



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Das wäre doch gelacht“

Eine Untersuchung zum Zusammenhang von  
Humordispositionen und psychosozialen Merkmalen

verfasst von

Johannes Dosek, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im April 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

066/841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm



*„Gleichwohl ist das Lachen immer noch ein Rätsel, und das wird es bleiben, solange der Mensch, den das Lachen kennzeichnet, sich selbst ein Rätsel ist.“*

- Gisbert Kranz



## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen Personen bedanken, die zur Fertigstellung dieser Arbeit beigetragen haben. Zunächst gebührt Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm und MMag. Christiane Grill mein außerordentlicher Dank. Beide haben mich während des Schreibprozesses voll unterstützt und jede meiner Fragen geduldig beantwortet.

Weiters möchte ich mich ganz herzlich bei meinen Eltern bedanken, die den Abschluss meines Studiums erst möglich gemacht haben, indem sie mich zu jedem Zeitpunkt und in jeder erdenklichen Weise begleitet und unterstützt haben.

Ein besonderer Dank gilt auch meiner Freundin Cornelia, die meine Launen, die stark von der Entwicklung dieser Arbeit abhingen, stets tapfer ertragen und mich stets darin bestärkt hat, nicht aufzugeben.

Zu guter Letzt bedanke ich mich bei meinen vielen Freunden, die während der letzten Wochen und Monate oft auf mich verzichten mussten und mich nur sehr sporadisch zu Gesicht bekamen.



## **Sprachliche Gleichbehandlung**

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Sprachform verzichtet. Personenbezogene Bezeichnungen wie beispielsweise „Teilnehmer“ oder „Rezipienten“ gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter gleichermaßen.



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>I EINLEITUNG.....</b>	<b>1</b>
1 Ausgangslage.....	2
2 Forschungsinteresse.....	5
3 Aufbau der Arbeit.....	7
<b>II. THEORIE .....</b>	<b>10</b>
4 Zum Humorbegriff .....	11
5 Humorthoretische Grundlagen .....	19
5.1 Überlegenheitstheorien.....	20
5.1.1 Die Superioritätstheorie.....	20
5.1.2 Die Theorie der Degradierung.....	23
5.2 Kognitive Humorthorien.....	25
5.2.1 Die Inkongruenztheorie .....	25
5.2.2 Der Ambivalenz-Ansatz .....	29
5.3 Aktivierungstheorien .....	29
5.3.1 Die Entspannungstheorie.....	30
5.3.2 Der psychoanalytische Ansatz.....	32
6 Humorstile .....	34
6.1 Humor in der sozialen Hierarchie .....	34
6.1.1 Lachen nach oben.....	35
6.1.2 Lachen nach unten.....	37
6.1.3 Selbstgerichteter Humor.....	39
6.2 Humor und soziale Gruppen .....	42
6.3 Universalität des Humors .....	44
6.4 Grenzen des Humors .....	46
6.5 Humorgeschmack.....	48
7 Forschungsleitende Theorien .....	51
7.1 Sensation Seeking .....	51
7.2 Locus of control .....	55
7.3 Ambiguitätstoleranz .....	57
7.4 Ängstlichkeit .....	60
<b>III. EMPIRIE.....</b>	<b>62</b>
8 Überblick.....	63
8.1 Forschungsfragen und Hypothesen .....	64
8.2 Forschungsdesign .....	71

8.3 Fragebogenkonstruktion.....	73
8.3.1 Psychosoziale Messgrößen.....	73
8.3.2 Humor-Dispositions-Test (HDT) .....	84
8.3.3 Soziodemographische Daten .....	86
8.3.4 Politische und religiöse Einstellung .....	87
9 Ergebnisse .....	88
9.1 Stichprobenbeschreibung .....	88
9.1.1 Alter.....	88
9.1.2 Geschlecht .....	89
9.1.3 Herkunft .....	90
9.1.4 Studienschwerpunkt .....	91
9.1.5 Affinität zu Humor .....	91
9.1.6 Interesse an Politik .....	92
9.1.7 Politische Gesinnung.....	93
9.1.8 Religiöse Orientierung .....	94
9.1.9 Ausmaß der Religionsausübung.....	96
9.2 Psychosoziale Messgrößen.....	96
9.2.1 Sensation Seeking .....	96
9.2.2 Ambiguitätstoleranz .....	99
9.2.3 Kontrollerwartung (Locus of control) .....	104
9.2.4 Ängstlichkeit .....	105
9.3 Humordispositionen .....	107
9.3.1 Lachen in der sozialen Hierarchie .....	107
9.3.2 Humor in sozialen Gruppen .....	109
9.3.3 Universalität des Humors .....	110
9.3.4 Grenzen des Humors .....	111
9.3.5 Humorgeschmack.....	111
9.4 Hypothesenprüfung anhand dichotom typologischer psychosozialer Messgrößen	113
9.4.1 Forschungsfrage 1: Zusammenhang zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen .....	114
9.4.1.1 Hypothese 1a .....	114
9.4.1.2 Hypothese 1b.....	115
9.4.1.3 Hypothese 1c .....	116
9.4.1.4 Hypothese 1d.....	117
9.4.1.5 Hypothese 1e .....	117
9.4.1.6 Hypothese 1f .....	118

9.4.2 Forschungsfrage 2: Humor-Unterschiede anhand politischer und/oder religiöser Einstellung.....	119
9.4.2.1 Hypothese 2a .....	119
9.4.2.2 Hypothese 2b.....	121
9.4.2.3 Hypothese 2c .....	124
9.4.3 Forschungsfrage 3: Einfluss von soziodemographischen Daten auf die Humordisposition .....	125
9.4.3.1 Hypothese 3a .....	125
9.4.3.2 Hypothese 3b.....	126
9.4.4 Forschungsfrage 4: Humor-Unterschiede anhand des Studienschwerpunkts ...	127
9.5 Hypothesenprüfung anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen .....	131
9.6 Weitere Ergebnisse.....	137
9.6.1 Weitere Ergebnisse anhand der dichotom typologisierten psychosozialen Messgrößen .....	137
9.6.1.1 Sensation Seeking .....	137
9.6.1.2 Ambiguitätstoleranz .....	138
9.6.1.3 Kontrollerwartung .....	140
9.6.1.4 Ängstlichkeit .....	140
9.6.2 Weitere Ergebnisse anhand intervallskalierter Daten der psychosozialen Messgrößen .....	142
9.6.2.1 Sensation Seeking .....	142
9.6.2.2 Ambiguitätstoleranz .....	144
9.6.2.3 Kontrollerwartung .....	146
9.6.2.4 Ängstlichkeit .....	147
9.7. Überblick über Korrelationen zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen in beiden Auswertungsmöglichkeiten .....	147
10 Resümee .....	150
<b>IV QUELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>153</b>
11 Literaturverzeichnis.....	154
12 Online-Quellen .....	160
<b>V ANHANG .....</b>	<b>161</b>
13 Abbildungsverzeichnis .....	162
14 Tabellenverzeichnis.....	163
15 Fragebogen .....	166
16 Abstract .....	176
17 Curriculum Vitae.....	179



# **I EINLEITUNG**

## 1 Ausgangslage

Humor begegnet uns jeden Tag unzählige Male. Ob in der U-Bahn, am Arbeitsplatz, mit Freunden oder in der Familie, ständig werden wir mit komischen Botschaften konfrontiert. Auf nahezu allen Fernsehkanälen im deutschsprachigen Fernsehen kann man heutzutage Comedy-Serien und Sketch-Shows sehen, immer mehr Unternehmen nutzen das Instrument des Humors, um ihre Produkte mit verschiedenen Attributen zu versehen und den Rezipienten der Werbeeinschaltung zum Konsumenten ihres Produkts zu machen.

Vom Kindesalter an wachsen wir mit humoristischen Fernsehsendungen, Werbespots oder Witzen auf. In der Medizin wächst die Zahl der Personen, die von der heilenden Wirkung des Humors überzeugt sind, stetig an. Humor erfüllt seit Jahrhunderten zahlreiche Funktionen, sowohl für die Gesellschaft als Ganzes, als auch für ihre einzelnen Mitglieder.

Vom Hausmittel zur Genesung von Krankheiten bis hin zum Instrument persuasiver Kommunikation kam und kommt der Humor immer wieder in verschiedensten Kontexten zum Einsatz. Mit Fortdauer der Jahrhunderte weitete sich das Feld der Funktionen für den Humor immer weiter aus. Mit der Hilfe humoristischer Inhalte gelingt es den Menschen seit Generationen, den Alltag zu bewältigen und mit den Problemen des Lebens besser umzugehen.

Doch nicht nur die positiven, auch die negativen Aspekte des Phänomens Humor seien hier genannt. Über einen langen Zeitraum waren das Komische und der Witz den Entscheidungsträgern im christlichen Glauben ein Dorn im Auge. Das Lachen, das bereits in der Antike von diversen Philosophen als Sünde bezeichnet worden war, stellte auch für die Vertreter der katholischen Kirche zunehmend ein Tabu dar.

Umberto Eco thematisierte dieses Phänomen in seinem Roman „Der Name der Rose“ und beschrieb die ablehnende Haltung der Mönche dem Humor gegenüber, welche im Lachen fehlenden Respekt vor Gott und dem Leben sahen.<sup>1</sup>

Die Komödie als solche in illustrierten Büchern, gepaart mit der Parodie von kirchlichen

---

<sup>1</sup> Vgl. Eco, U.: Der Name der Rose. 1. Auflage. München: DTV. 1986.

Entscheidungsträgern und Heiligen führt in dem Roman die Menschen sogar dazu, dass Menschen Morde begehen. Leider ist dies bis heute aktuell, wie die Attentate auf ein französisches Satiremagazin als Folge von Karikaturen im Jänner 2015 zeigen.<sup>2</sup>

Das Komische beschäftigt Menschen aller Religionen, Kulturen und Kontinente aber nicht nur im Alltag, auch in der Wissenschaft ist dieses Thema immer wieder Gegenstand intensiver Diskussionen. Jacques Le Goff spricht beim Lachen bzw. Lächeln sowohl von einem kulturellen Phänomen, als auch von einer sozialen Praxis.<sup>3</sup>

Auch viele andere Vertreter verschiedenster wissenschaftlicher Disziplinen, unter ihnen auch Henri Bergson oder Sigmund Freud, beschäftigten sich mit diesem faszinierenden Phänomen der menschlichen Gesellschaft. Woher kommt das Lachen? Was bezweckt der Mensch damit? Und aus welchen Gründen wird gelacht?

Diese und noch viele weitere Fragen haben sich Philosophen, Psychologen, Soziologen und Kommunikationswissenschaftler gestellt. Die darauf gefundenen Antworten und Schlussfolgerungen entwickelten sich aber in die unterschiedlichsten Richtungen.

Nach Gelfert existieren auch heute noch Gesellschaften, in denen das Lachen in der Öffentlichkeit als unschicklich gilt und nicht geduldet wird.<sup>4</sup> Die Wissenschaft hat mittlerweile allein im Bereich des Humors zahlreiche Forschungsfelder entdeckt und für Untersuchungen genutzt.

Die heilende Wirkung von Humor, die Rolle des Humors in der Gesellschaftsentwicklung, Humor als Instrument der persuasiven Kommunikation, humoristische Unterschiede verschiedener Völker – all diese spezifischen Disziplinen wurden und werden noch heute akribisch erforscht.

Dabei wird die Rezeption humoristischer Inhalte mit immer mehr verschiedenen Attributen verknüpft. Ist der weibliche Humor anders, als jener der Männer? Hängt es vom Alter ab, ob jemand etwas lustig findet? Erzielen bestimmte Ausprägungen von Humor nur in einzelnen

---

<sup>2</sup> Vgl. Zeit online. In: <http://www.zeit.de/feature/attentat-charlie-hebdo-rekonstruktion>. 17.02.2015, 11:13

<sup>3</sup> Le Goff, J.: Lachen im Mittelalter. In: Bremmer, J. & Roodenburg, H.: Kulturgeschichte des Humors. Von der Antike bis heute. Darmstadt: Primus. 1999. S.43f.

<sup>4</sup> Gelfert, H.-D.: Madam I'm Adam. Eine Kulturgeschichte des englischen Humors. München: C.H. Beck. 2007. S. 23.

Ländern ihre Wirkung? Diese und viele weitere Fragen werden im wissenschaftlichen Diskurs immer wieder aufgeworfen. Obwohl die Humorforschung in den letzten Jahrzehnten weitaus intensiver und umfangreicher betrieben wurde, als in den Jahrzehnten davor, gibt es immer noch einige unerforschte Teilgebiete, auf denen spannende Fragen weiterhin offen sind. Einigen dieser Fragen widmet sich die vorliegende Arbeit.

## 2 Forschungsinteresse

Die Überlegungen im Vorfeld dieser Arbeit führten dazu, mögliche Korrelationen zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen genauer zu untersuchen. Die zentrale Frage, die sich stellt, liegt dabei auf der Hand:

**Gibt es signifikante Zusammenhänge zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen, und wenn ja, welche?**

Um diese Frage beantworten zu können, muss zu aller erst eingeschränkt werden, welche Messgrößen und Variablen Gegenstand der Forschung sein sollen. Der Autor hat sich diesbezüglich für einige Dimensionen der menschlichen Persönlichkeit, die bereits in Verbindung mit Vorlieben bezüglich des Humors untersucht wurden, entschieden. Dabei handelt es sich um die Dimensionen *Sensation Seeking*, *Ängstlichkeit*, *Kontrollerwartung* und *Ambiguitätstoleranz*. Für die Erhebung wurde das Instrument des Fragebogens ausgewählt.

Um die Humor-Vorlieben der Versuchspersonen ermitteln zu können, wurde in der Untersuchung auf einen Teil eines bereits erprobten Humortests von Grimm, Henschl und Lang aus dem Jahr 2011 zurückgegriffen, der die Dimensionen *Humor in sozialen Gruppen*, *Lachen in der sozialen Hierarchie*, *Universalität des Humors*, *Grenzen des Humors* und *Humorgeschmack* beinhaltet. Weiters wurden die Dimensionen *Humor als moralische Instanz* und *allgemeine Humoraffinität* dem ursprünglichen Test hinzugefügt.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, allgemein gültige Aussagen über Zusammenhänge zwischen den eben genannten Persönlichkeitsmerkmalen und dem Humorstil treffen zu können. In den vor der Erhebung formulierten Hypothesen werden Vermutungen angestellt, die sich aus den Resultaten diverser bereits durchgeführter Untersuchungen ableiten.

Die zweite Forschungsfrage, mit der sich der Autor im Zuge dieser Arbeit beschäftigte, ist die Frage nach dem Zusammenhang von religiösen und politischen Einstellungen und Humordispositionen. Dabei wurden in der Untersuchung das Interesse an Politik, die politische Gesinnung, die Religionszugehörigkeit und das Ausmaß der Religionsausübung abgefragt.

Daher wurden auch diese Variablen erhoben und mit den Angaben zu bevorzugten Humorstilen korreliert. Die Forschungsfragen 2 und 3 beschäftigen sich daher mit dem Einfluss dieser Merkmale auf die persönliche Humordisposition.

Die vierte und letzte Forschungsfrage ist gezielt auf die Stichprobe abgestimmt und fragt danach, ob zwischen Studenten mit dem Studienschwerpunkt Kommunikation und jenen eines anderen Schwerpunkt-Studiums signifikante Unterschiede bezüglich der Humordisposition bestehen. Lachen Kommunikationswissenschaftler über andere Dinge als andere Studenten? Verlaufen die Grenzen des Humors für alle in etwa auf der gleichen Linie? Diese Zusammenhänge sind ein weiterer Schwerpunkt dieser Erhebung.

Diese Arbeit hat nicht nur das Ziel, die Forschungsfragen zu beantworten und die Hypothesen zu verifizieren bzw. zu falsifizieren, der Autor hat auch versucht, explorativ die verschiedenen Dimensionen zu erforschen, um neue Erkenntnisse zu erzielen.

### 3 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit kann in zwei Teile gegliedert werden. In der Theorie werden zunächst die verschiedenen Zugänge und Definitionen zum Thema Humor erörtert. Weiters umfasst dieser Teil alle theoretischen Grundlagen und Ansätze zu Humor. Ein Überblick über die forschungsleitenden Theorien schließt diesen ersten Teil ab.

Der Empirieteil beschreibt die tatsächliche Erhebung. Dies beinhaltet sowohl Forschungsfragen und Hypothesen, als auch die Stichprobenbeschreibung und sämtliche Ergebnisse der Untersuchung. Schlussendlich werden im Resümee alle Schlussfolgerungen und Erkenntnisse zusammengefasst.

Im vierten Kapitel wird zunächst näher auf die Herkunft des Begriffs Humor eingegangen, wie er sich entwickelt hat und welche verschiedenen Definitionsversuche es von diversen anerkannten Experten gibt. Da das Phänomen Humor in seiner Gesamtheit derart komplex ist, kann man an dieser Stelle nur von Versuchen sprechen, da eine allgemein gültige Definition, welche alle Aspekte des Humors abdeckt, bisher noch nicht existiert.

Das fünfte Kapitel geht der Frage nach, warum Menschen überhaupt lachen. Einerseits seien hier die von Thomas Hobbes geprägten Superioritätstheorien, andererseits die kognitiven Theorien, welche inkongruente Konzepte und innere Konflikte für das Lachen verantwortlich machen, erwähnt. Komplettiert wird die Palette der Humorthorien von den Aktivierungstheorien, die Humor als Mittel zum Stressabbau bezeichnen und zu einem beträchtlichen Teil Sigmund Freud zugesprochen werden.

