



G 3777  
**FACHZEITSCHRIFT DES BDP**  
ZEITSCHRIFT DES BERUFSVERBANDES DEUTSCHER  
PSYCHOLOGINNEN UND PSYCHOLOGEN E.V.  
50. JAHRGANG  
**FEBRUAR 2025**

01 | 2025

report **psychologie**

# Psychologie und Humor

**Geht Kindererziehung  
mit höheren sozialen  
Kompetenzen einher?** S. 16

**Verfahrensübergreifende  
Fallbesprechungen  
und Fallstricke** S. 26

# Nichts zum Lachen?

## Humor und Politik



Foto: JonasSchmidt989 – pixabay.com

Politik ist eine ernste Sache. Im Bundestag wird sehr selten gelacht, dort ist eher Streit angesagt. Gemeinsames Lachen schafft ein Gefühl der Zusammengehörigkeit – und für Gemeinsamkeit ist in der Politik meist nur Raum in Zeiten ernster Betroffenheit, beispielweise nach tragischen Katastrophen oder bei Themen wie Abtreibung, Suizidprävention oder Sterbehilfe, bei denen es wirklich nichts zum Lachen gibt. Humor steht normalerweise mit Entspannung, Wohlbefinden und Fröhlichkeit in Verbindung. Man kennt aber auch den Witz, bei dem einem »das Lachen im Halse stecken bleibt«. Diskussionen über ätzende und unappetitliche Satire, über sexistische, frauen- oder ausländerfeindliche Witze zeigen, dass inzwischen ein Bewusstsein für die entwürdigende, herabsetzende oder verletzende Dimension des Humors auf Kosten anderer entstanden ist. Konflikte um die Mohammed-Karikaturen haben sogar die lebens- und friedensbedrohende Seite des verletzenden Humors überdeutlich gemacht.

Humor ist auch für die wissenschaftliche und die angewandte Psychologie zum ernsthaften Gegenstand geworden: In der Psychotherapie wird Humor als Hilfe in therapeutischen Sackgassen und Krisen propagiert. Die gemeinnützige Organisation »Rote Nasen Deutschland e. V.« will mit Clown-Auftritten in Kliniken Lebensfreude und Lachen zu Menschen in Not bringen, »denn Lachen heilt«. Die Entwicklungspsychologie untersucht die Veränderung des Humor- und Satireverstehens in der Kindheit. Die Differenzielle Psychologie unterscheidet individuelle Differenzen anhand der Strukturtheorie des Humors: Welche Personen präferieren Nonsense-Witze, und wer schätzt eher Inkongruenz-Resolutions-Humor, bei dem eine unlogische oder absurde Konstellation durch einen Perspektivenwechsel und Verharmlosung aufgelöst wird? Auf das Verhältnis von Kognition und Emotion bezieht sich die Frage, ob das Lustigkeitserleben von Witzen eher vom Inhaltsbereich (vor allem Aggression und Sexualität als wichtigste Humorinhalte) oder von der Struktur (Inkongruenz-Lösung vs. Nonsense) abhängt.

### Herabsetzender Humor

Als weitere wesentliche Zutat von Humor gilt die Herabsetzung von Menschen oder Gruppen. Insbesondere politische Witze bzw. Witze über Politiker\*innen sind in auffallendem Maße durch eine Herabsetzung ihrer »Opfer« gekennzeichnet.

In der Einstellungsforschung werden zwei scheinbar gegensätzliche Reaktionen auf herabsetzenden, verunglimpfenden Humor diskutiert: Nach der Konsistenztheorie führt herabsetzender Humor, über den man lachen kann, im Sinne kognitiver Konsonanz zu einer Intensivierung einer negativen Haltung gegenüber den Witzopfern. Nach der Entlastungstheorie dient Herabsetzungshumor als Ventil für abwertende Haltungen oder Unzufriedenheit und führt daher aufgrund einer Verharmlosung oder Entspannung zu einer Reduzierung der negativen Haltung oder zu einem Abbau von Protestpotenzial gegenüber der Zielperson oder -gruppe (vgl. Preiser & Braun, 2008).

