursprung und Verbreitung. Mythen rund um das Covid-19-Virus*. Online: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/coronavirus/mythen-corona-ursprung-1750158> [09.07.2021].
- Chong, D./Druckman, J. (2007): Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.
- Chung, A.Y./Hyerim, J./Lee, J.-W./Yang, F. (2021): COVID-19 and the Political Framing of China, Nationalism, and Borders in the U.S. and South Korean News Media. *Sociological Perspectives*, 1–18. DOI: 10.1177/07311214211005484.
- Denner, N./Peter, C. (2017): Der Begriff Lügenpresse in deutschen Tageszeitungen. *Publizistik*, 62 (3), 273–297.
- Diekmann, A. (2012): *Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 6. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Dong, E./Du, H./Gardner, L. (2020): An interactive web-based dashboard to track COVID-19 in real time. *The Lancet Infectious Diseases*, 20 (5), 533–534. DOI: 10.1016/S1473-3099(20)30120-1.
- Dörre, K. (2020): Die Corona-Pandemie – eine Katastrophe mit Sprengkraft. *Berliner Journal für Soziologie*, 30 (2), 165–190. DOI: 10.1007/s11609-020-00416-4.
- Entman, R. M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58.
- García, G. M./Haboud, M./Howard, R./Manresa, A./Zurita, J. (2020): Miscommunication in the COVID-19 Era. *Bulletin of Latin American Research*, 39 (S1), 39–46. DOI: 10.1111/blar.13179.
- Gensing, P. (2020): *Tagesschau Faktenfinder „Sturm“ auf Reichstagsgebäude. Mit gezielten Falschmeldungen aufgetzt*. Online: <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/reichstag-berlin-sturm-fakenews-101.html> [09.07.2021].
- Green, J./Edgerton, J./Naftel, D./Shoub, K./Cranmer, S. J. (2020): Elusive consensus: Polarization in elite commu-

- nication on the COVID-19 pandemic. *Science advances*, 6 (28), eabc2717. DOI: 10.1126/sciadv.abc2717.
- Hase, V./Mahl, D./Keller, T./Schäfer, M. S. (2021): *The Climate Crisis in News Media Across the Globe: An Automated Analysis of Issue Attention and Themes in Climate Change Coverage across Ten Countries (2006-2018)*. Paper presented at ICA21, 1–29.
- Henry, M./Hauck, G. (2020): Coronavirus is scary, but the flu is deadlier, more widespread. *USA Today*. Online: <https://eu.usatoday.com/story/news/health/2020/02/01/coronavirus-flu-deadlier-more-widespread-than-wuhan-china-virus/4632508002/> [27.01.2021].
- Kinney, P. L./O'Neill, M. S./Bell, M. L./Schwartz, J. (2008): Approaches for estimating effects of climate change on heat-related deaths: challenges and opportunities. *Environmental Science & Policy*, 11 (1), 87–96.
- Lombardi Vallauri, E. (2019): Implication and power of choice. *Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio* 13 (2), 73–93. DOI: 10.4396/12201903.
- Maier, M./Stengel, K./Marschall, J. (2010): *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Matthes, J. (2014): *Framing*. Baden-Baden: Nomos.
- Matthes, J./Kohring, M. (2004): Die empirische Erfassung von Medienframes. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52 (1), 56–75.
- Maurer, M. (2010): *Agenda-Setting*. 1., überarbeitete Auflage, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- McCombs, M. E./Shaw, D. L. (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176–187.
- Merten, K. (1995): *Inhaltsanalyse: Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. 2., verbesserte Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ogbodo, J.N./Onwe, E.C./Chukwu, J./Nwasum, C.J./Nwakpu, E.S./ Nwankwo, S./Nwamini, S./ Elem, S./Ogbaeja, N.I. (2020): Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19. *Health promotion perspectives*, 10 (3), 257–269. DOI: 10.34172/hpp.2020.40.