Das sechste Kapitel widmet sich den verschiedenen Ausprägungen von Humor, die für die Erhebung eine wesentliche Rolle spielen. Dabei werden die verschiedenen Aspekte und Blickwinkel theoretisch beleuchtet, am Ende jedes Unterkapitels wird außerdem die Relevanz der entsprechenden Dimension für den empirischen Teil kurz skizziert.

Während bei der Dimension *Lachen in der sozialen Hierarchie* die entscheidende Frage ist, ob lieber über sozial höher oder niedriger gestellte Personen gelacht wird, versucht *Humor in sozialen Gruppen* zu klären, ob eher über Gruppen gelacht wird, denen man selbst angehört, oder sich lieber über fremde Gruppierungen lustig macht.

Die Dimension *Universalität des Humors* beschreibt wiederum, ähnlich wie die Dimension *Grenzen des Humors*, inwiefern über alles und jeden gelacht werden darf. Hier steht der allgemeine Zugang des Individuums zum Thema Humor im Zentrum des Interesses. Außerdem untersucht diese Dimension die Fähigkeit, sich selbst in den Humor einzuschließen und über sich selbst zu lachen.

Die letzte Ausprägung von Humor, die in diesem Kapitel detailliert beschrieben wird, ist der Humorgeschmack. Bei dieser Subkategorie geht es vor allem darum, welche Art von Humor bevorzugt wird. Hier wurde oft zwischen harmlosen und tendenziösen Witzen unterschieden, in der Untersuchung zu dieser Arbeit wurde der Humor zunächst in fünf verschiedene Kategorien eingeteilt, in der Auswertung wird hingegen zwischen derbem und feinsinnigem Humor unterschieden.

Im siebten Kapitel werden die forschungsleitenden Theorien vorgestellt, welche in der Erhebung die Basis für die unabhängigen Variablen bilden. Die vier konkreten psychosozialen Konzepte sind Sensation Seeking, Kontrollerwartung, Ambiguitätstoleranz und Ängstlichkeit. Alle vier Dimensionen beschreiben einen ganz bestimmten Teil der menschlichen Persönlichkeit und können jeweils in ihrem Bereich eine konkrete Auskunft über eine Person geben.

Sensation Seeking beschäftigt sich mit der Intention, immer wieder neue Reize zu suchen und risikoreiche Situationen zu schaffen, Kontrollerwartung beschreibt hingegen die eigene Einschätzung darüber, ob das Leben grundsätzlich eher fremd- oder selbstbestimmt ist. Mithilfe des Konstrukts Ambiguitätstoleranz wird beschrieben, wie mit widersprüchlichen und unklaren Informationen umgegangen wird, während die Dimension Ängstlichkeit das Ausmaß der Angstpotentiale angibt.

Das achte Kapitel eröffnet den empirischen Teil dieser Arbeit. Hier wird auf alle Aspekte des empirischen Vorgehens im Detail eingegangen. Es enthält einen Überblick über die einzelnen Forschungsfragen und Hypothesen, außerdem wird noch einmal im Detail auf die Fragebogenkonstruktion und die erhobenen Variablen eingegangen.

Kapitel 9 beinhaltet schlussendlich die Ergebnisse der empirischen Erhebung, beschreibt die Stichprobe, überprüft die zuvor formulierten Hypothesen und berichtet von weiteren Ergebnissen der Untersuchung. Abschließend wird in einem Resümee Bilanz gezogen.

## **II. THEORIE**

## 4 Zum Humorbegriff

Eine allgemein gültige Definition von Humor stellt sich bei näherer Betrachtung als äußerst schwieriges und vielschichtiges Unterfangen dar. Auch Sully erkannte nach mehrfachen Versuchen, dass es „im englischen Sprachgebrauch kaum einen Begriff gibt, der so schwer zu definieren ist, wie Humor“.<sup>5</sup>

Doch was sind die Gründe dafür, dass sich der Begriff nicht so einfach erklären lässt, wie andere auch? Die größte Schwierigkeit stellt die Operationalisierung des Begriffs dar. Da es sich bei Humor um ein sehr subjektives Empfinden handelt, fällt es schwer, zu bestimmen, was nun „lustig“ ist, und was nicht.

Zur Beschäftigung der Wissenschaft mit Humor ist außerdem zu sagen, dass die Schwierigkeit, den Forschungsgegenstand zu definieren, lange Zeit ein grundlegendes Problem darstellte und die Forschung in der Disziplin erheblich verlangsamt. Dies scheint einer der Gründe zu sein, warum Humor als Forschungsfeld erst in der jüngeren Vergangenheit verstärkte Aufmerksamkeit zuteil wurde.

Auch regionale und kulturelle Unterschiede spielen dabei eine wesentliche Rolle. Beispielsweise stießen Äußerungen oder Handlungen, die in einem europäischen Land möglicherweise für Gelächter sorgen würden (und damit als humoristisch angesehen werden können), in anderen Teilen der Welt wie Asien oder Afrika möglicherweise auf Unverständnis.<sup>6</sup> Auch Wilhelm Pinder bemerkte bereits die regional bedingten Unterschiede im Humorstil:

*„Humor hat so viele Stile, als es gewachsene Einzelkulturen, also überpersönliche Charaktere gibt.“<sup>7</sup>*

Auch andere soziodemographische Variablen wie Alter, Geschlecht, Bildungsniveau oder auch das soziale Milieu, in dem sich eine Person bewegt, tragen letztendlich zu einer Grundeinstellung bei, was als lustig, amüsanter oder unterhaltsam empfunden wird, und was

---

<sup>5</sup> Sully, J.: Essay on laughter. Nach: Sternthal, Brian & Craig, Samuel: Humor in advertising. In: The Journal of Marketing, Vol. 37, No. 4, S. 12-18. 1973.

<sup>6</sup> Vgl. Sternthal & Craig: 1973, S.12.

<sup>7</sup> Pinder, W.: Landkarte des Humors. In: Schöffler, H.: Kleine Geographie des deutschen Witzes. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht. 1955. S.3.

nicht. Der Humorbegriff umfasst außerdem beide „Seiten“ – sowohl die aktive Ausübung von Humor (z.B. einen Witz zu erzählen), als auch den passiven Konsum von Humor (z.B. Ansehen einer Comedy-Show).

So wäre es beispielsweise vorstellbar, dass ein und dieselbe Person eine gewisse Ausprägung von Humor zwar in der Rezipientenrolle bevorzugt, sie aber selbst zur aktiven Ausübung nicht gerne verwendet.

Trotz allem gelang es einigen Experten, eine möglichst allgemeingültige Definition des Humorbegriffs zu formulieren. Der etymologische Ursprung des Wortes ist dabei nicht uninteressant, da er zeigt, wie sich die Bedeutung des Ausdrucks „Humor“ im Lauf der Zeit entwickelt hat.

Das Wort „Humor“ leitet sich vom lateinischen Begriff „humores“ ab, der die Körpersäfte und deren Gleichgewicht untereinander bezeichnet. Die Balance der Körpersäfte wurde damals als Grundlage für den Gemütszustand eines Menschen gesehen.<sup>8</sup> War das Gleichgewicht jener Körpersäfte gegeben, ging man von einer, im wahrsten Sinne des Wortes, ausgeglichenen Person aus. Eben jene Körpersäfte teilen die Menschen auch in verschiedene Persönlichkeitstypen. So werden der Phlegmatiker, der Choleriker, der Sanguiniker und der Melancholiker unterschieden.<sup>9</sup>

Einige Zeit später umfasste der Begriff auch die Beziehung zum Seelenleben und zur Fähigkeit, das Komische zu verstehen und zu artikulieren. Bevor der Ausdruck „Humor“ im deutschsprachigen Raum gebräuchlich wurde, durchlief er aber zuerst das Altenglische und das Altfranzösische. Dabei wurde die Bedeutung des Begriffs im Laufe der Jahrhunderte mehrere Male modifiziert, um im 18. Jahrhundert endgültig zu der Beschreibung zu gelangen, unter der wir das Wort heutzutage kennen.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Vgl. Duden: Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache. 4. Auflage. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag. 2007. S. 349.

<sup>9</sup> Vgl. Schäfer, S.: Komik in Kultur und Kontext. München: Iugicum-Verlag. 1996. . S. 22ff.

<sup>10</sup> Vgl. Duden, 2007: S. 349.

Arno Dopychai beschäftigte sich in seiner Dissertation intensiv mit der Erklärung des Begriffs und kam zu folgender Definition:

*„Humor ist eine durch Lebenserfahrung gewonnene, aber auch stets von neuem zu erringende, grundlegende Haltung dem Leben und der Welt gegenüber. Das Dasein wird in unvoreingenommener Heiterkeit positiv und voller Freude aufgenommen, dabei bleibt der humorvolle Mensch jedoch kritisch und realistisch, denn er weiß um die Ambivalenz des Lebens.“<sup>11</sup>*

Im Zentrum dieser Definition steht also der Umgang mit den Tücken und Problemen des alltäglichen Lebens, welchen „mit Humor“, also voller Freude und mit positiver Energie begegnet werden soll.

Diese Vorgangsweise kann bekanntlich sogar den Heilungsprozess eines kranken Patienten positiv beeinflussen. Auch die Umkehrung ist im Krankheitsverlauf möglich, negative Emotionen und Gefühle können Krankheiten verschlimmern und letztendlich den Körper dazu bringen, die Abwehrreaktionen einzustellen.<sup>12</sup>

Somit stellt Humor einen direkten Zusammenhang zwischen der psychologischen und der physiologischen Ebene dar, wie auch die Ursprungsbedeutung bereits suggeriert. Die psychosomatische Medizin geht davon aus, dass sich physiologische und psychologische Faktoren im Körper gegenseitig beeinflussen und das Seelenleben im Hinblick auf Humor eine wesentliche Rolle in unserem täglichen Leben spielt.<sup>13</sup>

Bisher lag die Rolle des Humors in der medizinischen Auseinandersetzung mit dem Wesen und des Begriffs im Zentrum der Diskussion, doch auch soziologische Phänomene sollen nicht unerwähnt bleiben. Oft wird davon gesprochen, dass sich das Verhalten von Menschen verändert, sobald sie sich in bestimmten Gruppen befinden. Dies ist vor Allem bei Jugendlichen und Pubertierenden zu beobachten.

---

<sup>11</sup> Dopychai, A.: Der Humor – Begriff, Wesen, Phänomenologie und pädagogische Relevanz. Dissertation. Bonn. 1988. S. 59.

<sup>12</sup> Vgl. Adams, P./Mylander, M.: Gesundheit. Oberursel: Zwölf & Zwölf. 1997. S. 78f.

<sup>13</sup> Vgl. ebenda

In einer solchen Gruppe könnte sich beispielsweise eine ganz eigene Art von Humor entwickeln, welche in der Folge von den einzelnen Mitgliedern innerhalb der Gruppe zwar als lustig empfunden wird, außerhalb der Gruppe aber keine Rolle spielt. Mahadev Apte spricht hierbei von so genannten „joking relationships“, die innerhalb vieler sozialer Gruppen entstehen können.<sup>14</sup>

Eben jener Zusammenhalt, der in einer Gruppe durch die gemeinsame Pflege des gruppenspezifischen Humors entsteht, kann sowohl in der Gruppe selbst, als auch bei den einzelnen Mitgliedern eine wichtige Rolle im Findungsprozess der eigenen Identität spielen. Wir erfahren Humor im wissenschaftlichen Diskurs also nicht nur als soziales und kulturelles, sondern auch als persönlichkeitsbildendes Phänomen.<sup>15</sup>

Auch Henri Bergson erklärt die Notwendigkeit einer existierenden Gruppe für das Auftreten von Humor:

*„Man würde für das Komische kein Organ haben, wenn man allein stünde. Das Lachen bedarf offenbar des Echos. [...] Unser Lachen ist stets das Lachen einer Gruppe. [...] Das freieste Lachen setzt immer ein Gefühl der Gemeinsamkeit, fast möchte ich sagen, der Heblerschaft mit anderen Lachern, wirklichen oder nur vorgestellten, voraus.“<sup>16</sup>*

Bergson setzt hier Humor mit dem Lachen gleich, was allerdings laut Giles und Oxford nicht ganz richtig erscheint. Sie weisen darauf hin, dass es neben Humor noch sechs weitere Auslöser für das Lachen geben kann. Neben Angst, Kitzeln, Hohn, Verteidigung und Unwissenheit wird auch der soziale Kontext als möglicher Auslöser des Lachens genannt.<sup>17</sup>

Vor diesem Hintergrund sei zwar erwähnt, dass Lachen oder Lächeln als Maß für die Rezeption von Humor herangezogen werden kann, die Begriffe aber keinesfalls gleichgesetzt werden dürfen.

---

<sup>14</sup> Vgl. Apte, M.: Humor and laughter. An anthropological approach. London: Cornell University Press Ltd. 1985. S. 31ff

<sup>15</sup> Vgl. ebenda

<sup>16</sup> Bergson, H.: Das Lachen. Erstes bis drittes Tausend. Jena: Eugen Diederichs. 1914. S. 8

<sup>17</sup> Vgl. Giles, H. & Oxford, G. S.: Towards a multidimensional theory of laughter causation and its social implications. In: Bulletin of the British Psychological Society. Vol. 23. 1970. S. 97ff

Abgesehen von dieser Unachtsamkeit in der Wahl des Begriffs muss bei einem Definitionsversuch von Humor Bergsons Einwand trotzdem unbedingt berücksichtigt werden. Demzufolge muss die soziale Funktion des Humors im Diskurs in jedem Fall eine zentrale Rolle einnehmen.

*„Um das Lachen zu verstehen, müssen wir es wieder in sein angestammtes Element versetzen, und das ist die Gesellschaft; wir müssen seine nützliche Funktion bestimmen, und das ist eine soziale Funktion. [...] Das Lachen muss eine soziale Bedeutung haben.“<sup>18</sup>*

Nicht nur Bergson, auch Freud sieht in der Entstehung von Humor kein reines psychologisches Phänomen, sondern auch ein soziales Ereignis. Dabei stellt er das Mitteilungsbedürfnis als Hauptmotiv des Menschen dar, Witze zu erzählen und Humor zu verbreiten. Er unterscheidet dabei zwischen dem Komischen und dem Witz:

*„Auch beim Komischen gewährt die Mitteilung an eine andere Person Genuß [sic!]; aber sie ist nicht gebieterisch, man kann das Komische, wo man darauf stößt, allein genießen. Den Witz hingegen ist man genötigt mitzuteilen [...]“<sup>19</sup>*

Im Zuge seiner Erklärungen betont Freud auch die Notwendigkeit von zumindest zwei, im Idealfall sogar drei Personen, um die volle Wirksamkeit eines Witzes zu entfalten. In diesem Punkt scheinen sich die Ansichten von Freud und Bergson zumindest partiell zu überschneiden, sodass beide zur Interpretation des Humors als soziales zwischenmenschliches Phänomen ansehen.

Die Annahme, Humor als soziales Phänomen anzusehen, das ausschließlich innerhalb einer sozialen Gruppe zu beobachten ist, wäre ebenso falsch, denn dabei würde die Belustigung, die alleine stattfindet, beispielsweise beim Ansehen einer Comedy-Sendung im Fernsehen, außer Acht gelassen.

Martin spricht in so einem Fall von einer pseudo-sozialen Reaktion. Dabei reagieren wir auf eine Handlung oder Äußerung eines Anderen, beispielsweise des Moderators im Fernsehen.

---

<sup>18</sup> Bergson, H.: Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen. Zürich: Arche. 1972. S. 14f.

<sup>19</sup> Freud, S.: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten. Vierte Auflage. Leipzig, Wien: Franz Deuticke. 1925. S. 123.

Dies stellt keine Reaktion auf eine tatsächlich anwesende Person dar, und kann somit als pseudo-soziale Reaktion verstanden werden.<sup>20</sup> Humor muss also als Phänomen definiert werden, das entweder in sozialen Gruppen, oder als pseudo-soziale Reaktion zu beobachten ist.

Apte beschäftigte sich nicht nur mit Humor im Zusammenhang mit sozialen Gruppen, sondern auch mit diesem Phänomen in Verbindung mit Religion, Sprache oder Sexualität.<sup>21</sup> Dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie vielseitig sich die Humorforschung in den letzten Jahrzehnten entwickelt hat, und wie viele Teilgebiete trotzdem noch immer höchstens unzureichend untersucht wurden.

Durch die Erkenntnis in Arno Dopychais Definitionsversuch, nämlich jene des Humorverständnisses als Ausprägung der grundlegenden Haltung dem Leben und der Welt gegenüber, scheint die Frage nach der Verschiedenheit von Humorgesmack der Menschen bereits beantwortet zu sein.

Demnach könnte man eben jene unterschiedlichen Geschmäcker mit differierenden Weltanschauungen gleichsetzen. Da es unter den Menschen viele verschiedene Weltanschauungen gibt, existieren ebenso starke Unterschiede in der Frage, was als lustig oder nicht lustig empfunden wird. Diesen Ansatz unterstützt auch Christoph Peter Baumann:

*„So können Muslime durchaus Humor haben, aber sie lachen nicht unbedingt über das Gleiche wie zum Beispiel westliche Menschen.“<sup>22</sup>*

Das Thema Humor in Verbindung mit Religion ist in den vergangenen Jahren vor Allem aufgrund der wiederholten Geschehnisse der letzten Jahre in das Zentrum des öffentlichen Diskurses gerückt. Bereits im Jahr 2005 entbrannte eine öffentliche Diskussion, nachdem ein dänischer Zeichner Karikaturen des Propheten Mohammed veröffentlicht hatte, im Jänner

---

<sup>20</sup> Vgl. Martin, R. A.: The Psychology of Humor: An integrative approach. Burlington, MA: Elsevier Academic Press. 2007. S. 113.