Diese möglichen Wirkungen von politischen Witzen, Karikaturen oder politischer Satire führen in das Arbeitsgebiet der Politischen Psychologie: Herabsetzender politischer Humor war und ist weit verbreitet, sowohl in Diktaturen als auch in Demokratien. In der politischen Arena werden Redner\*innen oder Spitzenpolitiker\*innen von der Gegenseite höhnisch ausgelacht. Die Diffamierung von politischen Gegner\*innen ist eine von Politiker\*innen und Parteien häufig genutzte Form der Auseinandersetzung. Teils werden tatsächliche Schwächen, Fehler oder skandalöses Verhalten in Form von herabsetzenden Witzen propagiert, teils werden Unterstellungen und Skandale künstlich erzeugt.

In subtilerer Form finden wir politischen Herabsetzungshumor auf verschiedenen Kampffeldern in Form von Witzen, Karikaturen und Satire:

- die Herrschenden gegen innere und äußere Feind\*innen (z. B. »Der Stürmer« in Nazi-Deutschland gegen die jüdische Bevölkerung, der »Schwarze Kanal« des DDR-Fernsehens gegen die BRD),

## Verunglimpfende Witze: Verstärkung negativer Meinungen oder Abbau von Protestpotenzial? Eine Pilotstudie

### Fragestellung:

- Verstärken herabsetzende Witze die negative Meinung über Skandalpolitiker\*innen entsprechend der Konsistenztheorie?
- Reduzieren herabsetzende Witze die Bereitschaft zum aktiven Protest gegen Politiker\*innen entsprechend der Entlastungstheorie?

### Untersuchungsablauf:

1. Präsentation einer Fallvignette über einen Bürgermeister, der öffentliche Mittel zweckentfremdet hat; Aufforderung zu einer kurzen Zusammenfassung des Falls, um die Verarbeitungstiefe zu sichern
2. Beurteilung des Skandalpolitikers bezüglich seiner Kompetenz und seiner Chancen für eine Wiederwahl
3. Einschätzung der eigenen (fiktiven) Bereitschaft zum aktiven Protest
4. Präsentation von herabsetzenden Witzen über diese Person; Beurteilung der Lustigkeit der Witze, um die Verarbeitungstiefe zu sichern (in zwei Varianten der Versuchsbedingung), bzw. Präsentation von herabsetzenden Witzen über bundesweit bekannte Politiker\*innen (Kontrollbedingung)
5. In zeitlichem Abstand: Wiederholung der Beurteilungen und des eigenen aktiven Protestpotenzials

### Ergebnisse:

1. Bei sehr kleinen Stichproben der Pilotstudie ( $N = 54$ ) gab es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Versuchs- und Kontrollbedingungen in Interaktion mit dem Zeitfaktor.
2. Die Abwertung des Skandalpolitikers reduzierte sich nach der Lektüre der Witze in allen Untersuchungsbedingungen, in der Gesamtstichprobe statistisch signifikant.
3. Das Untersuchungsdesign und der Untersuchungsablauf erwiesen sich als praktikabel; die aktive Mitarbeit der Teilnehmenden waren in sehr heterogenen Teilstichproben und bei unterschiedlichen Rekrutierungsbedingungen einheitlich hoch. Es lohnt sich, die Untersuchung mit größeren Stichproben zu wiederholen.

Quelle: Preiser, S. & Braun, A. (o. J.)

- gleichberechtigte Parteien gegeneinander (insbesondere im Wahlkampf),
- Beherrschte und Unterdrückte gegen die Herrschenden (siehe z. B. Herzog, 2006).

Diese verschiedenen Formen und Funktionen lassen sich in der Geschichte seit dem Ende des Mittelalters finden. Satire wurde von humanistischen Intellektuellen im 16. Jahrhundert als Appell gegen Intoleranz eingesetzt. Absolutistische Herrscher des 17. Jahrhunderts wollten die Komödie in ihrem eigenen Interesse eingesetzt wissen, doch überlebte auch der subversive Humor, sogar am Hofe selbst (Parkin & Phillips, 2006, zitiert nach Preiser & Braun, 2008).