- Potthoff, M. (2012): *Medienframes und ihre Entstehung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Raithel, J. (2008): *Quantitative Forschung: Ein Praxiskurs*. 2., durchgesehene Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schenk, M. (2007): *Medienwirkungsforschung*. 3. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Scheufele, B. (2016): *Priming*. Baden-Baden: Nomos.
- Schiffers, M. (2019): *Lobbyisten am runden Tisch. Einflussmuster in Koordinierungsgremien von Regierungen und Interessengruppen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden (Studien der NRW School of Governance).
- Schiffers, M. (2021): Lobbying und Politikwandel in der Klimapolitik. In: Meier-Braun, K.-H./ Renn, O./ Zeccola, M./ Scheufele, B./ Schiffers, M./ Winkler, D. (Hg.): *Klimawandel – Klimakrise – Klimakollaps*. Stuttgart: Kohlhammer (Perspektiven auf Gesellschaft und Politik), 112–139.
- Schmidt, A./Ivanova, A./Schäfer, M. S. (2013). Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change*, 23 (5), 1233–1248. Online: <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.020>.
- Schupp, H. T./Stockburger, J./Codispoti, M./Junghöfer, M./Weike, A. I./Hamm, A.O. (2007): Selective visual attention to emotion. *The Journal of neuroscience: an official journal of the Society for Neuroscience*, 27 (5), 1082–1089. DOI: 10.1523/JNEUROSCI.3223-06.2007.
- Shahrezaye, M./Dhawan, S./Steinacker, L./Miriam, M. (2021): *Contextualizing the Contagion: Diversity in Framing Elements Used by Established and Alternative News Media in Germany*. Paper presented at ICA21, 1–10.
- Sperber, D./Clément, F./Heintz, C./Mascaro, O./Mercier, H./Origg, G./Wilson, D. (2010): Epistemic Vigilance. *Mind & Language*, 25 (4), 359–393.
- Vraga, E. K./Bode, L. (2021): Addressing COVID-19 Misinformation on Social Media Preemptively and Responsively. *Emerging Infectious Diseases*, 27 (2), 396–403. DOI: <https://doi.org/10.3201/eid2702.203139>.
- Wagner, J. W. (2005): *Deutsche Wahlwerbekampagnen made in USA? Amerikanisierung oder Modernisierung bundesrepublikanischer Wahlkampagnen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (Forschung Politik).
- Wahlström, M./Sommer, M./Kocyba, P./De Vydt, M./de Moor, J./Davies, S./ Wouters, R./Wennerhag, M./van Stekelenburg, J./Uba, K./Saunders, C./ Rucht, D./Mikecz, D./Zamponi, L./Lorenzini, J./Kołczyńska, M./Haunss, S./Giugni, M./Gaidyte, T./ Doherty, B./Buzogany, A. (2019): Fridays For Future: a new generation of climate activism Introduction to country reports. In: Wahlström, M./Kocyba, P./De Vydt, M./de Moor, J. (Hg.): *Protest for a future: Composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 15 March, 2019 in 13 European cities*. DOI: 10.17605/OSF.IO/XCNZH.
- WHO (2020): *Pandemic fatigue. Reinvigorating the public to prevent COVID-19. Policy framework for supporting pandemic prevention and management*. Copenhagen: World Health Organization.
- WHO (2021): *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Mythbusters*. Online: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> [09.07.2021].
- Wicke, P./Bolognesi, M. M. (2020): Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter. *PLoS ONE*, 15 (9): e0240010. Online: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240010>.
- Wicke, P./Bolognesi, M. M. (2021): Covid-19 Discourse on Twitter: How the Topics, Sentiments, Subjectivity, and Figurative Frames Changed Over Time. *Frontiers in Communication*, 6. DOI: 10.3389/fcomm.2021.651997.
- Woods, E. T./Schertzer, R./Greenfields, L./Hughes, C./Miller-Idriss, C. (2020): COVID-19, nationalism, and the politics of crisis: A scholarly exchange. *Nations and Nationalism*, 26 (4), 807–825. DOI: 10.1111/nana.12644.