<sup>21</sup> Vgl. Apte, 1985, S. 33f

<sup>22</sup> Baumann, C.: Humor und Religion. Worüber man lacht – oder besser nicht. Stuttgart: Kreuzverlag. 2008. S. 10.

2015 starben bei einem Attentat auf das französische Satiremagazin „Charlie Hebdo“, das zuvor ebenfalls islamkritische Karikaturen veröffentlicht hatte, zwölf Menschen.<sup>23</sup>

Der deutsche Komiker Dieter Nuhr sprach sich danach in einem Interview dafür aus, keine weiteren Witze über den Islam zu machen<sup>24</sup>, in diversen europäischen Massenmedien wird die Debatte über die Grenzen des Humors in Verbindung mit Religionen immer noch thematisiert. Die Hauptfrage dabei ist, worüber gelacht werden darf, und wo die Grenze zur Kränkung anderer Personen verläuft.

Für den wissenschaftlichen Diskurs ist dies in jedem Fall ein weiterer Beweis dafür, dass eine eingehende Beschäftigung mit dem Thema Humor mittlerweile sehr viele weitere Teilbereiche des Lebens als nur die Unterhaltung beinhalten muss.

Neben der Herkunft, den diversen Persönlichkeitsmerkmalen und den demographischen Daten spielen also offensichtlich auch politische und religiöse Werte eine große Rolle bei der Beantwortung der Frage, was Humor bei einem Menschen ausmacht.

So logisch Dopychais Ansatz klingt, schlussendlich kratzt er doch nur leicht an der Oberfläche der Problemstellung. Es wäre ein zu kurzsichtiger und eindimensionaler Versuch, die Frage nach den Unterschieden in der Humorrezeption bloß anhand der verschiedenen Weltanschauungen zu beantworten, da es eine Vielzahl an Einflussgrößen gibt, die dazu beitragen, wer was wann und warum als lustig, amüsant oder unterhaltsam empfindet. Nicht zuletzt die jeweilige Situation, in der sich eine Person während der Humorrezeption befindet, mit all ihren Begleitumständen, darf nicht außer Acht gelassen werden.

Eine allgemein gültige Definition, die alle Aspekte des Humors, sowie die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Humor, die verschiedenen Rezeptionsmöglichkeiten, die sozialen, psychologischen, physiologischen, politischen oder persuasiven Funktionen des Humors beinhaltet, existiert also zum aktuellen Zeitpunkt nicht und wird es möglicherweise auch nie geben. Es scheint allerdings bereits ein großer Gewinn zu sein, das Bewusstsein dafür zu wecken, dass sich das Phänomen Humor auf die vielen eben genannten Bereiche erstreckt.

---

<sup>23</sup> Vgl. Reinbold, F.: Terrorangriff auf Satiremagazin: Warum „Charlie Hebdo?“. In: Spiegel online. 07.01.2015, 17:28. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/charlie-hebdo-satiremagazin-mit-skandal-tradition-a-1011723.html>. 19.01.2015, 14:37.

<sup>24</sup> Vgl. Interview Mit Dieter Nuhr am 12.01.2015 von Michael Hanfeld. Frankfurter Allgemeine Zeitung. In: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/dieter-nuhr-im-gespraech-ueber-charlie-ebdo-und-islamismus-13364382.html?printPageArticle=true>. 19.01.2015, 14:47.

Ob nun die Entstehung des Humors, seine Geschichte, die Ausübung oder Rezeption von Humor gemeint ist – das Wort Humor scheint einen extrem weitläufigen Bereich unseres täglichen Miteinanders zu beschreiben und stellt somit einen schwer zu fassenden und noch schwerer zu definierenden Begriff dar.

## 5 Humortheoretische Grundlagen

Seit Beginn der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Humor stellen sich Experten vor Allem die Frage nach dem Grund des Lachens. Die Grundproblematik lag vor allem darin, dass es an einer allgemein gültigen Definition und Klärung der grundlegenden Begrifflichkeiten mangelte. War die Humorforschung lange Zeit ein sehr unzureichend untersuchter Bereich, so existiert mittlerweile eine solide Basis an Grundlagen und Theorien.<sup>25</sup>

Dabei lassen sich die verschiedenen Ansätze, die sich im Laufe der Forschung herauskristallisierten, grob in die drei Bereiche Überlegenheitstheorien, Inkongruenztheorien und Entspannungstheorien unterteilen.

Diese Ansätze unterscheiden sich zwar in ihrem Versuch, Humor und Komik zu erklären, müssen sich aber keinesfalls gegenseitig ausschließen. Vielmehr können sie einander fallweise abschwächen oder verstärken. Eine thematische Kreuzung der drei theoretischen Stränge führt zur Verbindung von kognitiven, emotionalen und sozialen Aspekten des Humors.<sup>26</sup>

Dies bestätigt die aktuelle Tendenz, nicht zu versuchen, mit umfassenden Theorien ein Phänomen als großes Ganzes erklären zu wollen, sondern sich auf die einzelnen Teilbereiche eines Phänomens zu konzentrieren und durch die Fokussierung jene Teilbereiche so genau wie möglich zu untersuchen.<sup>27</sup>

Witze auf Kosten Anderer fallen beispielsweise in den Bereich der Superioritätstheorien, Komik durch Dissonanz wird den Inkongruenztheorien zugeschrieben, die Entspannungstheorien sehen im Humor ein Instrument des Spannungsabfalls. Die verschiedenen Ansätze zeigen auch die Vielseitigkeit des Humors und die Arten, wie man Humor ausleben kann. Im folgenden Teil wird näher auf die drei wichtigsten Erklärungsmodelle des Humors eingegangen.

---

<sup>25</sup> Vgl. Falbesoner, B.: Humor und Partnerschaft. Dissertation. Universität Wien. 2005. S. 5.

<sup>26</sup> Vgl. Kotthoff, H.: Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1996. S. 10.

<sup>27</sup> Vgl. Martin, 2007. S. 32.

## 5.1 Überlegenheitstheorien

### 5.1.1 Die Superioritätstheorie

Ein erster Ansatz, mit dem eine eingehende Beschäftigung notwendig erscheint, ist das theoretische Konstrukt der Superioritätstheorie. Dieser Ansatz gehört zu den ältesten Versuchen, das Lachen zu erklären. Bereits bei Platon, welcher im Allgemeinen als einer der ersten Theoretiker und Philosophen des Humors bezeichnet wird, wird der Humor als Instrument des Verlachens anderer Personen beschrieben.<sup>28</sup>

Dadurch wurden der Einsatz von Humor und das Lachen in der griechischen Philosophie als moralisch falsch und verwerflich angesehen. Platon verband das Lachen stets mit Verhöhnung und Spott, auch der Neid spielte für ihn eine große Rolle. Neid als prinzipiell negative Eigenschaft mischt sich im Humor mit dem positiven Wesen des Lachens zu einer Mixtur der Emotionen. Daher wird den Überlegenheitstheorien immer die Eigenschaft zugeordnet, sich auf die aggressive Komponente des Humors zu konzentrieren.<sup>29</sup>

Auch Aristoteles vertrat eine Sichtweise, die jener Platons sehr stark ähnelte. Beide herausragenden Denker sahen Lachen als negative Angewohnheit an und betonten immer wieder die Schadenfreude, die im Zuge des Lachens über Andere auftritt. Aristoteles stellte in seinen Überlegungen aber anders als Platon nicht die Überlegenheit in den Vordergrund des Lachvorganges, sondern die Herabwürdigung und Geringschätzung von anderen Personen. Beide verurteilten das Lachen allgemein als zu kritisierendes Verhalten.<sup>30</sup>

Im Zentrum der Überlegenheitstheorie steht also die gefühlte eigene Überlegenheit gegenüber Anderen als Hauptmotiv für die Belustigung und das Lachen. Nach Platon folgten viele weitere prominente Vertreter der Überlegenheitstheorie.

---

<sup>28</sup> Vgl. Kotthoff, 1996: S. 11.

<sup>29</sup> Vgl. Knop, K.: Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format. Bielefeld: Transcript Verlag. Dissertation. 2007. S. 52f.

<sup>30</sup> Vgl. Morreall, J.: The philosophy of laughter and humor. New York: State university of New York. 1987. S. 10ff.

Thomas Hobbes, der in der Moderne als Begründer der heutigen Superioritätstheorie gilt, bezeichnete das Lachen zunächst als Grimasse, die durch plötzlichen Stolz hervorgerufen wird.<sup>31</sup>

Die Ursache für das Lachen liegt demnach in dem Bewusstsein, besser zu sein als der oder die Verlachten, womit das eigene Selbstbewusstsein gesteigert wird. Hobbes betont in diesem Zusammenhang immer wieder den Vergleich, der im gesellschaftlichen Konflikt zwischen Lachendem und Verlachten gezogen wird, mit dem besseren Ende für den Lachenden.

*„Es [das Lachen] wird entweder durch eine plötzliche eigene Tat verursacht, die einem selbst gefällt, oder durch die Wahrnehmung irgendeines Fehlers bei einem anderen [sic!], wobei man sich selbst Beifall spendet, indem man sich damit vergleicht.“<sup>32</sup>*

Er erklärt weiters, dass Lachen aus Überlegenheit vor allem bei Menschen zu beobachten ist, die sich ihrer eigenen Unzulänglichkeiten durchaus bewusst sind und daher ständig gezwungen sind, nach Wegen zu suchen, ihr eigenes Unvermögen durch Witze über Andere vergessen zu können. Schlussendlich verurteilt Hobbes das ständige Lachen über die Fehler der Anderen als Kleinmütigkeit.<sup>33</sup>

Auch Henri Bergson räumt in seinen Abhandlungen zum Lachen ein, dass die Fehler Anderer in den allermeisten Fällen die Grundlage für das Lachen sind, allerdings betont Bergson dabei auch, dass dieses Lachen vor Allem daraus entsteht, dass der Verlachte sich ungesellig verhält und sich dadurch selbst von der Gesellschaft isoliert. Darin sieht Bergson eine Legitimation des Lachens.<sup>34</sup>

Im späten 20. Jahrhundert wurde die Superioritätstheorie insofern weiterentwickelt, als das Lachen nicht nur aufgrund der eigenen persönlichen Überlegenheit des Lachenden erfolgen kann, sondern gegebenenfalls auch aufgrund der Überlegenheit von Dingen oder Personen, mit denen der Lachende sympathisiert oder sich mit ihnen identifiziert.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> Vgl. Hobbes, T.: Leviathan oder Stoff, Form und Gewalt eines bürgerlichen und kirchlichen Staates. Berlin, Neuwied: Hermann Luchterhand Verlag. 1966. S. 44

<sup>32</sup> ebenda

<sup>33</sup> Vgl. ebenda

<sup>34</sup> Vgl. Bergson, 1972: S. 96f.

<sup>35</sup> Vgl. Muhr, S.: Humor, Aktivierung und Persönlichkeitsvariablen. Dissertation. Universität Wien. 1980. S. 22.

Murray, Smith und Wolff haben außerdem herausgefunden, dass Amüsement, das durch das Gefühl der Überlegenheit gegenüber anderen Personen initiiert wurde, nur dann entsteht, wenn der Lachende keinerlei positive Gefühle gegenüber dem Verlachtten hegt.<sup>36</sup>

Wie sich gezeigt hat, können feindliche Witze gegenüber Anderen alle möglichen Arten von fremdartigen Gruppen betreffen. Die Palette reicht von Witzen über Angehörige fremder Nationen über ethnische Minoritäten bis hin zum Lachen über das jeweils andere Geschlecht oder bestimmte Gruppen innerhalb der Gesellschaft, wie z.B. das Militär.<sup>37</sup>

Kritik an dem Ansatz, der stets von Aggression als Hauptindikator des Lachens ausgeht, kommt von Zijderveld. Laut ihm scheint es viel zu kurzfristig, jede Art des Humors nur auf die Aggression zurückzuführen.

*„Sogar Henri Bergson machte den Fehler, Feindlichkeit und Aggression in allen Formen des Lachens zu sehen. Dies ist ein Vorurteil, das nur als Ausfluß [sic!] der Paranoia des modernen Menschen erklärt werden kann, der unter dem Einfluß [sic!] verschiedener Faktoren die Kunst der Narrheit verlernt hat.“<sup>38</sup>*

Zijderveld nennt als Beispiel Witze, die auf Nonsens beruhen und bei denen er keinerlei aggressiven Hintergrund erkennen kann. Laut Zijderveld scheinen Bergson und die anderen Vertreter der Superioritätstheorien diese Art von Witzen gänzlich ignoriert zu haben.<sup>39</sup>

Kritik kommt auch von Francis Jeanson. Abgesehen davon, dass Jeanson im Lachen keinen unbewussten und mechanischen Prozess sieht, geht er zwar mit Hobbes konform darüber, dass dem Lachen ein Gefühl der Überlegenheit zugrunde liegt. Allerdings muss dieses Gefühl nicht notwendigerweise durch die Verachtung oder Demütigung eines Anderen entstanden sein. Vielmehr sieht Jeanson im Lachen ein Zeichen des Bewusstseins der eigenen Freiheit.<sup>40</sup>

---

<sup>36</sup> Vgl. Metz-Göckel, H.: Witzstrukturen. Gestaltungstheoretische Beiträge zur Witztechnik. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1989. S. 49.

<sup>37</sup> Vgl. ebenda

<sup>38</sup> Zijderveld, A.: Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens. Graz, Köln, Wien: Styria Verlag. 1976. S. 178

<sup>39</sup> Vgl. ebenda

<sup>40</sup> Vgl. Berger, P.: Erlösendes Lachen. Das Komische in der menschlichen Erfahrung. Berlin, New York: Walter de Gruyter. 1998. S. 40

Auch Grimm sieht in der Superioritätstheorie von Hobbes eine mittlerweile überholte Ansicht, die in der heutigen Zeit so nicht mehr zutreffend ist:

*„Die Kernbestimmung des Humors jedoch zielt nicht auf Machtgewinn und Ich-Stärke, die sich von Überlegenheitsfantasien nährt und am Schaden anderer gütlich tut, sondern auf das Loslassenkönnen angesichts des existentiellen Geworfenseins, das dem einzelnen Menschen weit mehr zumutet als er selbst in der Welt auszurichten vermag.“<sup>41</sup>*

### **5.1.2 Die Theorie der Degradierung**

Ebenfalls zur Gruppe der Überlegenheitstheorien ist die Theorie der Degradierung zu zählen. Sie ist der Superioritätstheorie sehr ähnlich, allerdings geht die theoretische Beschreibung des Lachens über das reine Gefühl der Überlegenheit hinaus. Wesentlicher Bestandteil des Lachens ist hierbei die Herabsetzung einer Person oder Gruppe.

Die Theorie der Degradierung wurde erstmals im 19. Jahrhundert vom britischen Psychologen Alexander Bain, der sich dabei hauptsächlich auf Hobbes und Aristoteles bezog, erläutert. Dabei geht es vor Allem um den Vorgang der Herabwürdigung von Werten, wodurch ein negatives Gefühl entsteht, das durch das Lachen wieder aufgelöst werden kann. Außerdem sieht Bain das Komische als ein Resultat der Degradierung einer ernsten Person oder eines Umstands, der keine andere starke Emotion hervorruft. Die Degradierung einer anderen Person ruft laut Bain keine andere starke Emotion als Überlegenheit und Macht hervor, was sich im darauf folgenden Lachen bemerkbar macht.<sup>42</sup>

Charles Gruner, ein weiterer Verfechter der Superioritätstheorien, beschreibt Humor allgemein als Ausdruck aggressiven Verhaltens. Er meint damit keine körperliche Aggressivität, sondern das Bedürfnis, sich mit anderen zu messen und dabei als Sieger hervorzugehen. Geschieht dies, folgt nach dem Sieg über den Kontrahenten dessen Herabwürdigung.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Grimm, J.: Lachen im sozialen Kontext. Konstruktion und Evaluation des Humor-Dispositions-Tests. In: Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart. Jahrgang 29. 3/2014. S. 23.

<sup>42</sup> Vgl. Dziemidok, B.: The comical. A philosophical analysis. Boston, Dordrecht, London: Kluwer Academic Publishers. 1993. S. 13f.

<sup>43</sup> Vgl. Gruner, C.: The game of humor: a comprehensive theory of why we laugh. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers. 1997. S. 148ff

Scruton betont hingegen den entscheidenden Unterschied der Degradierungstheorie zur Superioritätstheorie:

*„To lower the object is not necessarily to rise the subject; it might be to lower both together“<sup>44</sup>*

Scruton sieht also einen klaren Unterschied zwischen der Superioritätstheorie, nach der das Lachen eine Folge des eigenen Macht- und Überlegenheitsgefühls ist, und der Theorie der Degradierung, die von einer konkreten Herabwürdigung eines Anderen ausgeht. Laut Scruton muss das Eine das Andere nicht notwendigerweise mit sich bringen. Vielmehr stellt er sogar zur Diskussion, dass durch einen Witz nicht nur die andere, sondern gleichzeitig auch die eigene Person herabgesetzt werden kann. Dadurch wäre keine Voraussetzung für ein Gefühl der Überlegenheit gegeben, da sowohl der Lachende, als auch der Verlachte auf die gleiche Ebene gebracht werden.

Es scheint so, als ob sich die Theorie der Degradierung zwar stark an das Konzept der Überlegenheitstheorie anlehnt, sich jedoch in feinen Nuancen doch von ihr unterscheidet. Beide haben jedoch die gemeinsame Annahme, dass Humor auf bewusster oder unbewusster Aggressivität basiert.

Bis heute zeigt sich, dass die Superioritäts-Ansätze ihre Gültigkeit nicht verloren haben. Die ältesten Versuche, das Lachen zu erklären, sind bis heute in modernen Konzepten und Modellen zumindest in Teilen wieder zu finden.

