

Mitläufer-Effekt

auch: Mainstream-Effekt; gelegentlich: Bandwagon-Effekt; manchmal: Nachahmer-Effekt; engl.: *bandwagon effect*; gelegentlich: *snowball effect*; seit dem 19. Jahrhundert bezeichnet *bandwagon* (wörtlich etwa: „der Wagen mit der Band“) den Wagen, der eine Parade anführt und auf dem die Kapelle musiziert; zunächst nur im Entertainment verbreitet, gehört der *bandwagon* seit dem späten 19. Jahrhundert auch zu vielen US-amerikanischen öffentlichen Aufmärschen, insbesondere in Wahlkampagnen

In der Sozialpsychologie ist der *Mitläufer-Effekt* eine allgemeine Tendenz von größeren Menschen-Gruppen, sich der „Tendenz des Siegers“ anzuschließen – zeichnen sich also bei Wahlen die Sieger ab, bildet sich eine Neigung heraus, den vermeintlichen künftigen Sieger zu wählen. Wird der Begriff meist in der politischen Kommunikation als Kritik des Meinungsverhaltens resp. des Massengeschmacks gebraucht, lässt er sich aber durchaus auf die Entwicklung von Geschmackskulturen in einem allgemeineren Sinne übertragen (und wird in diesem Sinne vor allem in der Werbepsychologie verwendet).

Literatur: Goidel, Robert K. / Shields, Todd G.: The Vanishing Marginals, the Bandwagon, and the Mass Media. In: *The Journal of Politics* 56, 1994, S. 802-810. – Myers, David G.: Attitude Comparison: Is There Ever a Bandwagon Effect? In: *Journal of Applied Social Psychology* 7, 1977, S. 341-347.

From:

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

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/m:mitlaufereffekt-6642>

Last update: **2011/07/31 11:53**

