

# Priming (2)

Die kommunikationswissenschaftliche Agenda-Setting-Hypothese geht davon aus, dass die Massenmedien über die Auswahl und Gewichtung der Themen, über die sie berichten, Einfluss darauf haben, worüber das Publikum nachdenkt und welche Themen ihm wichtig sind. Die seit den 1980ern durchgeführten Untersuchungen zum *Medien-Priming* dagegen sind nicht auf den kognitiven Einfluss der Medienagenda auf die Rezipienten gerichtet, sondern auf deren affektiven Einfluss: die Veränderung von politischen Einstellungen und letztlich von Wahlentscheidungen. Gefragt wird nach den Bewertungsmustern, nach denen das Publikum (zumeist) Politiker beurteilt, die ihrerseits wieder auf Beurteilungen von Politikern zurückgreifen, die von der Medienagenda vorgegeben worden waren. So kann beispielsweise eine verstärkte Berichterstattung (als „Prime“) über umweltpolitische Themen selbst in fernen Regionen einen Priming-Effekt im eigenen Land hervorrufen und bewirken, dass Politiker verstärkt aufgrund ihrer umweltpolitischen Kompetenzen beurteilt und gewählt werden. Neben politischen Priming-Effekten werden auch Effekte der Gewaltdarstellung, der Stereotypizität und Persuasivität untersucht (nicht nur an Nachrichtenformaten, sondern auch an fiktionalen Inhalten) – in der Annahme, dass Medieninhalte und Darstellungsformen zu Kultivierungseffekten führen.

Literatur: Peter, Jochen: Medien-Priming. Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. In: *Publizistik* 47,1, März 2002, S. 21-44. – Roskos-Ewoldsen, David R. / Roskos-Ewoldsen, Beverly B./ Dillman Carpentier, Francesca R.: Media Priming. An Updated Synthesis. In: *Media effects. Advances in theory and research*. Ed. by Jennings Bryant, Mary Beth Oliver. New York/London: Routledge 2009, S. 74-93.

## Referenzen

[Kultivierungshypothese; thematisierungsansatz](#)

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/p:priming2-9629>

Last update: **2018/12/28 10:48**