### Politischer Humor als Ventil

Politischer Humor wird in belastenden Situationen von den Bürger\*innen als Ventil genutzt. Sowohl im Dritten Reich als auch in der DDR kursierten zahlreiche regimekritische Witze. Uns mögen historische Witze seicht, belanglos oder im Extremfall auch geschmacklos vorkommen, für unterdrückte Oppositionelle oder Angriffsopfer waren und sind sie aber offenbar ein hilfreiches Ventil, um ihren Ärger und ihre Wut über die Regierung oder die Angreifenden auszudrücken. Dadurch werden möglicherweise Unterlegenheits-, Ohnmachts- oder Ungerechtigkeitserfahrungen kompensiert.

Aus Nazideutschland:

*Josef Goebbels kommt zum Papst und verlangt, heilig gesprochen zu werden. Der Papst sagt, das sei unmög-*

*lich, nur Tote könnten heilig gesprochen werden. Goebbels überlegt kurz und meint dann, er könne sich ja scheitern stellen. Nach kurzem Zögern meint der Papst, das wäre machbar, allerdings könne er Goebbels dann auch nur scheinheilig sprechen.*

Aus der DDR:

*Was passiert, wenn in der Sahara der Sozialismus eingeführt wird? – In den ersten drei Jahren passiert überhaupt nichts, und dann wird allmählich der Sand knapp.*

Aus Syrien:

*Ein Anhänger des Präsidenten geht mit seiner Frau spazieren. Er sieht am Rand der Allee einen Straßenverkäufer, der alle möglichen Sänger-, Heiligen- und Politikerbilder verkauft. »Wie viel kostet das große Bild von Jesus?«, fragt er. »Zehn Lira.« »Und das Bild des Staatspräsidenten?« »Eine Lira.« »Eine Lira? Ist das nicht unverschämt, das Jesusbild für zehn und das Bild unseres geliebten Präsidenten für nur eine Lira?« »Kreuzigt ihn, und ich verkaufe sein Bild für fünfzig!«, antwortete der Verkäufer (Schami, 2004, in »Die dunkle Seite der Liebe«).*

Aus der Ukraine:

*Putin lässt sich von einer Wahrsagerin die Zukunft vorhersagen: »Ich sehe, dass Sie in einem Fahrzeug durch die Straßen von Kiew gefahren werden. Die Straßen sind voll von jubelnden Menschen, die singen, tanzen und winken.« »Werde ich auch winken?«, fragt Putin. »Nein, der Sarg ist geschlossen!«*

**Herabsetzungshumor als Wahlkampfinstrument**

Was ist der Unterschied zwischen Olaf Scholz und einem Handwerker? – Der Handwerker kommt nicht, und Olaf Scholz geht nicht.

Der bayerische Ministerpräsident besucht einen Bauernhof und lädt dazu die Presse ein. Ein Fotograf knipst ihn im Schweinestall. Darauf der Ministerpräsident: »Dass ihr aber kein dummes Zeug unter das Bild schreibt wie: »Der Ministerpräsident und die Schweine« oder so!« »Nein, nein, das geht schon klar«, ist die Antwort. Am nächsten Tag ist das Bild in der Zeitung und darunter zu lesen: »Unser Ministerpräsident (dritter von links)«.

Welche Wirkungen herabsetzender Humor auf das Wahlverhalten hat, lässt sich wohl nur sehr indirekt erahnen. Direkte – und möglicherweise nur vorübergehende – Einflüsse auf Einstellungen gegenüber Parteien und Politiker\*innenpersönlichkeiten lassen sich dagegen in Experimenten gut erfassen. Dabei fallen dann auch allgemeine Erkenntnisse zur Differenziellen Psychologie des Humors an, beispielsweise in einer Untersuchung von Braun und Preiser (2013). Erfragt wurden:

- Konservatismus als Persönlichkeitsmerkmal,
- Präferenz politischer Parteien und Politiker\*innen,
- Beurteilung der Lustigkeit von bestimmten Politiker\*innenwitzen,
- Beurteilung der Abneigung gegen bestimmte Politiker\*innenwitze,

- allgemeine Vorliebe für Inkongruenz-Resolutions-Witze sowie für Nonsens-Witze.