Neben dem Lachen aufgrund von Überlegenheitsgefühl existiert auch Amusement mit dem Zweck, Andere zu diskreditieren. Man denke nur an Minderheitenwitze, die sich bis zum heutigen Tag großer Beliebtheit erfreuen und die Intention haben, Aussehen, Auftreten, Fehler und Schwächen bestimmter Gruppen ins Lächerliche zu ziehen.

---

<sup>44</sup> Scruton, R.: The Aesthetic Understanding: Essays in the Philosophy of Art and Culture. London, New York: Methuen. 1983. S. 163

## 5.2 Kognitive Humorthorien

### 5.2.1 Die Inkongruenztheorie

Die Inkongruenztheorie, in der Literatur auch oft als Diskrepanztheorie bezeichnet, bildet einen weiteren wissenschaftlichen Ansatz zur Untersuchung von Humor. Während im Konzept der Superioritätstheorien die Konzentration auf der affektiven und aggressiven Komponente des Humors liegt, stellt die Inkongruenztheorie die kognitive Komponente in den Mittelpunkt des Interesses. Humor wird dabei als kognitive Eigenschaft in Form von Intelligenz, Kreativität und Problemlösungspotential angesehen.<sup>45</sup>

Descartes beschrieb das Lachen als physiologische Fehlfunktion, die sich durch eine plötzliche Beschleunigung des Blutflusses im Körper zeige. Jene Beschleunigung ist nach Descartes eine Folge des Schocks, den etwas Überraschendes oder Verblüffendes beim Menschen auslöst.<sup>46</sup>

Die ersten ursprünglichen Inkongruenztheorien, die davon ausgingen, dass zwei verschiedene Konzepte, die anfangs scheinbar nichts miteinander zu tun haben, überraschend in einem gemeinsamen Bedeutungsstrang zusammengeführt werden, gehen auf Kant und Schopenhauer zurück.<sup>47</sup> Systematische, empirisch-experimentelle Humorforschung anhand des heute als Inkongruenztheorie bekannten Ansatzes gibt es allerdings erst seit den frühen 1970er-Jahren.<sup>48</sup>

Die Grundaussage dieser Theorie ist, dass bei der Rezeption von humoristischen Inhalten stets eine Inkongruenz oder eben Diskrepanz entsteht, welche zu einem inneren Konflikt führt. Dieser innere Konflikt bzw. die Auflösung eben jenes Konflikts bildet die Basis für das schlussendliche Amüsement des Lachenden.<sup>49</sup>

---

<sup>45</sup> Vgl. Falbesoner, 2005, S. 7f

<sup>46</sup> Vgl. Berger, 1998, S. 27.

<sup>47</sup> Vgl. Kotthoff, 1996, S. 10.

<sup>48</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1989, S. 63

<sup>49</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1989, S. 63f

Nach von Hardenberg ist es dabei auch egal, ob die kognitive Diskrepanz aus einem Mitmenschen, einem Ereignis, oder einer Pointe resultiert.<sup>50</sup> Entscheidend ist das Vorhandensein des großen Unterschieds zwischen Erwartetem und Geschehenen.

Auch Shultz beschreibt die Diskrepanz zwischen dem Erwarteten und dem darauf tatsächlich präsentierten Inhalt als das entscheidende Element der Inkongruenztheorie.

*„Incongruity is usually defined as a conflict between what is expected and what actually occurs in the joke. It is a concept which accounts well for the most obvious structural feature of jokes.“<sup>51</sup>*

Weiters berichtet Shultz davon, dass in etwa die Hälfte der von ihm in zeitgenössischen Witzsammlungen untersuchten Witze auf linguistischen Mehrdeutigkeiten beruhen. Eben diese Mehrdeutigkeiten führen zu einer Vermutung des Rezipienten, die allerdings in weiterer Folge nicht eintritt.<sup>52</sup>

Dieser Fähigkeit, Humor als kreativen Prozess zu begreifen und solch doppeldeutige Situationen aufzulösen, gab Arthur Koestler 1964 eine neue Bezeichnung. Demnach ist es für die Rezeption von Humor entscheidend, ein und dieselbe Situation in zwei verschiedenen und voneinander unabhängigen Referenzrahmen zu begreifen. Diesen Vorgang nennt Koestler Bisoziation. Michael Apters Konzept der Synergie sprach im Wesentlichen von den gleichen Vorgängen und beschrieb den erheiternden Effekt, wenn zwei zunächst scheinbar völlig inkompatible Interpretationen von Bildern oder Worten plötzlich miteinander verknüpft werden und einen neuen, gemeinsamen Sinn ergeben.<sup>53</sup>

Metz-Göckel berichtet auch von Experimenten, welche sich mit der Frage beschäftigten, ob das bloße Vorhandensein von Inkongruenz bereits ausreicht, um Lachen hervorzurufen, oder ob es andererseits einer Auflösung der widersprüchlichen Situation bedarf, um eine positive Reaktion hervorzurufen. Trotz einiger Experimente, u.a. von Suls oder Shultz & Horibe, von

---

<sup>50</sup> Vgl. von Hardenberg, I.: Scherz, Witz, Humor und tiefere Bedeutung. In: Gaede, P. (Hg.): GEO – Als die Liebe auf die Welt kam – 30 Reportagen über den Menschen. München, Zürich: Piper. 2002. S. 13-22.

<sup>51</sup> Shultz, T.R., 1976, zitiert nach Metz-Göckel, 1989, S. 63f

<sup>52</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1989, S. 64

<sup>53</sup> Vgl. Martin, 2007. S. 7

denen Metz-Göckel berichtet, kommt er zu dem Schluss, dass weder das Eine, noch das Andere zufriedenstellend bewiesen werden kann.<sup>54</sup>

Frühere Inkongruenztheoretiker, wie beispielsweise Sigmund Freud, vertreten die Auffassung, dass die Diskrepanz innerhalb eines Witzes aufgelöst werden muss, damit es zu einer positiven Reaktion des Zuhörers kommen kann. Demnach wird der Humor in zwei Phasen eingeteilt: erstens in die Phase, in der die Inkongruenz durch eine scheinbar widersinnige Situation herbeigeführt wird; und zweitens in die Auflösung dieser Situation. Die zweite Phase ist nach der Inkongruenz-Auflösungs-Theorie demnach unerlässlich, um mit Hilfe von Hintergrundwissen Humor von reinem Unsinn unterscheiden zu können.<sup>55</sup>

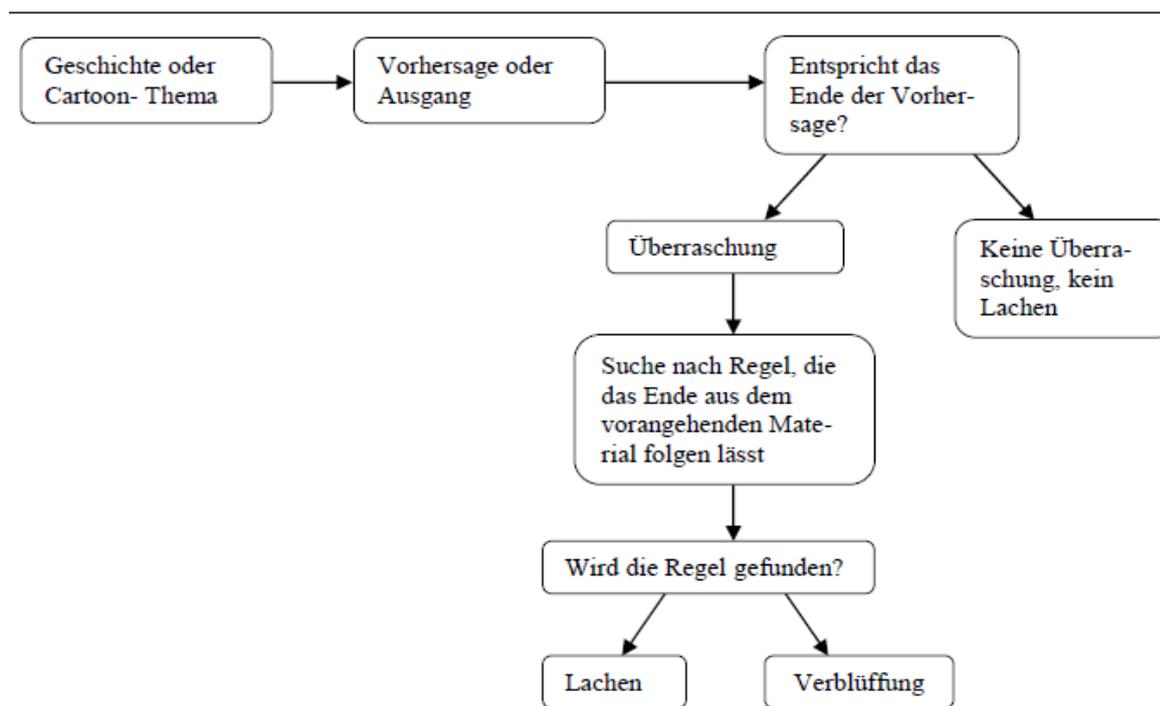


Abbildung 1: Inkongruitäts-Auflösungsmodell<sup>56</sup>

In der Grafik des Zweiphasen-Modells von Suls wird noch einmal der Gedanke der beiden Phasen deutlich. Nach der ersten Phase, in der die Informationen des Witzes mitgeteilt werden, folgt in der zweiten Phase die Enttäuschung der durch Denkschemata aufgebauten Vermutung.

<sup>54</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1989, S.65ff

<sup>55</sup> Vgl. Muhr, 1980, S. 17f

<sup>56</sup> Vgl. Suls 1983, zitiert nach Metz-Göckel, 1989, S. 65

Durch die Inkongruenz der zur Verfügung gestellten Informationen und das Aufbrechen der gewohnten Denkschemata ist der Rezipient zu Denkarbeit gezwungen, um den Witz zu verstehen. Endet diese Denkarbeit erfolgreich, kommt es zum Verständnis und folgerichtig zur Erheiterung (Lachen). Kann die Situation jedoch nicht aufgelöst werden, führt dies in der Regel zu Verblüffung.

An dieser Stelle sei erwähnt, dass Shultz und Horibe in einem Experiment 1974 zu dem Ergebnis kamen, dass das Inkongruitäts-Auflösungsmodell auch bei Kindern zu beobachten ist, allerdings kamen sie zu dem Schluss, dass jüngere Kinder auch bei bloßer Inkongruenz lachten. Die Studie wurde insofern kritisiert, als einerseits Witze mit oder ohne Auflösung nur schwer modifizierbar sind und andererseits bei Auflösung von Inkongruenz andere, neue Inkongruenzen entstehen können.<sup>57</sup>

Auch Victor Raskin versucht den Humor mit einer semantischen Inkongruenztheorie zu erklären. Zunächst geht Raskin davon aus, dass jeder Mensch verschiedene „scripts“ entwickelt. Damit ist die Menge an semantischer Information gemeint, welche eine Person mit einem Begriff verbindet.<sup>58</sup> Überlagern sich nun zwei in Opposition zueinander stehende „scripts“, entsteht eine Pointe, die als lustig empfunden wird und aufgelöst werden muss.<sup>59</sup>

Raskin reduziert dadurch den Humor allerdings auf die Bedeutung von Worten, was bei näherer Betrachtung als zu kurzsichtige Sichtweise bezeichnet werden muss. In diesem Fall werden beispielsweise komische Elemente in Mimik oder Gestik völlig außer Acht gelassen.<sup>60</sup>

Metz-Göckel betrachtet die Inkongruenztheorie kritisch und bemängelt einerseits, dass die vielen Möglichkeiten, wie Inkongruenz erzeugt werden kann, nicht berücksichtigt werden, andererseits bemängelt er, dass linguistische Ambiguität fälschlicherweise als einzige Witztechnik angeführt wurde, was seiner Ansicht nach ein grober Fehler sei. Zudem werde die relative Häufigkeit der Wortwitze allgemein überschätzt.<sup>61</sup>

---

<sup>57</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1989, S. 66f

<sup>58</sup> Vgl. Raskin, V.: *Semantic mechanisms of humor*. Dordrecht, Boston, Lancaster: D. Reidel. 1985. S. 81

<sup>59</sup> Vgl. Raskin, 1985, S. 99

<sup>60</sup> Vgl. Kotthoff, H.: *Spaß verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor*. Habilitationsschrift. Universität Wien. 1996. S. 106f

<sup>61</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1969, S. 194f.

### **5.2.2 Der Ambivalenz-Ansatz**

Dem Inkongruenz-Ansatz sehr ähnlich, folgt der Ambivalenz-Ansatz der Auffassung, dass Humor durch die Empfindung zweier Gefühle, welche im Normalfall nicht gleichzeitig auftreten, entsteht. Die Folge ist, wie schon im Incongruity-Modell erwähnt, eine kognitive Dissonanz, welche einen Konflikt hervorruft, wodurch das Lachen initiiert wird.<sup>62</sup>

Nach Descartes, der sich dieser Thematik bereits im Jahr 1649 widmete, kann die Ursache des Lachens in einer Vermischung positiver und negativer Gefühle ihren Ursprung haben. Obwohl die Ambivalenztheorie ähnliche Ansichten wie die Inkongruenztheorie aufweist, ist festzuhalten, dass bei der Ambivalenztheorie die emotionalen Vorgänge im Zentrum des Interesses stehen, während die Inkongruenztheorie vor allem die kognitiven Prozesse in den Mittelpunkt des Diskurses stellt.<sup>63</sup>

Die Konzentration auf das Emotionale unterscheidet die Ambivalenztheorie dementsprechend entscheidend von dem Ansatz der Inkongruenz. Durch die anfängliche Verwirrung, die durch das Vorhandensein zweier völlig unterschiedlicher und oft gegensätzlicher Gefühle zustande kommt, beherrschen zunächst negative Emotionen das Denken, nach der Auflösung des Dilemmas schlägt die Stimmung in den positiven Bereich über. Genau dieser entscheidende Wandel der Emotionen ist das Kernstück der Ambivalenztheorie.<sup>64</sup>

Offen bleibt dabei allerdings, was passiert, wenn die Inkongruenz nicht aufgelöst wird. Unter diesem Aspekt kann und muss die Ambivalenztheorie in Verbindung mit der ohnehin sehr nahestehenden Inkongruenztheorie gebracht werden.

### **5.3 Aktivierungstheorien**

Die dritte und letzte Gruppe von Theorien, die an dieser Stelle vorgestellt werden sollen, sind die Aktivierungstheorien. Die zentrale Aussage dieser Ansätze ist die Interpretation des

---

<sup>62</sup> Vgl. Mayer 1993, S. 192f.

<sup>63</sup> Vgl. Keith-Spiegel, P.: Prime concezioni dello humour: varietà e questioni. S. 24-63. In: Goldstein, J.H. & McGhee, P.E. (Hg.): La psicologia dello humour. Prospettive teoriche e questioni empiriche. Edizione italiana a cura di Giovannantonio Forabosco. Franco Angeli Verlag. 1976.

<sup>64</sup> Vgl. Hirsch, E.-C.: Der Witzableiter oder Schule des Gelächters. Hamburg. 1985. S. 281

Humors als Instrument zum Abbau von Stress und seelischer Erregung. Die hauptsächliche Erklärung des Phänomens Humor ist demnach auf der emotionalen Ebene zu finden.

### 5.3.1 Die Entspannungstheorie

Die Entspannungstheorie, auch oft als „Release and Relief-Ansatz“ bezeichnet, konzentriert sich auf die emotionale Gefühlslage des Lachenden und was mit selbiger während des Lachvorgang geschieht. Während in der Theorie des Superiority-Ansatzes die Belustigung durch die Verhöhnung Anderer im Vordergrund steht, basiert der „Release and Relief-Ansatz“ auf der Funktion des Humors, überschüssige Energie und Spannung loszuwerden.<sup>65</sup>

Hierbei kann es sich sowohl um physische, als auch um psychische Spannungen handeln, welche durch den Vorgang des Lachens abgebaut werden können. Die Funktion der Ablenkung spielt dabei eine erhebliche Rolle, da die Ängste, Sorgen und Probleme des Alltags für einen kurzen Moment, den Moment des Lachens, vergessen werden können.

Als erster Vertreter dieser Theorien ist Spencer, welcher bereits 1860 den Begriff der „nervösen Energie“ in seinem Essay „The Physiology of Laughter“ verwendete, zu bezeichnen.<sup>66</sup>

Eben jene Energie braucht ein Ventil, durch das der Mensch den Überschuss los werden könne. Verstärkt wird dieses Bedürfnis dadurch, dass während eines Witzes Unstimmigkeiten auftreten, die zu Stress und Anspannung führen. Die Auflösung des Witzes beseitigt die Inkongruenzen und ruft somit eine Befreiung von Stress und Anspannung hervor. Die überschüssige Energien und die Spannungen entladen sich nun im Lachen.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Vgl. Mayer, H.: Werbepsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. 1993. S. 193

<sup>66</sup> Vgl. Knop 2007, S. 57.

<sup>67</sup> Vgl. Metz-Göckel, 1989, S. 44

Arthur Koestler hat die Theorie des Spannungsabfalls durch das Lachen detailliert beschrieben:

*„Lachen verhindert die Befriedigung biologischer Triebe, es nimmt die Möglichkeit, zu töten oder sich zu paaren, und läßt [sic!] allen Zorn, Furcht und Stolz verfliegen. Die Spannung erreicht nicht ihr Ziel, sondern löst sich in einem anscheinend zwecklosen Reflex auf: in Grimassen, übertriebenen Atembewegungen und ziellosen Gesten. Anders gesagt, die einzige Funktion dieses Luxusreflexes scheint die Beseitigung von Erregungen zu sein, die überflüssig geworden sind und sich nicht in zweckmäßiger Form entladen können.“<sup>68</sup>*

Die inneren Erregungen, von ihm auch Triebe genannt, und die überschüssige nervöse Energie, die durch Emotionen wie Wut, Furcht oder Zorn hervorgerufen werden, können demnach durch das Lachen abgebaut werden.

