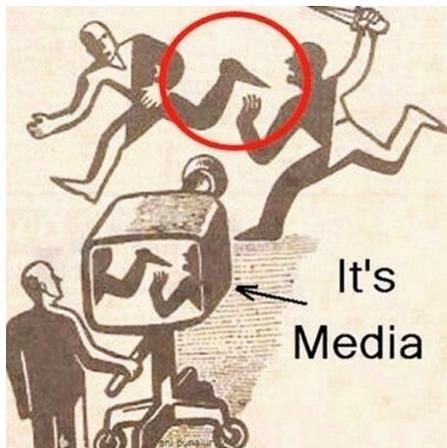


# Was sind Agenda-Setting, Framing und Priming?

## **Agenda-Setting:** *Was ist in den Medien präsent?*

Es handelt sich um die Auswahl an Geschehnissen und Festlegung der Medienpräsenz durch die Medien selbst. Dies geschieht nicht unabhängig von dem Interesse des Publikums.



## **Priming:** *Welche Denkweisen sollen dem Publikum nahegelegt werden?*

Die Darstellung bestimmter Informationen beeinflusst die Denkweise des Publikums bezüglich bestimmter Thematiken. Zudem werden die Entscheidungsfindung und die Meinungsbildung beeinflusst.

## **Framing:** *Wie werden die Inhalte dargestellt?*

Die Art und Weise der Darstellung beeinflusst das Verständnis des Publikums von bestimmten Thematiken. Meist wird mit psychologischen Effekten gearbeitet, die mit existierenden kognitiven Schemata spielen.

## **Fazit - Was wollen wir aufzeigen?**

Beim Konsumieren von Medien ist es von großer Bedeutung die eigenen empfundenen Emotionen zu reflektieren. Informationen sollten mit hoher Aufmerksamkeit aufgenommen und im Idealfall aus unterschiedlichen Quellen bezogen werden. Es ist notwendig der Information und der Darstellungsweise gegenüber eine eigene Haltung zu entwickeln und ganz wichtig: **MITDENKEN!**

Sarah Gubitz, Helen Maria Haukamp, Christian Kempendorff, Paula Adjuoa Nyarko

Literatur: Scheufele, D. und Tewksbur, D. (2007), "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models", *Journal of Communication*, 57(1): S.9-20.

Bildquelle: <http://www.alger-republicain.com/-Medias-mensonges-.html>