Korrelations- und Strukturgleichungsanalysen zeigen bei 152 Personen aus mehreren heterogenen Teilstichproben u. a.:

- Die Präferenz für Inkongruenz-Resolutions-Witze steigt mit dem Lebensalter.
- Die Präferenz für Inkongruenz-Resolutions-Witze korreliert – entgegen früheren Humorforschungsergebnissen – nicht mit Konservatismus.
- Die Präferenz für Inkongruenz-Resolutions-Witze korreliert nicht mit der Parteipräferenz.
- Die Beurteilung der Lustigkeit oder Aversivität von herabsetzenden Witzen gegen linke oder konservative Politiker\*innen hängt vor allem von der eigenen Parteipräferenz ab und nicht nur von der Präferenz für Witzstrukturen. Der Inhalt hat demnach ein stärkeres Gewicht als die Struktur.

Was die Wirkung von herabsetzendem Humor auf die Einschätzung der betroffenen Politiker\*innen und auf die Bereitschaft zum aktiven Protest betrifft, so liegt bisher nur eine kleine Pilotstudie zur Praktikabilität vor (siehe Kasten).

Prof. Dr. Siegfried Preiser

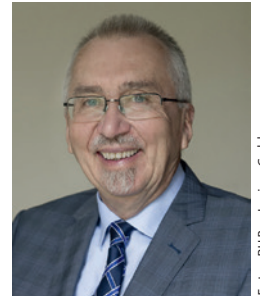


Foto: PHB – Janine Guldener

**Prof. Dr. Siegfried Preiser** ist Rektor der Psychologischen Hochschule Berlin und zudem Vorstandsmitglied der BDP-Sektion »Politische Psychologie«.

**Literatur:**  
Die Literaturliste kann per E-Mail beim Verlag angefordert werden: s.koch@psychologenverlag.de

**Train-the-Trainer Ausbildung - STARK sein!**

**ZPP zertifiziertes Resilienz Seminar**

STARK ist mehr als Resilienz. Die STARK-Ausbildung ist die Kombination aus Stresskompetenz, Teamfähigkeit, Achtsamkeit, Resilienz und Kraft. Eine solide Basis, die Ihnen und Ihren Klienten den Weg in ein stressfreieres, gesünderes und letztlich glücklicheres Leben ebnet.

**Vorteile des einmaligen STARK – Konzeptes:**

- Fertiges Konzept (inkl. aller Kursmaterialien)
- § 20 SGB V berechtigt im Handlungsfeld
- Abrechnung mit gesetzlichen Krankenkassen möglich
- Viele wertvolle Tools für therapeutische Settings oder im unternehmerischen Kontext einsetzbar
- Steigerung Ihrer Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt

**Ihre Investition: 849 €** zzgl. MwSt.  
(Studierende zahlen 599 € zzgl. MwSt.)

**Nächster Starttermin: 20.03.2024**

- 4 x feste Online-Termine jeweils 3,5 Stunden (12.30 – 16.00 Uhr)
- Gesamtzeitaufwand: 30 Stunden (davon 14 Stunden Onlineunterricht und 16 Stunden Eigenarbeit auch in Kleingruppen)



**Interesse geweckt?**

**Anmeldung unter:** [www.stark-mental.de](http://www.stark-mental.de)  
**Bei Fragen:** [info@stark-mental.de](mailto:info@stark-mental.de)

Wir freuen uns auf Sie!