Freud sieht hier durchaus eine Verbindung zwischen der Entspannungstheorie und dem Superioritäts-Ansatz. Durch die Präsentation der Schwächen Anderer kann das eigene Unvermögen vergessen werden, man amüsiert sich über Andere, vergisst somit seine eigenen Schwächen, die, wenn sie einem bewusst sind, zu Frustration führen, und baut somit eine innere Spannung ab. Es wird über etwas gelacht, das zuvor noch begehrt worden war.<sup>69</sup>

Auch dieser Ansatz kann keinen Anspruch auf die vollständige Erklärung des Humors erheben. Er ergab sich aus der Tatsache, dass die nervöse Energie, von der Spencer gesprochen hatte, bis dahin weder in den Superioritäts-, noch in den Inkongruenztheorien berücksichtigt worden war. Dadurch lag der Fokus der Entspannungstheorie zunächst auf den physiologischen Aspekten des Lachens.<sup>70</sup>

Es werden hierbei allerdings die verschiedenen Ausprägungen von Humor komplett außer Acht gelassen, auf eine Unterscheidung oder Abstufung wird gänzlich verzichtet. Der Ansatz scheint außerdem eine sehr oberflächliche und schwer zu beweisende Aussage über die Beweggründe des Lachens zu tätigen.

---

<sup>68</sup> Koestler, A.: Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft. Bern, München, Wien: Scherz. 1966. S. 43

<sup>69</sup> Vgl. Kotthoff, 1996, S. 12f.

<sup>70</sup> Vgl. Morreall, J.: Comic relief. A comprehensive philosophy of humor. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell. 2009. S. 15f.

### 5.3.2 Der psychoanalytische Ansatz

Auch Freud bedient sich der Entspannungstheorie, welche oftmals auch zu den so genannten „Abfuhrtheorien“ gezählt wird, und kombiniert das theoretische Konstrukt mit dem Konzept des Inkongruitätsansatzes. Er unterscheidet zwischen dem tendenziösen und dem harmlosen Witz, durch den Spannungen abgebaut werden können. Freud erachtet es als notwendig, zwischen Witz, Komik und Humor zu differenzieren. Das Kriterium, nach dem Freud die Unterscheidung vornimmt, ist der Weg, Lust zu erzeugen. Bei allen drei Komponenten führt eine Ersparnis des psychischen Aufwands zum Lustgewinn.<sup>71</sup>

Die Lust, die durch Humor erzeugt wird, resultiert aus einer Affektersparnis. Anstatt sich zu ärgern, zu kränken oder wütend zu sein, lacht man, wenn negative Dinge passieren. Bei der Komik spricht Freud von einer Ersparnis an Vorstellungsaufwand, die zum Lustgewinn führt. Der Witz zeichnet sich schlussendlich dadurch aus, dass Hemmungen nicht unterdrückt werden müssen. Man kann befreiend und ohne Hemmungen lauthals lachen.<sup>72</sup>

Neben dieser Gliederung nimmt Freud auch eine Unterscheidung bei Witzen vor, er differenziert zwischen tendenziösen und harmlosen Witzen. Der tendenziöse Witz verfolgt ein ganz bestimmtes Ziel. Freud zählt obszöne (Ziel ist die Entblößung), zynische (Ziel ist Kritik), feindselige (Ziel ist Aggressionsabbau) und skeptische (Ziel ist die Verarbeitung einer Erkenntnis) Witze zur Gruppe der tendenziösen Witze.<sup>73</sup>

Harmlose Witze hingegen greifen niemanden an und dienen vor Allem dazu, geistige Entspannung zu erlangen. Dies geschieht meist in Form von Wortspielen oder Nonsens, wobei Freud einräumt, dass auch harmlose Witze durchaus tiefsinnige Informationen und Pointen enthalten können.

Auch im Volksmund finden die Abfuhrtheorien Zustimmung, so spricht man beispielsweise von „Galgenhumor“, wenn ein hartes Schicksal mit Humor aufgenommen werden kann.<sup>74</sup>

In diesem Kontext kann nicht nur der Aspekt des Spannungsabfalls als Zweck der Humorrezeption thematisiert, sondern ein weiterer Konnex zum Unbewussten hergestellt

---

<sup>71</sup> Vgl. Freud, 1925, S. 101f.

<sup>72</sup> Vgl. ebenda

<sup>73</sup> Vgl. Freud, 1992. S105f.

<sup>74</sup> Vgl. Freud, 1992. S. 235.

werden. Wie Freud bereits feststellte, können Witze nämlich auch dazu dienen, unterbewusste bzw. verdrängte Triebe, Wünsche oder Phantasien auszuleben, indem darüber gelacht wird. Diese Eigenschaft teilen Witze demnach mit den Träumen.<sup>75</sup>

Die Energie, die normalerweise dafür verwendet wird, solche Triebe unter Kontrolle zu halten, wird nach der Theorie dafür verwendet, darüber zu lachen. So könnte man den Humor vor dem Hintergrund der Abfuhrtheorien als eine Art Blitzableiter sehen, der zwei Zwecke erfüllt. Einerseits verhindert er den Aufbau zu großer Spannungen, andererseits erlaubt er es dem Menschen, diese an der Oberfläche verborgenen, aber im Inneren stets vorhandenen Triebe auszuleben.<sup>76</sup>

Während Freud den harmlosen Witzen nur gemäßigten Erfolg in Form von leichtem Lächeln zutraut, sieht er im tendenziösen Witz den größeren Lustgewinn. Der Grund dafür liegt laut Freud darin, dass die jeweiligen Tendenzen besser befriedigt werden können und die Energie, die durch die Reduzierung des psychischen Arbeitsaufwands gespart werden konnte, sich in Lachen umwandelt. Das Lachen ist das Ventil für die frei gewordene, überschüssige Energie.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> Vgl. Freud, 1992, S. 247.

<sup>76</sup> Vgl. Knop 2005, S. 68.

<sup>77</sup> Vgl. Freud, 1992, S. 110.

## 6 Humorstile

Nach dem die drei wichtigsten Ansätze der Humorthorien vorgestellt wurden, soll im folgenden Teil auf die verschiedenen, von diesen abgeleiteten, Humorstile näher eingegangen werden. Neben dem Lachen in der sozialen Hierarchie betrifft dies vor Allem die Universalität des Humors, das Lachen in sozialen Gruppen, den allgemeinen Humorgeschmack und die Grenzen des Humors.

Zu Beginn des Kapitels soll näher auf den Aspekt des Lachens in der sozialen Hierarchie eingegangen werden. Hierbei geht es weniger um die Frage, warum gelacht wird, sondern vielmehr darum, wer über wen lacht.

### 6.1 Humor in der sozialen Hierarchie

Wie schon an früherer Stelle dargelegt, erklären die Überlegenheitstheorien Humor mit einer plötzlich gefühlten Überlegenheit gegenüber dem Verlachteten. An diesem Punkt schließt das Konzept des Humors in der sozialen Hierarchie an. Es beschreibt genau diesen auf dem Gefühl der Dominanz basierenden Lachvorgang, bei dem allerdings die Frage zu klären ist, wer der Lachende, und wer der Verlachte ist. Bohdan Dziemidok spricht beim Lachen gar von einer sozialen Waffe.<sup>78</sup>

Da es in jeder Gesellschaft eine soziale Hierarchie gibt, die ihren Mitgliedern bestimmte Rollen zuordnet, stellt sich die Frage, welche Mitglieder der Gesellschaft über wen lachen. Man unterscheidet dabei das Lachen nach oben, das Humor auf Kosten gesellschaftlich höher gestellter Personen oder Gruppen bezeichnet, und Lachen nach unten, das Lachen über Personen oder Gruppen, die einen niedrigeren Stellenwert in der Hierarchie besitzen. Zu guter Letzt sei außerdem der selbstgerichtete Humor erwähnt.

Prinzipiell sei an dieser Stelle gesagt, dass die Rollen einer Person in den verschiedenen sozialen Systemen, wie zum Beispiel in Familien, Verbänden, Vereinen, Parteien, Nationen, Glaubensgemeinschaften, Schulklassen oder anderen Gruppen einerseits einer ständigen Prüfung unterzogen werden und sich andererseits im Zeitablauf ändern können. Weiters kann

---

<sup>78</sup> Vgl. Dziemidok, 1993, S. 165

ein und dieselbe Person in verschiedenen sozialen Umgebungen unterschiedliche Positionen einnehmen.

Dem Humor in der sozialen Hierarchie liegt offenbar auch eine menschliche Angst zugrunde. Die Angst, lächerlich gemacht zu werden und somit den eigenen sozialen Status zu verlieren, scheint bei jedem Menschen vorhanden zu sein. Bohdan Dziemidok berichtet sogar von Fällen, in denen die Angst, öffentlich lächerlich gemacht zu werden, größer war als die Angst vor drohender Gewalt.<sup>79</sup>

### 6.1.1 Lachen nach oben

Hier wird Humor zu einem Instrument, um die gesellschaftlich gültigen und akzeptierten Machtverhältnisse kurzfristig zu verschieben. So wird das eigene Selbstwertgefühl der Personen mit geringerem Grad an Dominanz und Ansehen gesteigert.

*„Wer am sozialen Leben teilnimmt, wird gesehen, bewertet und sozial verglichen [...] Humor ist für die Erwachsenen eine Quelle des Selbstgefühls. Er entfaltet sich als Ressource des Selbstgefühls jenseits der Kindheit und jenseits der juvenilen Strategien der Wiederherstellung des Selbstgefühls [...]“<sup>80</sup>*

Humor in Form von Herabwürdigung Anderer scheint also das perfekte Mittel zu sein, um das eigene Selbstwertgefühl zu steigern. So spricht Bachtin beim Karneval von einem Ereignis, das den Menschen die Möglichkeit gibt, für eine begrenzte Zeitspanne die allgemein gültigen gesellschaftlichen Hierarchie-Verhältnisse außer Kraft zu setzen und sich während dieser Zeit auf ein Podest heben und somit über Andere, die gesellschaftlich eigentlich über sie zu stellen wären, lachen zu können. Beim eben beschriebenen Lachen nach oben, also das Lachen über gesellschaftlich höher gestellte Personen oder Gruppen, handelt es sich laut Bachtin um karnevaleskes Lachen. Laut ihm bringt dies den Vorteil mit sich, dass die Allgemeinheit außerhalb der Zeitspanne des Karnevals die gesellschaftliche Ordnung akzeptieren kann.<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Vgl. Dziemidok, 1993, S. 165f

<sup>80</sup> Boothe, B.: Prächtige Selbstdarstellung und humoristischer Scharfblick. Klugheit in der Krise. In: Bachmaier, H. (Hg.): Lachen macht stark. Humorstrategien. Göttingen: Wallstein. 2007. S. 50.

<sup>81</sup> Vgl. Bachtin, M.: Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur. München: Carl Hanser Verlag. 1969. S. 34ff

So konstruiert man sich anhand des Humors seine eigene kleine Welt, in der es die Autoritäten in dieser Form nicht mehr gibt, da sie zu Verspotteten und Verlachteten werden, über deren Fehler und Unzulänglichkeiten man sich amüsiert. Berger formuliert diese Erschaffung einer eigenen Realität folgendermaßen:

*„Der Karneval läßt [sic!] sich als letztes Stadium jenes Prozesses sehen, in dem das Komische von einer kurzen Unterbrechung der sozialen Ordnung zur vollständig durchgeführten Schöpfung einer Gegenwelt voranschreitet.“<sup>82</sup>*

Unter diesem Aspekt ist das Lachen nach oben durchaus als Instrument des Eskapismus zu verstehen. Diese Strategie hat eine lange Tradition, die nicht nur dem Selbstwertgefühl der Lachenden zuträglich ist, sondern auch eine Gefahr für die Verlachteten darstellt.

Die Glaubwürdigkeit der betroffenen, verlachten Personen leidet unter dem karnevalesken Humor. Aus diesem Grund versuchte man immer wieder, dem Lachen nach oben durch Zensur und Verbote entgegenzuwirken.<sup>83</sup>

Bis heute erfreut sich karnevalesker Humor größter Beliebtheit. Kabarettisten und Komiker präsentieren auch heute noch Imitationen und Parodien bekannter Persönlichkeiten, um das Publikum zum Lachen zu bringen. Beispiele aus Österreich sind neben dem Villacher Fasching, bei dem Politiker und andere in der Öffentlichkeit stehende Personen lächerlich gemacht werden, die politischen Satiresendungen „Wir sind Kaiser“ oder „Dorfers Donnerstark“.

Auch jüngste Untersuchungen bestätigen diesen Trend. Jürgen Grimm berichtet von Studienergebnissen, nach denen in Österreich das karnevaleske Lachen offenbar weitaus beliebter ist, als sich über sozial Schwache zu amüsieren.<sup>84</sup>

Ein Beispiel für karnevalesken Humor sei an dieser Stelle noch angeführt. Das Bild zeigt eine Karikatur der beiden österreichischen Politiker Wolfgang Schüssel und Josef Pröll, die der konservativen Partei ÖVP angehörten. Die beiden Personen werden anhand ihres Aussehens so dargestellt, dass der Betrachter unweigerlich an das Komikerduo „Dick und Doof“,

---

<sup>82</sup> Berger, 1998, S. 101

<sup>83</sup> Vgl. Rothschild, T.: Die Würde der Metzger. Lachen als Politikum. In: Bachmaier, 2007, S. 106.

<sup>84</sup> Vgl. Grimm, 2014. S.19f

bekannt aus vielen humoristischen Filmen, erinnert wird. Durch die kurzfristige, optische Gleichstellung wird erreicht, dass der Betrachter auch die Eigenschaften, welche die beiden Kunstfiguren charakterisiert (in diesem Fall vorrangig mangelnde Intelligenz), den beiden realen Personen zuschreibt.



Abbildung 2: Karikatur als Form von karnevaleskem Humor<sup>85</sup>

Berger berichtet von häufig zu beobachtendem aggressivem Humor gegen Berufsgruppen mit hohem Prestige, wie beispielsweise Anwälte, aber auch gegen ganze Institutionen oder Glaubenssysteme.<sup>86</sup>

### 6.1.2 Lachen nach unten

Das Lachen nach unten beschreibt das Amüsement von Personen, die in der sozialen Hierarchie weit oben stehen, über rangniedrigere Individuen. Während beim Lachen nach oben nach Schwächen des Gegenübers gesucht wird, um sich darüber lustig zu machen, scheint dies beim Lachen nach unten nicht notwendig zu sein. Schon allein die Diskrepanz zwischen dem eigenen Status und jenem des Verlachteten reicht, um das Vorhandensein des Gefühls der Überlegenheit sicherzustellen.

---

<sup>85</sup> Kurier online. 06.12.2011, 14:11. In: <http://kurier.at/kultur/haderer-mit-karikatur-nicht-abgeschlossen/747.412/slideshow#747412.539938>. 04.02.2015, 14:42.

<sup>86</sup> Vgl. Berger, 1998: S. 62f

In einem Experiment beobachtete Rose Laub Coser die Mitarbeiter einer psychiatrischen Klinik während ihrer gemeinsamen Meetings. Sie fand heraus, dass die Häufigkeit von eingesetztem Humor in direktem Zusammenhang mit der Hierarchie stand. Ranghöhere Mitarbeiter setzten demnach öfter Humor ein als die anderen Angestellten. Weiters wurde der Humor der Führungskräfte vor Allem dazu eingesetzt, die Hilfskräfte zu kritisieren oder zu korrigieren. Die rangniederen Mitarbeiter setzten Humor hingegen in Form von Selbstironie ein, oder nutzten ihn, um Außenseiter zu schwächen.<sup>87</sup>

Es ist hier also ganz klar eine Linie zu sehen, der Humor folgt. Nach Vorbild einer Nahrungskette sucht sich jedes Individuum das nächste, hierarchisch darunter stehende Mitglied der Gruppe und macht sich darüber lustig. Dies führt neben dem Lustgewinn der einzelnen Individuen auch zu einer Stärkung der bereits vorhandenen hierarchischen Strukturen.

Martin beschreibt Humor weiters auch als Mittel zur Machterhaltung bzw. –gewinnung. Er berichtet von verschiedenen Experimenten, in denen zu beobachten war, dass Personen mit hohem Status innerhalb der Gruppe Humor öfter einsetzten als Personen mit weniger Akzeptanz innerhalb der Gruppe. Er berichtet außerdem von Beweisen dafür, dass Humor dazu dienen kann, den eigenen Status innerhalb einer Gruppe zu festigen.<sup>88</sup>

Die aggressive Komponente des Humors ist auch hier omnipräsent. Sogar im Fall, dass es eine klare Hierarchie gibt, welche die Rangordnung regelt, möchte jeder innerhalb der Gruppe die eigene Position stärken und Anderen den Rang ablaufen. Dadurch entsteht eine Konkurrenzsituation, die sich im Humor, der gegen Andere gerichtet ist, niederschlägt.

