

Rezenz-Effekt

engl.: *recency effect*

Der der Informationsverarbeitungspsychologie zugehörnde *Rezenz-Effekt* besagt, dass später eingehende Informationen einen größeren Einfluss auf die Erinnerungsleistung einer Person ausüben als früher eingehende. Vor allem in Beurteilungsszenarien konnte nachgewiesen werden, dass zuletzt wahrgenommenen Informationen stärkeres Gewicht verliehen wird. Der Effekt kommt dem Kurzzeitgedächtnis zu und spielt z.B. bei der Programmierung von Werbespots eine Rolle (der letzte Werbespot im Kino oder vor der Tagesschau ist der teuerste des Segments).

From:

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

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/r:rezenzeffekt-8343>

Last update: **2013/09/08 13:34**