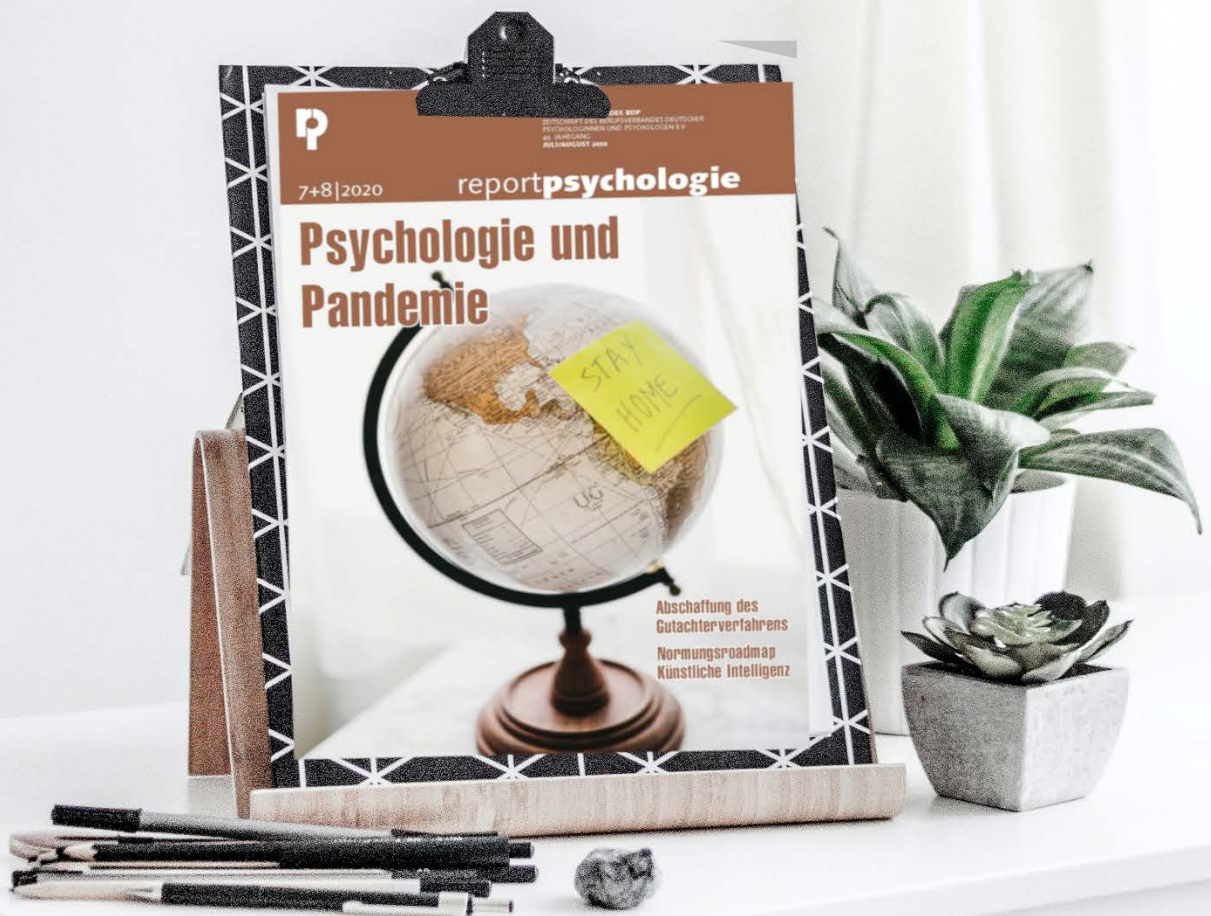
Dipl.-Psych. Ludwika Fichte und Dipl.-Psych. Bettina Lühr



**Anmeldung unter [www.stark-mental.de](http://www.stark-mental.de)**

# reportpsychologie

[Bestellen Sie hier Ihr Probeabonnement](#)



Deutscher  
Psychologen  
Verlag GmbH

Am Kölnischen Park 2 • 10179 Berlin

[verlag@psychologenverlag.de](mailto:verlag@psychologenverlag.de)

[www.psychologenverlag.de](http://www.psychologenverlag.de)