Zijderveld sieht im Lachen nach unten eine Strategie, um den Untergebenen mit herablassender Liebenswürdigkeit die Machtverhältnisse in Erinnerung zu rufen. Er sieht in der daraufhin entstehenden Hierarchie eine familienähnliche, autoritäre Rangordnung, die aber als scheinbare Demokratie wahrgenommen wird. Schlussendlich kritisiert Zijderveld dieses Vorgehen und spricht von einer Identitätsveränderung in Form von Entfremdung als dessen Folge.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 120

<sup>88</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 121

<sup>89</sup> Vgl. Zijderveld, 1976, S. 197f

Martin berichtet auch von geschlechtsspezifischen Unterschieden im Einsatz von Humor in hierarchischen Systemen. So neigen Männer eher dazu, Dominanz auszustrahlen und fallen daher durch den häufigeren Einsatz von Humor auf (was, wie gerade beschrieben, ihren Status in der Gruppe weiter stärkt), während Frauen Humor eher reaktiv einsetzen und hauptsächlich durch Lachen über Witze Anderer in der Gruppe charakterisiert werden können.<sup>90</sup>

Trotz der Betonung der aggressiven Komponente des Lachens nach unten sei erwähnt, dass der Humor auch in dieser Form der Erklärung ein Ventil für die Menschen darstellt, um Spannungen und Aggressionen abzubauen und Konflikte humoristisch zu lösen.

Obwohl nach unten gerichteter Humor die bereits vorhandenen Diskrepanzen zwischen den verschiedenen sozialen Schichten scheinbar verstärkt, trägt er dazu bei, dass ernste Problemfelder, die zu handfesten Konflikten zwischen den Parteien führen könnten, humoristisch aufbereitet werden und somit in einem harmlosen Umfeld thematisiert werden.

### **6.1.3 Selbstgerichteter Humor**

Neben dem Lachen über andere Gruppen oder Personen, sei es nach oben oder nach unten, kann ein Individuum auch über sich selbst oder über eine Gruppe, der es selbst angehört, lachen. Selbstgerichteter Humor kann sich demnach nicht nur auf die eigene Person, sondern auch auf eine soziale Gruppe oder Ethnie beziehen. Durch selbstgerichteten Humor macht sich der Lachende selbst zum Ziel des Witzes.

Diese Handlung kann durchaus auch als bewusste Verteidigungsstrategie angesehen werden, bei der den Kritikern gezeigt wird, dass man sich selbst seinen eigenen Fehlern und Unzulänglichkeiten stets bewusst ist und selbige auch humoristisch thematisiert. Durch das eigene Thematisieren der Unzulänglichkeiten werden die Angreifer daran gehindert, selbst aktiv zu werden und Kritik zu üben.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 121

<sup>91</sup> Vgl. Zijderfeld, 1976, S. 190

Zijderveld betont außerdem die identitätsstärkende Wirkung von selbstgerichtetem Humor, bezieht diese Aussage aber vor Allem auf Gruppen:

*„Übrigens ist selbsterniedrigender Humor nicht immer auf Unsicherheit und Doppeldeutigkeit zurückzuführen. Wenn nämlich eine Minderheitsgruppe in einer Gesellschaft ein gewisses Maß an Selbstbewußtsein [sic!] erworben hat, können solche selbsterniedrigenden Witze gerade die erworbene Identität betonen und die bestehende Solidarität bestärken.“<sup>92</sup>*

In den meisten Fällen von selbstgerichtetem Humor handelt es sich um Ironie oder Sarkasmus. Obwohl diese Kategorien als die aggressivsten Ausdrucksformen von Humor gelten<sup>93</sup>, können sie durchaus als Schutzschild, wie oben beschrieben, eingesetzt werden.

Ironie wird von Dopychai allgemein als Diskrepanz zwischen Gesagtem und Gemeintem definiert.<sup>94</sup>

Sarkasmus und Ironie, unterscheiden sich durch eine bestimmte Eigenschaft entscheidend von allen anderen Arten des Humors. Zwischen dem gesagten und dem gedachten Inhalt besteht ein gravierender Unterschied.<sup>95</sup>

Oftmals geht die Diskrepanz der Inhalte so weit, dass Gesagtes und Gedachtes praktisch gegenteilige Positionen einnehmen. Hellenthal stellt die Überzeugung ins Zentrum, dass Ironie von der Richtigkeit des Gedachten (und nicht Ausgesprochenen) überzeugt ist. Sie lässt deshalb die wirkliche Meinung durchblicken.<sup>96</sup>

Es handelt sich demnach allerdings nicht immer um Sarkasmus oder Ironie, wenn eine Diskrepanz zwischen Gesagtem und Gedachtem auftritt. Ironie oder Sarkasmus liegt erst dann vor, wenn diese Diskrepanz für den Rezipienten der Aussage auch erkennbar ist. Oftmals geschieht dies versteckt, sodass das Ergebnis zu einer zweideutigen Aussage wird und der Empfänger der Nachricht vor dem Problem der Interpretation der Aussage steht.

---

<sup>92</sup> ebenda

<sup>93</sup> Vgl. Berger, 1998, S. 61

<sup>94</sup> Vgl. Dopychai, A.: Der Humor. Begriff, Wesen, Phänomenologie und pädagogische Relevanz. Bonn: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität. 1988. S. 40

<sup>95</sup> Vgl. Schmidt, L.: Grundbegriffe des Komischen. In: Der Deutschunterricht 14. 1962.

<sup>96</sup> Hellenthal, M.: Schwarzer Humor. Theorie und Definition. Essen: Die blaue Eule. 1989. S. 62f.

Neben den bereits beschriebenen Funktionen des selbstgerichteten Humors weisen Fürer und Matthes auf weitere positive Auswirkungen des selbstgerichteten Humors hin. So wirken Personen, die sich des selbstgerichteten Humors in Form von Selbstironie bedienen, auf ihre Mitmenschen sympathischer, menschlicher und glaubwürdiger. Weiters steigt die Identifikation mit selbstironischen Personen.<sup>97</sup>

Barbara Wisse und Eric Rietzschel kamen in ihrer Studie zu dem Schluss, dass es sich positiv auf das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und ihren Untergebenen auswirkt, wenn beide Gruppen mit selbsterniedrigendem Humor operieren. Trotz diesen Ergebnissen merken sie aber an, dass Selbstironie von Führungspersönlichkeiten die Mitarbeiter zwar kurzfristig beruhigen würde, selbige aber bei länger andauerndem, selbsterniedrigendem Humor der Vorgesetzten den Respekt vor diesen verlieren könnten.<sup>98</sup>

Grimm sieht in der Selbstironie sogar ein rettendes Instrument, mit der sich eine verlachte Person wieder in die soziale Gruppe einfügen kann, nachdem ihr drohte, durch Verlassen aus der Gruppe gedrängt zu werden. Durch den Einsatz von Selbstironie beweist die betroffene Person „Sinn für Humor“ und signalisiert, dass die (kurzfristige) Herabwürdigung der eigenen Person akzeptiert wird.<sup>99</sup>

---

<sup>97</sup> Vgl. Fürer, R. & Matthes, J.: Zur Wirkungsweise von Selbstironie und Spott in der politischen Rede. In: Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart. Jahrgang 29. 3/2014. S. 34.

<sup>98</sup> Vgl. Rietzschel, E. & Wisse, B.: Humor in leader-follower relationships: Humor styles, similarity and relationship quality. In: Humor. International Journal of Humor Research. Band 27, Heft 2. 2014. S. 16.

<sup>99</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 14.

## 6.2 Humor und soziale Gruppen

Nachdem das Phänomen Humor im Kontext der sozialen Hierarchie näher untersucht wurde, soll nun ein kurzer Überblick über den Einsatz und vor allem die Rezeption und Wahrnehmung von Humor in Verbindung mit sozialen Gruppen gegeben werden. Dabei geht es nicht um das situative Lachen innerhalb einer sozialen Gruppe, sondern vielmehr um die Frage, wie Menschen damit umgehen, wenn Gruppen, denen sie selbst angehören, zum Gespött werden. Auf der anderen Seite steht die Frage nach dem Umgang mit Witzen auf Kosten anderer Gruppen, denen man selbst nicht angehört.

In früheren Kapiteln wurden bereits die so genannten *joking relationships* diskutiert, welche das Phänomen des gruppenspezifischen Humors beschreiben. Hierbei geht es aber vielmehr darum, der Beziehungsgestaltung in der Gruppe die Abgrenzung nach außen entgegenzustellen. Im empirischen Teil dieser Arbeit wird unter anderem untersucht, wie stark die Akzeptanz von Witzen auf Kosten der eigenen bzw. auf Kosten fremder Gruppen ausgeprägt ist.

Jeder Mensch ist schon alleine durch sein Dasein als Mitglied der Gesellschaft auch gleichzeitig ein Mitglied vieler verschiedener Gruppen, die sich ihren Ausprägungen unterscheiden; gemeinsam ist ihnen jedoch, dass die Summe aller Mitgliedschaften schlussendlich die Identität eines Menschen mitbestimmt.

Im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit werden soziale Gruppen nach verschiedenen Merkmalen gebildet, beispielsweise nach ihrem Geschlecht, ihrer Religionszugehörigkeit, ihren politischen Einstellungen oder ihres Alters. Selbstverständlich ist die Liste der Merkmale, nach denen Gruppen gebildet werden können, noch weitaus länger als hier beschrieben.

Die bisher populärste Art, Humor gruppenspezifisch zu untersuchen, ist der ethnische Humor. So berichtet Mahadev Apte von der Verspottung fremder Gruppen als Phänomen, das existiert, seit es Kontakt zwischen verschiedenartigen Kulturen gibt. Das Bedürfnis, fremde Gruppen lächerlich zu machen, ist demnach ein weit verbreitetes Phänomen.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Vgl. Apte, 1985, S. 108

Berger unterscheidet zwischen zwei verschiedenen Arten des Lachens in Verbindung mit Gruppen:

*„Ein Psychologe hat die Unterscheidung zwischen dem, wie er es nennt, „sozio-positiven“ und dem „sozio-negativen“ Lachen getroffen. Es gibt harmloses oder „unschuldiges“ Lachen, das die Solidarität einer Gruppe erhöht, und boshafte Lachen, das auf Kosten von jemandem geht, der dadurch – zumindest momentan – aus der Gruppe ausgeschlossen wird.“<sup>101</sup>*

Dabei stellt sich allerdings die Frage, ob beide Arten des Lachens im Endeffekt zum gleichen Resultat führen. Denn möglicherweise führt das boshafte Lachen, nach dem es zu einem Ausschluss eines Einzelnen oder mehrerer Personen aus der Gruppe kommt, ganz genauso zu einer Steigerung der Solidarität innerhalb der Gruppe.

Durch das Gespött einer anderen Gruppe entsteht eine Exklusion, die verlachte Gruppe bzw. der einzelne Verlachte wird deutlich von der eigenen Gruppe abgegrenzt. So wird das positive Selbstkonzept und die Gruppenidentität gestärkt. Grimm sieht in diesem Versuch, gruppenfeindlichen Humor zu erklären, einen zu oberflächlichen Ansatz. Um sich von anderen Gruppen abzugrenzen und um die eigene Gruppenstabilität zu sichern, gebe es andere, effektivere Instrumente. Vielmehr sieht Grimm die große soziale Dynamik, die der Humor mit sich bringt, als Merkmal des Humors. Als Beispiel wird der kurzfristige Wandel der sozialen Gruppen im Karneval, den Bachtin erklärt hat, angeführt.<sup>102</sup>

Bei der intensiven Beschäftigung mit dem Thema des Humors in sozialen Gruppen darf natürlich nicht unerwähnt bleiben, dass es nicht nur von höchster Bedeutung ist, wer das Opfer des jeweiligen Witzes ist, sondern auch, von wem er erzählt wird. So kamen Untersuchungen immer wieder zu dem Schluss, dass gewisse soziale und kulturelle Gruppen existieren, über die eigentlich nicht gelacht wird, es sei denn, der Urheber des Witzes ist selbst Mitglied der angesprochenen Gruppe.

---

<sup>101</sup> Berger, 1998, S. 60

<sup>102</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 15.

Ein Beispiel dafür wäre etwa der deutsche Comedian Kaya Yanar, der aus der Türkei stammt und somit zu einer ethnischen Minderheit in Deutschland gehört. Dadurch kann offenbar über seine Witze, in denen Migranten lächerlich gemacht werden, gelacht werden.<sup>103</sup>

### 6.3 Universalität des Humors

Bei eingehender Beschäftigung mit dem Thema wird schnell klar, dass das Phänomen Humor in seiner Gesamtheit schon allein aufgrund der vielen Facetten als nahezu unmöglich zu fassender Themenbereich erfasst werden kann. Wie bereits beschrieben, begegnen wir Humor in so vielen verschiedenen Zusammenhängen und können das Konstrukt Lachen aus so vielen verschiedenen Blickwinkeln betrachten, dass ein möglicher Anspruch auf Universalität nicht zu erfüllen ist.

Peter Berger hat sich in seinem Buch „Erlösendes Lachen“ eingehend mit der Universalität des Humors beschäftigt. Dabei beschreibt er Humor als ständigen Wegbegleiter im Alltag, dem man, gewollt oder ungewollt, nahezu täglich begegnet.<sup>104</sup>

Weiters stellt er fest, dass Menschen zwar die Fähigkeit und die Vorliebe zu spielen mit den Geschöpfen aus dem Tierreich gemeinsam haben, die Neigung zu lachen ist aber ein exklusiver Teil des menschlichen Lebens.

*„Das Komische ist ein ausschließlich menschliches Phänomen. Als solches ist es universell. Selbstverständlich unterscheiden sich die Erfahrungen des Komischen innerhalb verschiedener Kulturen [...] Die kulturelle Relativität der komischen Erfahrung ist wichtig, aber sie sagt uns wenig oder nichts über die kognitive Gültigkeit seiner angeblichen Wahrnehmung.“<sup>105</sup>*

Die Universalität des Humors bedingt also notwendigerweise die kognitive Fähigkeit des Menschen, Komisches wahrzunehmen und zu verarbeiten. Dieser Vorsprung an Kompetenz im Vergleich zum Tier führt dazu, dass Humor ein rein menschliches Phänomen bleibt.

---

<sup>103</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 13.

<sup>104</sup> Vgl. Berger, 1998, S. 5

<sup>105</sup> Berger, 1998, S. 17

Berger räumt zwar Unterschiede zwischen den Kulturen im Ausleben des Humors ein, betont aber gleichzeitig die Gemeinsamkeit aller Kulturen, das Komische auszuleben.

Für die Entwicklung des Humors unerlässlich ist nicht nur die Fähigkeit, Komisches zu verarbeiten und zu verstehen, sondern auch über sich selbst lachen zu können. Unglückliche Umstände oder schwierige Situation mithilfe des Humors für sich selbst erträglicher zu machen, erleichtert nicht nur das Leben, sondern führt auch zu einer Selbsttranszendenz.<sup>106</sup>

Das bedeutet, dass die Fähigkeit, über sich selbst zu lachen, eine Person nicht nur in der Gunst der Anderen steigen lässt, sondern ihr auch hilft, mit den Enttäuschungen und Problemen umzugehen.

In Kapitel 5 wurden die verschiedenen Ansätze und Erklärungsversuche zum Lachvorgang eingehend erörtert. Diese Theorien kommen zwar zu ganz unterschiedlichen Lösungen, doch sie haben alle eines gemeinsam. All diese Ansätze gehen davon aus, dass Humor einen bestimmten Zweck hat und sich positiv auf das persönliche Wohlbefinden der Seele auswirken kann.

Je umfangreicher also die Fähigkeit zum Humor ist, je breiter die Palette an Dingen, über die man lachen kann, desto leichter erscheint es, mit den Hürden und Problemen des alltäglichen Lebens zurecht zu kommen.

Rod Martin erinnert an die sozialen Funktionen des Humors und betont dabei die sowohl für die physische, als auch für die psychische Gesundheit äußerst wichtigen interpersonalen Beziehungen, die durch den Einsatz von Humor aufrecht erhalten oder sogar verbessert werden können.<sup>107</sup>

Doch darf über alles und jeden gelacht werden? Im empirischen Teil dieser Arbeit wird die Universalität des Humors als Variable des individuellen Humorstils abgefragt. Grimm berichtet von Ergebnissen einer bereits durchgeführten Studie, nach denen es unter den Befragten große Zustimmung zur Universalität des Humors gibt. So zeigten die Ergebnisse,

---

<sup>106</sup> Vgl. Thiede, W.: Das verheißene Lachen. Humor in theologischer Perspektive. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 1986. S. 53f

<sup>107</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 298

dass die Befragten keine sozialen Gruppen als Opfer von Witzen ausschließen wollten. Die einzige Ausnahme betraf die Gruppe der Personen mit Handicap.<sup>108</sup>

Abschließend sei an dieser Stelle auch der Humor als Instrument der Konfliktlösung genannt. Humor trägt zunächst zur Sublimierung eines Konflikts bei. Dabei kann die negative Energie, die durch einen Konflikt hervorgerufen wird, umgewandelt und sinnvoll eingesetzt werden. Der Weg zu einem Konsens fällt durch einen Witz deutlich leichter. Kritisch anzumerken ist allerdings, dass eben jener Konsens, der auf dem gemeinsam erlebten Witz basiert, auf sehr wackeligen Beinen steht und somit relativ leicht wieder zu zerstören ist.<sup>109</sup>

#### **6.4 Grenzen des Humors**

Obwohl im vorangegangenen Kapitel die Universalität des Humors als durchaus willkommenes und positives Merkmal des menschlichen Zusammenlebens beschrieben wurde, kann Humor keinesfalls immer und überall eingesetzt werden. Dabei ist die Frage, worüber man Witze machen darf oder soll, keineswegs mit einer allgemeinen Regel zu beantworten. Vielmehr obliegt diese Entscheidung jedem Einzelnen selbst.

So unterschiedlich die Menschen in vielen Facetten des Lebens sind, so unterschiedlich scheint auch ihr Sinn für Humor zu sein. Was für den Einen amüsant und moralisch absolut vertretbar ist, wird von Anderen scharf verurteilt.

