

Bumerangeffekt

Das Konzept des *Bumerangeffekts* entstammt der Werbungs- und der Propagandaforschung. Gemeint ist das Eintreten einer Wirkung bei den Rezipienten, die der Wirkabsicht der Werbebotschaft entgegengesetzt ist. Manchmal werden bestehende Haltungen nicht verändert, sondern verhärtet und verfestigt – insbesondere dann, wenn das Sujet der Werbebotschaft in „kognitiver Dissonanz“ gewusst wird. Der Effekt scheint sich dann zu verstärken, wenn Beeinflussungsversuche durchschaut oder als lästig empfunden werden oder wenn der Kommunikator negativ attribuiert wird – dann kommt es zu einer aktiven Abwehr aller Mitteilung und zu einer informationellen Abkapselung der Adressaten. In der Kinokultur sind es vor allem Skandale, Zensurmaßnahmen und Verbote, die manchmal zu Bumerangeffekten führen, werden als Bevormundungen des Zuschauers empfunden und unterstreichen doch eher das Interesse, das die unterdrückten Filme genießen.

From:

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

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/b:bumerangeffekt-7190>

Last update: **2011/11/06 16:36**

