



Nomos

Prägen Medien-Primes unsere Vorstellungen, Meinungen oder Entscheidungen?



Priming

Von Prof. Dr. Bertram Scheufele

2. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage 2022, 159 S., brosch., 24,- € ISBN 978-3-8487-7269-8

(Konzepte, Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 14)

www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7269-8

In der Kommunikationswissenschaft beleuchtet der Priming-Ansatz, wie Medien-Primes unsere Vorstellungen, Meinungen oder Entscheidungen prägen. Das Lehrbuch behandelt die psychologischen Wurzeln des Ansatzes, stellt die Lesarten nach Iyengar/Kinder sowie Price/Tewksbury vor, grenzt Priming von anderen Konzepten wie Agenda-Setting, Framing und Kultivierung ab und diskutiert Schlüsselstudien

sowie methodische Vorgehensweisen. Die vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Neuauflage berücksichtigt stärker das digitale Zeitalter, führt Überlegungen zu kommunikativem Priming ein und verknüpft den Ansatz mit aktuellen Problemen und Diskursen (z. B. Klimawandel, künstliche Intelligenz, Black Lives Matter, COVID-19, (Ukraine-) Krieg usw.).

Bestell-Hotline +49 7221 2104-260 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail bestellung@nomos.de | Fax +49 7221 2104-265 | oder im Buchhandel

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung ohne Begründung an Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen zurückzusenden. Bitte nutzen Sie bei Rücksendungen im Inland den kostenlosen Abholservice. Ein Anruf unter Tel. +49 7221 2104-260 genügt. Unsere Datenschutzbestimmungen finden Sie unter nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.

Nomos Verlagsgesellschaft
Waldseestraße 3–5 | D-76530 Baden-Baden | www.nomos.de

 Nomos
eLibrary



Nomos

Do Media Primes Shape our Ideas, Opinions or Decisions?



Priming

By Prof. Dr. Bertram Scheufele

*2. completely revised, updated and extended edition 2022,
159 pp., pb., € 24.00*

ISBN 978-3-8487-7269-8

*(Konzepte. Ansätze der Medien- und
Kommunikationswissenschaft, vol. 14)*

in German

www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-7269-8

In communication science, the priming approach sheds light on how media primes shape our ideas, opinions, or decisions. The textbook discusses the psychological roots of the approach, introduces the readings according to Iyengar/Kinder as well as Price/Tewksbury, distinguishes priming from other concepts such as agenda setting, framing, and cultivation, and discusses key studies as well as

methodological approaches. The completely revised, updated, and expanded new edition takes greater account of the digital age, introduces considerations of communicative priming, and links the approach to current problems and discourses (e.g. climate change, artificial intelligence, Black Lives Matter, COVID-19, war in Ukraine, etc.).

Hotline for your order +49 7221 2104-260 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail orders@nomos.de | Fax +49 7221 2104-265 | or in your local bookstore

You can withdraw from your book order without giving reasons within fourteen days. Simply send your written withdrawal within the given period to: Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburgstr. 67A, 86720 Nördlingen, Germany or to your bookstore. A withdrawal binds you to return the items. All costs and risks of return are payable by the addressee. You can find our privacy policy online at nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.

Nomos Verlagsgesellschaft
Waldseestraße 3–5 | D-76530 Baden-Baden | www.nomos.de

 Nomos
eLibrary