Lässt man den Nonsens für einen Moment außer Acht, so kommt man jedoch zum Schluss, dass jeder Witz ein Opfer hat, das der Grund für das Lachen ist. Genau jenes Verlachen ist, wie bereits in Kapitel 6.1 beschrieben, eine temporäre Herabwürdigung der betroffenen Personen. In den meisten Fällen werden Personen durch Ironie, Satire, Parodie oder Zynismus lächerlich gemacht. Die Folge davon ist oft tendenziöser Humor, der tatsächlich verletzende Wirkung haben kann.<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 20

<sup>109</sup> Vgl. Zijdeveld, 1976, S. 199

<sup>110</sup> Vgl. Lambernd, J.: Sch(m)erz lass nach: Wenn Humor Tabus bricht. In: Jacke, C. & Zurstiege, G. (Hg.): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: LIT. 2003. S. 43

Lambernd betont den dichotomen Charakter des Humors, der einerseits Zustimmung und Amüsement von einem Teil der Rezipienten zum Ziel hat, andererseits aber Empörung beim anderen, oft vom jeweiligen Witz als Opfer betroffenen, Teil hervorruft. Zum Problem wird Humor dann, wenn die Rezipienten die Witze auf sich selbst und/oder ihr eigenes Umfeld beziehen.<sup>111</sup>

In der Beurteilung dessen, worüber man sich lustig machen darf, und worüber nicht, stellen vor Allem die individuellen moralischen Wertvorstellungen das zentrale Kriterium dar. Wie bereits im vorangegangenen Kapitel berichtet, stuften die Befragten bei der Untersuchung von Jürgen Grimm lediglich Personen mit Handicap in die Gruppe derer ein, über die keine Witze gemacht werden sollten.

Zu ähnlichen Ergebnissen kam Karin Knop in ihrer Erhebung. Tabubrüche und offene Grenzen, was den Humor betrifft, wurden hier partiell befürwortet, allerdings nannten die Befragten auch hier einige Gruppen, die von Witzen ausgenommen werden sollten. Neben Menschen mit Handicap wurden mehrheitlich auch Kranke, Kriegs- oder Unfallopfer als Personen genannt, welche von Witzen ausgenommen werden sollten. Prominente, Politiker oder homosexuelle Menschen wurden dagegen in die Gruppe jener Personen eingestuft, über die gelacht werden darf.<sup>112</sup>

Eine wesentliche Erkenntnis aus Knops Erhebung ist, dass die moralischen Grenzen stets verschwimmen und immer wieder neu definiert werden müssen. Daraus ergibt sich, dass es zwar gewisse konstante Wertvorstellungen, wie beispielsweise die eben genannte Verschonung von Menschen mit Handicap, gibt, jedoch ein Großteil jener Entscheidungen, ob Humor vertretbar ist, spontan getroffen werden muss.

Auch aktuelle politische und soziale Ereignisse könnten dabei eine Rolle spielen. Überraschend ist in diesem Zusammenhang der Bericht von Grimm, bei dessen Befragung die Vermeidung von Witzen über Moslems nur sehr wenig Zustimmung fand. Dies scheint ob der Konflikte, die durch ebensolche Witze immer wieder entstanden sind, durchaus überraschend. Demnach dürfe keine Religion eine Sonderstellung einnehmen, indem sie vom Humor „verschont“ wird.<sup>113</sup>

---

<sup>111</sup> Vgl. ebenda

<sup>112</sup> Vgl. Knop, 2007, S. 305

<sup>113</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 20

Im Allgemeinen ist zu sagen, dass Religion als Einsatzgebiet von Humor, zumindest im deutschsprachigen Raum, eine weitaus höhere Akzeptanz zu genießen scheint, als dies bei schwarzem Humor über Kranke und Schwache der Fall ist. Sowohl die Untersuchung von Grimm, als auch die Erhebung von Knop geben darauf Hinweise.

Im Gegensatz dazu berichtet Lambernd von einem extrem gesteigerten Vorkommen von schwarzem Humor, vor allem im Internet, seit den Terroranschlägen auf das World Trade Center in New York im Jahr 2001. Er sieht darin aber nicht unbedingt mangelnden Respekt vor den Opfern oder reine Pietätlosigkeit, sondern hebt den positiven Charakter des schwarzen Humors hervor, der dabei helfen soll, mit negativen Erlebnissen zurechtzukommen. Insgesamt erscheint es allerdings im Internet noch schwieriger, die Grenze zwischen vertretbarem Humor und unangebrachten Witzen zu ziehen, als dies bei Fernsehen oder Radio der Fall ist.<sup>114</sup>

## 6.5 Humorgeschnack

Neben den bisher beschriebenen Ausprägungen von Humor soll im folgenden Kapitel die Dimension des Humorgeschnacks eingehend diskutiert werden. Wie der Volksmund schon sagt, sind Geschmäcker verschieden; so verhält es sich auch beim Humor. In Anlehnung an die Kategorienbildung im empirischen Teil werden die verschiedenen Geschmäcker hierbei in zwei grobe Teilbereiche gegliedert:

- Derber Humor
- Feinsinniger Humor

Erklärend sei hier hinzugefügt, dass derber Humor vor Allem jenen Teil des Amusements beschreibt, der auf Spott und Häme, vulgäre Witze oder schwarzem Humor basiert. Andererseits ist der feinsinnige Humor durch doppeldeutige, raffinierte Witze und ironische Redeweisen gekennzeichnet.

An dieser Stelle wird eingeräumt, dass es mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit viele Witze gibt, die sowohl ein Merkmal des derben Humors, als auch ein Merkmal des

---

<sup>114</sup> Vgl. Lambernd, 2003, S. 46

feinsinnigen Humors (beispielsweise schwarzer Humor in Form von Ironie) beinhalten und somit eine Mixtur der beiden Kategorien darstellen. Da in der vorliegenden Untersuchung allerdings keine einzelnen Beispiele für Witze verwendet werden, sondern stattdessen eine tendenzielle Präferenz der Versuchspersonen erfragt wird, kann die zuvor angesprochene Problematik vernachlässigt werden.

Neben der hier präsenten Einteilung des Humorgeschmacks in die beiden Kategorien „Derber Humor“ und „Feinsinniger Humor“ wurden in der Vergangenheit viele weitere Versuche unternommen, den Humorgeschmack in verschiedene Kategorien einzuteilen. So unterscheiden Gray, Larsen, Martin, Puhlik und Weir zwischen vier verschiedenen Humorstilen, von denen sich jeweils zwei positiv und zwei negativ auf das psychische Wohlbefinden der betreffenden Personen auswirken. Die Einteilung erfolgt hierbei grob in selbstaufwertenden, sozialen, aggressiven und selbstabwertenden Humor. Die beiden erstgenannten Dimensionen werden zu jenen Stilen gezählt, die sich positiv auf das psychische Wohlbefinden auswirken, die beiden letztgenannten haben negativen Einfluss auf das Seelenleben.<sup>115</sup>

Eysenck wiederum nahm eine Einteilung vor, die der in dieser Arbeit angewandten sehr ähnlich ist. Er unterschied zwischen Menschen, die aggressiven, simplen und sexuellen Humor bevorzugen, und Personen, die komplexere, raffinierte Witze ohne Bezug auf Sexualität präferieren. Die beiden Humortypen nannte er „orektischen“ und „kognitiven“ Humor. Die Ergebnisse seiner Untersuchung zeigten, dass die Bevorzugung von orektischem Humor mit einem hohen Maß an Extraversion einherging, während introvertierte Personen eher den kognitiven Humorstil bevorzugten.<sup>116</sup>

Die Korrelation zwischen der Bevorzugung von aggressiven und sexuellen Witzen und einem hohen Maß an Extraversion wurde in vielen weiteren Untersuchungen nachgewiesen.<sup>117</sup>

Doris und Fierman untersuchten die Humordisposition in Verbindung mit Ängstlichkeit und kamen zu dem Schluss, dass ängstliche Personen im Vergleich zum Rest der Befragten versuchen, aggressive Witze möglichst zu vermeiden.<sup>118</sup>

---

<sup>115</sup> Vgl. Martin et al: Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: development of the humor styles questionnaire. In: Journal of research in personality. Vol. 37. 2003. S. 53f

<sup>116</sup> Vgl. Muhr, 1981, S. 84.

<sup>117</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 196

<sup>118</sup> Vgl. Muhr, 1981, S. 87

Ruch und Hehl untersuchten Humordispositionen in Verbindung mit Ambiguitätstoleranz und kamen zu dem Schluss, dass Personen mit niedriger Ambiguitätstoleranz Nonsens-Witze vorwiegend ablehnten. Die Erklärung liegt nahe: Da die Inkongruität auch nach der Pointe nicht aufgelöst wird, bleibt der Rezipient ohne Aufklärung zurück.<sup>119</sup>

Eine sehr ähnliche Schlussfolgerung zogen Ruch und Hehl bei der Untersuchung von Menschen mit konservativen Einstellungen. Auch hier zeigte sich, dass Konservative stets Witze bevorzugten, welche mit einer schlussendlichen Auflösung endeten, während Witze ohne Beseitigung von Inkongruität eher vermieden wurden.<sup>120</sup>

Was man als lustig empfindet und worüber man lachen kann, hängt also offenbar von sehr vielen verschiedenen Faktoren ab. Viele wissenschaftliche Erhebungen untersuchten Zusammenhänge zwischen der Humordisposition und den verschiedensten Persönlichkeitsmerkmalen, eine davon stellte sogar eine positive Korrelation zwischen Sinn für Humor und Körpergröße fest.<sup>121</sup>

Ob Ergebnisse solcher Art tatsächlich wissenschaftlich relevant sind, sei dahingestellt. Allerdings zeigen sie ganz klar, dass Humor ein derart komplexes Konstrukt ist, dass es sehr schwer fällt, allgemeingültige Aussagen darüber zu treffen, nach welchen Kriterien sich Personen und ihre bevorzugte Art von Humor unterscheiden.

In den nun folgenden Kapiteln werden die psychosozialen Messgrößen beschrieben, anhand derer Humordispositionen im Rahmen dieser Arbeit untersucht wurden. Einige davon wurden bereits, wie soeben diskutiert, als Einflussgrößen für bevorzugte Humorstile angewandt.

---

<sup>119</sup> Vgl. Ruch, W. & Hehl, F.-J.: Conservatism as a predictor of responses to humour. A comparison of four scales. In: Personality and Individual Differences, 7, 1-14. 1986. S. 4

<sup>120</sup> Vgl. Ruch & Hehl, 1986, S. 6

<sup>121</sup> Vgl. Muhr, 1981, S. 84

## 7 Forschungsleitende Theorien

Wie bereits mehrfach erwähnt, scheinen sich Menschen und ihre verschiedenen bevorzugten Humorstile anhand psychosozialer Messgrößen kategorisieren zu lassen. Um eine solche Untersuchung vornehmen zu können, bedarf es einer intensiven Auseinandersetzung mit eben jenen psychosozialen Theorien. Der Fokus soll hierbei auf die Dimensionen „Sensation Seeking“, „Kontrollerwartung“, „Ambiguitätsintoleranz“ und „Ängstlichkeit“ gelegt werden. Bei jenen Dimensionen besteht der Verdacht, dass sie deutlichen Einfluss auf die Humordisposition haben könnten.

Im folgenden Teil werden die verschiedenen psychosozialen Persönlichkeitsfaktoren detailliert beschrieben und die Art und Weise der Ermittlung der Ausprägung selbiger erklärt. Dabei sollen auch bereits durchgeführte Erhebungen und deren Ergebnisse Aufschlüsse über den Zusammenhang der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen geben.

### 7.1 Sensation Seeking

Das theoretische Konstrukt Sensation Seeking geht auf den US-amerikanischen Psychologen Marvin Zuckerman zurück, der diesen Begriff als Ausprägung des menschlichen Charakters definierte. Dabei geht es vor allem um das Bedürfnis nach Abwechslung und außergewöhnlichen Erlebnissen. Mit der Suche nach immer wieder neuen und komplexen Eindrücken geht ebenfalls ein gewisses Maß an sozialem und physischem Risiko einher. Die Vermutung hinter dem Konzept ist, dass ständig versucht wird, ein ideales Erregungsniveau zu finden. Um eben jenes Niveau aufrecht zu erhalten, müssen immer wieder neue Reize gefunden werden, da die bereits bekannten Reize mit der Zeit an Attraktivität verlieren und die Gefahr der Langeweile besteht.<sup>122</sup>

Grundsätzlich ist laut Zuckerman davon auszugehen, dass die Notwendigkeit, eben jenes Erregungsniveau aufrecht zu erhalten, für alle Menschen gilt. Gleichzeitig stellt er aber auch klar, dass sich die Menschen stark in der Ausprägung dieses Niveaus unterscheiden können. So trennt er die so genannten High Sensation Seeker von den Low Sensation Seekern.

---

<sup>122</sup> Vgl. Winterhoff-Spurk, P.: Medienpsychologie. Eine Einführung. Stuttgart: Kohlhammer. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. 2004. S. 72

Erstgenannte Personen gehören demnach in die Gruppe jener Menschen, die permanent auf der Suche nach neuen, intensiven Reizen und Erlebnissen sind, und jenen, die sich am liebsten auf Altbekanntes und eingespielte Routinen im Alltag verlassen.<sup>123</sup>

Um Sensation Seeking messen zu können, entwickelte Zuckerman ein Modell, durch das die Variable Sensation Seeking in ihrer Gesamtheit nur dann erfasst werden kann, wenn die vier Teilbereiche hinreichend analysiert werden. Die angesprochenen Teilbereiche resultieren in vier Subskalen, die sich mit folgenden Segmenten des Gesamtkonstrukts Sensation Seeking befassen:

- Gefahr- und Abenteuersuche (Thrill and Adventure Seeking)
- Erfahrungssuche (Experience Seeking)
- Enthemmung (Disinhibition)
- Empfänglichkeit für Langeweile (Boredom Susceptibility)

### Gefahr- und Abenteuersuche

Die erste Teildimension von Sensation Seeking befasst sich vor Allem mit dem Erleben von sportlichen und waghalsigen Situationen. Oftmals stehen diese Erlebnisse auch in Verbindung mit hoher Geschwindigkeit. Zuckerman selbst gibt dazu Sportarten wie Tauchen, Klettern oder Fallschirmspringen als Beispiele an, auch diverse Extremsportarten können in diese Kategorie eingeordnet werden. Die jeweilige Person setzt sich bewusst der Gefahr aus, die ein gewisses Level der Angst mit sich bringt.<sup>124</sup>

Hohes Risiko scheint auch bei High Sensation Seekern nicht das entscheidende Element zu sein, vielmehr suchen sie eine möglichst hohe Erregung.<sup>125</sup>

---

<sup>123</sup> Vgl. Zuckerman, M.: Behavioral Expressions and Biosocial Bases of Sensation Seeking. Cambridge: Cambridge University Press. 1994. S. 372ff

<sup>124</sup> Vgl. Zuckerman, M.: Sensation Seeking and risky behaviour. Washington, DC: American Psychological Association. 2007. S. 13

<sup>125</sup> Vgl. Grimm, J.: Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität – Erregungsverläufe – Sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1999. S. 97

### Erfahrungssuche

Dieser Teilbereich beschreibt die Suche nach neuen Erfahrungen, die nicht dem eigenen, alltäglichen Lebensstil entsprechen. Die Realisierung dieser Wünsche äußert sich generell durch starkes Interesse an fremden Kulturen, Reisen sowie an verschiedenen Ausprägungen der Kunst. Entscheidend ist dabei der Wunsch nach etwas Neuem und bisher Unbekanntem.

### Enthemmung

Diese Subskala soll ermitteln, wie stark der Drang nach sozial hemmungslosem Verhalten ausgeprägt ist. Dies beinhaltet jegliche Form von Exzess, übermäßigen Konsum von diversen schädlichen Substanzen sowie einen bewusst ungesunden Lebensstil. Obwohl bei dieser Dimension auf den ersten Blick ein geringer Wert als normal und erstrebenswert erscheint, stellt Zuckerman klar, dass diese Annahme nicht der Wahrheit entspricht:

*„It is also the subscale that best differentiates psychopathic personalities from nonpsychopathic criminals and normals. However, taken alone, a high score on Dis is normal.“<sup>126</sup>*

Durch die vielen sozialen Normen, denen wir täglich unterliegen, scheint der Wunsch, aus dem kontrollierten Alltag auszubrechen und sich mithilfe von hemmungslosem Verhalten in einen Rauschzustand zu versetzen, bis zu einem gewissen Grad normal zu sein.

### Empfänglichkeit für Langeweile

Die letzte Dimension, die zum Gesamtkonstrukt Sensation Seeking beiträgt, ist Empfänglichkeit für Langeweile. Das Item repräsentiert die Aversion gegen jegliche Form der Langeweile oder Monotonie. Der Hauptgrund dafür, etwas langweilig zu finden, scheint darin zu liegen, dass die betreffende Person in einer Situation keine oder nicht genug neue Reize wahrnimmt. Diese Subskala kann auch als passive Form der Erlebnissuche interpretiert werden. Dadurch, dass man versucht, altbekannte Reize zu vermeiden, begegnet man zwangsläufig immer wieder neuen Impulsen.<sup>127</sup>

---

<sup>126</sup> Zuckerman, 2007, S. 13

<sup>127</sup> Vgl. Grimm, 1999, S. 197

Die Unterscheidung zwischen High Sensation Seekern und Low Sensation Seekern ruft natürlich zwangsläufig auch die Frage hervor, in welchen anderen Eigenschaften sich diese beiden Gruppen voneinander abgrenzen könnten.

So gibt es offensichtlich einen Zusammenhang zwischen Sensation Seeking und der Selbsteinschätzung. Demnach trauen sich High Sensation Seeker eher zu, eine riskante Situation selbst kontrollieren zu können, als dies bei Low Sensation Seekern der Fall ist.<sup>128</sup> Dies könnte auch direkten Einfluss darauf haben, dass High Sensation Seeker eher bereit sind, ein Risiko einzugehen, als Low Sensation Seeker.

Obwohl High Sensation Seeker also eher glauben, gefährliche Situationen selbst kontrollieren zu können, und auf den ersten Blick furchtloser wirken als Low Sensation Seeker, zeigen beide Gruppen ähnliche Angstniveaus, was die prinzipielle Ängstlichkeit betrifft. Der entscheidende Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist die Art der Angstbewältigung.<sup>129</sup>

Winterhoff-Spurk berichtet von einer wesentlichen Schlussfolgerung diverser Studienergebnisse:

*„Entsprechend zu diesen allgemeinen Befunden schließen Donohew, Finn und Christ (1988), dass „high sensation seekers“ ein niedrigeres Aktivierungsniveau haben und deswegen stärkere, aufregendere und neuere Informationen notwendig sind, um deren Aufmerksamkeit zu erregen und zu binden.“<sup>130</sup>*

Hierbei seien auch die Ergebnisse von Zwillingstudien erwähnt, die gezeigt haben, dass rund zwei Drittel der Verhaltenstendenzen, die im Rahmen der diversen Subskalen ermittelt werden, vererbt werden, in etwa ein Drittel ist Resultat der persönlichen und individuellen Prägung durch Erziehung, des sozialen Umfelds und der eigenen Erlebnisse.<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> Vgl. Huber, M. & Möller, A.: Sensation Seeking. Konzeptbildung und –Entwicklung. In: Hammelstein, P./Roth, M. (Hg.): Sensation Seeking – Konzeption, Diagnostik und Anwendung. Bern (u.a.): Hogrefe. 2003. S. 21

<sup>129</sup> Vgl. Grimm 1999, S. 198f

<sup>130</sup> Winterhoff-Spurk, 2004, S. 73f

<sup>131</sup> Vgl. Winterhoff-Spurk, 2004, S. 72

## 7.2 Locus of control

Eng verbunden mit dem theoretischen Konstrukt Sensation Seeking steht die Persönlichkeitsdimension „Locus of control“, auf deutsch oft mit Kontrollerwartung übersetzt, nach Julian Rotter.

Wie schon der Name sagt, wird hier die Frage nach dem Ort (oder vielmehr der bestimmenden Instanz) der Kontrolle aufgeworfen. Personen mit internaler Kontrollerwartung sehen sich selbst als bestimmende Instanz und haben das Gefühl, die Kontrolle über eine Situation inne zu haben, während Menschen mit externaler Kontrollerwartung keine oder schwächere Zusammenhänge zwischen ihrem Handeln und den Folgen daraus erwarten. Sie sind davon überzeugt, dass Schicksal, Zufall oder andere Personen ihr Leben bestimmen.<sup>132</sup>

Levenson spaltete außerdem die externe Kontrollerwartung in zwei Teilbereiche auf: er unterscheidet zwischen sozialer Externalität (die anderen Menschen haben die Kontrolle) und fatalistischer Externalität (das Schicksal bestimmt unser Leben).<sup>133</sup>

Die Ausprägung dieser Variable wird naturgemäß stark von der Summe des bisher Erlebten geprägt. Das Konzept geht zurück auf die von Rotter entwickelte soziale Lerntheorie, nach der Menschen durch Erfahrungen lernen und somit merken, dass sich Dinge bis zu einem gewissen Grad vorhersagen oder sogar steuern lassen. Aus der Summe dieser Erfahrungen entsteht daraufhin eine Tendenz, die entweder zu internaler oder externaler Kontrollerwartung führt.<sup>134</sup>

Laut Rotter sind Personen mit internaler Kontrollerwartung vor allem durch den Glauben, das eigene Leben größtenteils selbst bestimmen zu können, charakterisiert. Andererseits sprechen Menschen mit externaler Kontrollerwartung häufiger von externen und unkontrollierbaren Einflussgrößen wie Schicksal, Glück oder Zufall.<sup>135</sup>

---

<sup>132</sup> Vgl. Mielke, R. (Hg.): Interne/externe Kontrollüberzeugung. Theoretische und empirische Arbeiten zum Locus of Control – Konstrukt. Bern, Stuttgart, Wien: Hans Huber. 1982. S. 20ff

<sup>133</sup> Vgl. Rammsmayer, T. & Weber, H.: Differentielle Psychologie – Persönlichkeitsforschung. Göttingen (u.a.): Hogrefe. 2012. S. 99

<sup>134</sup> Vgl. ebenda

<sup>135</sup> Vgl. Grimm, 1999, S. 201

An dieser Stelle liegt auch der Zusammenhang mit der Sensation Seeking Tendenz auf der Hand. Die Eigenschaften und Einstellungen von Personen mit internaler Kontrollenerwartung scheinen dazu zu führen, dass diese Personen deutlich bessere Voraussetzungen zu haben, eine Tendenz zu High Sensation Seeking zu entwickeln, als dies bei externaler Kontrollenerwartung der Fall wäre.

Die Unterschiede in der Reaktion der verschiedenen Typen kommen allerdings nur in Situationen, die Interpretationsspielraum lassen, zur Geltung. Sobald eine Situation eindeutig nur von externen Einflüssen abhängig ist (beispielsweise, ob es regnen wird oder nicht), wird dies auch von Personen mit internaler Kontrollenerwartung akzeptiert.<sup>136</sup>

Eine Situation des Kontrollverlusts erleben und interpretieren Menschen mit internaler Kontrollenerwartung weitaus negativer als Personen mit externaler Kontrollenerwartung. Letztere sind es aufgrund ihrer grundsätzlichen Einstellung gewöhnt, die Kontrolle über Situationen externen Einflüssen zu überlassen, während der Verlust der Kontrolle für Menschen mit internaler Kontrollenerwartung einen plötzlichen Rückschlag bedeutet.<sup>137</sup>

In Folge dessen wird das Konzept der internalen Kontrollüberzeugung erschüttert, ein Gefühl der Hilflosigkeit entsteht. Im Extremfall führt dies zu gelernter Hilflosigkeit, die letztendlich in einer Umwandlung von internaler zu externaler Kontrollenerwartung gipfelt.<sup>138</sup>

Um diesem Vorgang zu entgehen, werden Gegenmaßnahmen entwickelt, die im Idealfall zur Wiedererlangung der eigenen gefühlten Souveränität führen. Es wird demnach nach Reizen gesucht, die kontrollier- und vorhersagbar sind. Beispielsweise ist dies durch die Auswahl der konsumierten TV-Inhalte möglich.<sup>139</sup>

Auch das Locus of control Konzept wurde in zahlreichen Studien in Zusammenhang mit vielen anderen psychosozialen Dimensionen gebracht. Strickland hat einige der wichtigsten Rückschlüsse dieser Erhebungen zusammengetragen. Einige davon sollen hier kurz dargelegt werden.

---

<sup>136</sup> Vgl. Vitouch, P.: Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerhaltens. 2. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 2000. S. 41

<sup>137</sup> Vgl. Vitouch, 2000, S. 42f

<sup>138</sup> Vgl. Vitouch, 2000, S. 54ff

<sup>139</sup> Vgl. Vitouch, 2000, S. 60

So wird beispielsweise von einem direkten Zusammenhang zwischen Kontrollerwartung und Konformität bzw. Unterordnung berichtet. Menschen mit externaler Kontrollerwartung lassen sich viel eher von Anderen beeinflussen und geben bei Widerspruch eher nach, Personen mit internaler Kontrollerwartung bleiben hingegen eher bei ihrer Meinung und trotzen Widersprüchen Anderer. Weiters führt interne Kontrollerwartung dazu, Erfolge auf die eigene Leistung zurückzuführen, während externe Kontrollerwartung, vor allem bei Misserfolg, die Gründe für das Ergebnis dem Zufall zuschreiben.<sup>140</sup>

Außerdem ist in der Auflistung der belegten Ergebnisse zu finden, dass Menschen mit internaler Kontrollerwartung härter an der Erreichung ihrer Ziele arbeiten und dafür auch eher belohnt werden. „Externe“ bevorzugen in Konfliktsituationen eher Sanktions- und Bestrafungsstrategien, „Interne“ hingegen setzen eher positive Strategien, um Andere von ihrem Standpunkt zu überzeugen. Interne haben damit auch mehr Erfolg.<sup>141</sup>

Trotz der Charakterisierungen, die durch die vielen verschiedenen Studien bereits erstellt werden konnten, bleibt die Frage nach einem möglichen Zusammenhang der individuellen Kontrollerwartung und der Humordisposition offen. Im empirischen Teil dieser Arbeit soll diese Frage beantwortet werden.

### **7.3 Ambiguitätstoleranz**

Eine weitere wichtige Komponente der menschlichen Persönlichkeit stellt das Konzept der Ambiguitätstoleranz dar. Grundsätzlich bezeichnet der Begriff die Fähigkeit zur mehrstufigen Differenzierung von Reizen, Sachverhalten und Situationen, während Ambiguitätsintoleranz die Tendenz beschreibt, unvollkommene, unerwartete oder in sich widersprüchliche Informationen oder Reize als Bedrohung, Störfaktor oder Grund für Unwohlsein wahrzunehmen.<sup>142</sup>

Eine allgemein gültige und allseits anerkannte Definition schien lange Zeit ein schwieriges Unterfangen zu sein, da der Begriff Ambiguität in der Forschung sehr vielseitig eingesetzt

---

<sup>140</sup> Vgl. Mielke, 1982, S. 34f

<sup>141</sup> Vgl. ebenda

<sup>142</sup> Vgl. Reis, J.: Ambiguitätstoleranz. Beiträge zur Entwicklung eines Persönlichkeitskonstruktes. Heidelberg: Roland Asanger Verlag. 1997. S. 7.

wurde. Norton konnte 1975 nachweisen, dass der Begriff in den bis zu diesem Zeitpunkt veröffentlichten Studien auf acht verschiedene Arten verwendet worden war. In 28% der Fälle sollte Ambiguität anhand der Mehrdeutigkeit des Reizmaterials ermittelt werden, in weiteren 18% als Unvollständigkeit des Materials. In einigen weiteren Studien wurde Ambiguität anhand des Informationsdefizits bzw. der Ungewissheit der Versuchsperson oder aber mittels Widersprüchlichkeit, Unklarheit oder Unstrukturiertheit der zur Verfügung gestellten Informationen untersucht.<sup>143</sup>

Demnach lassen sich Menschen mit niedriger Ambiguitätstoleranz (bzw. hoher Ambiguitätsintoleranz) dadurch charakterisieren, dass sie zu Schwarz-Weiß-Malerei neigen und die Tendenz entwickeln, voreilige Schlüsse zu ziehen oder in Extremen über Sachverhalte zu urteilen.<sup>144</sup>

Einige Psychologen und Wissenschaftler sahen Anfang der 1970er-Jahre deshalb Ambiguitätsintoleranz als fehlende Fähigkeit, als „Nichterkennen von Ambiguität“ und sprachen sich dafür aus, dieses Element der menschlichen Psyche weniger als Eigenschaft, sondern vielmehr als Fähigkeit zu bezeichnen.<sup>145</sup>

Reis berichtet von diversen Studien, die zu dem Schluss kamen, dass eine Korrelation zwischen Ambiguitätstoleranz und intellektuellen Fähigkeiten besteht. Demnach weisen Personen mit großen intellektuellen Fähigkeiten, hohem Intelligenzquotienten oder hoher Erfolgsrate in Bewerbungsgesprächen tendenziell höhere Ambiguitätstoleranz-Werte auf als Andere.<sup>146</sup>

Neben Intelligenz wurden in den bisherigen Erhebungen noch viele weitere psychologische Messgrößen herangezogen, um Korrelationen mit der Ambiguitätstoleranz zu untersuchen. Unter Anderem wurden Zusammenhänge zwischen Ambiguitätstoleranz und Kreativität, Kontrollerwartung, Rigidität oder soziopolitischen Einstellungen untersucht.<sup>147</sup>

---

<sup>143</sup> Vgl. ebenda

<sup>144</sup> Vgl. Frenkel-Brunswik, E.: Intolerance of ambiguity as an emotional and perceptual personality variable. In: Journal of Personality, Vol. 18. 1948. S. 108-143.

<sup>145</sup> Vgl. Reis, 1997, S. 14f

<sup>146</sup> Vgl. Reis, 1997, S. 87

<sup>147</sup> Vgl. Reis, 1997, S. 92ff

Der Zusammenhang von Ambiguitätstoleranz und Humordispositionen scheint hier allerdings ein bisher noch unerforschtes Gebiet zu sein, was in erster Linie wohl daran liegt, dass die Priorität in der empirischen Forschung bisher in der Untersuchung der diversen kognitiven und persönlichkeitsbildenden Dimensionen in Verbindung mit Ambiguitätstoleranz lag.

Zur Ermittlung von Ambiguitätstoleranz wurden bereits viele verschiedene Modelle und Varianten vorgeschlagen, im empirischen Teil dieser Arbeit kommt ein Test zum Einsatz, der bereits im Jahr 1991 von Jürgen Grimm herangezogen worden war. Der Test gliedert sich in einen verbalen und einen visuellen Teil, beide Teilbereiche haben aber die Absicht, die Variable Ambiguitätstoleranz zu ermitteln und zu messen. Im visuellen Teil werden den Versuchspersonen acht verschiedene Bilder gezeigt. Der Rezipient muss nun auf einer achtstelligen Skala zwischen den Polen namens „Angenehm“ und „Unangenehm“ entscheiden, wie das jeweilige Bild auf ihn wirkt. Sieben der acht Bilder erscheinen auf den ersten Blick unpassend, unvollständig oder abstrakt, während das achte Bild, ein Kontrollbild, ein Pferd zeigt. Durch die sieben Bilder wird die Ambiguitätstoleranz der Person ermittelt, das Bild, welches das Pferd zeigt, kommt als Kontrollbild zum Einsatz und wird in der Auswertung umgekehrt codiert.<sup>148</sup>

Im verbalen Teil werden den Versuchspersonen allgemeine Aussagen dargelegt und ihre Zustimmung bzw. Ablehnung dazu erfragt. Im ursprünglichen Test von Reis wird mit dieser Methode die Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen, sozialen Konflikten, des Elternbildes, Rollenstereotypen und der Offenheit für neue Erfahrungen ermittelt.<sup>149</sup>

Im empirischen Teil dieser Arbeit lag die Konzentration am Gebiet der verbalen Ambiguitätstoleranz allerdings auf den beiden Bereichen Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen und der Offenheit für neue Erfahrungen.

---

<sup>148</sup> Vgl. Grimm, J.: Fraktale Ästhetik für eine sinnorientierte Generation? Ergebnisse des Forschungsprojekts „Videoclips und Lebenswelt“. In: Working Papers der Forschungsstelle für gesellschaftliche Entwicklung. Mannheim: Universität Mannheim. 1991.

<sup>149</sup> Vgl. Reis, 1997, S. 86

## 7.4 Ängstlichkeit

Das ursprüngliche Konzept der Ängstlichkeit stammt von Sigmund Freud, der die Angst des Menschen als sexuelle Energie, die nicht entladen wird und sich somit im Körper aufstaut, bezeichnete. Eben jene Energie verwandelt sich in Ängstlichkeit, wodurch sie schlussendlich abgebaut werden kann.<sup>150</sup>

Versuche, Ängstlichkeit in Verbindung mit Sensation Seeking zu untersuchen, um etwaige korrelative Zusammenhänge nachweisen zu können, scheiterten. Vermutungen, nach denen Menschen, die nach risikoreichen Situationen suchen und damit vor Allem im Bereich „Thrill and adventure seeking“ hohe Werte aufweisen, geringere Werte bei Ängstlichkeit haben, konnten nicht hinreichend bestätigt werden.<sup>151</sup>

Doris und Fierman beschäftigten sich schlussendlich mit Ängstlichkeit in Verbindung mit Humor und kamen zu dem Ergebnis, dass für die Bevorzugung von aggressivem Humor die Einschätzung der eigenen Ängstlichkeit eine entscheidende Rolle spielt. So ist im Vergleich zu beobachten, dass Menschen, die sich selbst als wenig ängstlich einschätzen, aggressive Witze eher bevorzugen, als andere Versuchspersonen.<sup>152</sup> Rod Martin berichtet wiederum davon, dass ängstlichere Personen prinzipiell humoristische Reize weniger genießen können als die weniger ängstlichen Menschen.<sup>153</sup>

Menschen mit hoher Ängstlichkeit bevorzugen Studien zufolge allerdings eher selbstgerichteten Humor, also Witze, durch die ihre eigene Person herabgewürdigt wird. Dies scheint ein weiterer Beweis dafür zu sein, dass die mentale Verfassung eines Menschen, zu der auch Aspekte wie Selbstbewusstsein oder eben Ängstlichkeit beitragen, eine entscheidende Rolle für die Humordisposition spielt.<sup>154</sup>

Die Bevorzugung von selbstgerichtetem Humor bei ängstlichen Menschen könnte darin begründet sein, dass die Angst vor Widerstand Anderer dazu führt, niemanden mithilfe eines

---

<sup>150</sup> Vgl. Muhr, 1980, S. 75

<sup>151</sup> Vgl. Grimm, 1999, S. 198f

<sup>152</sup> Vgl. Muhr, 1980, S. 87

<sup>153</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 196

<sup>154</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 212f

Witzes angreifen zu wollen, sondern sich stattdessen mittels Humor selbst zum Gespött zu machen.

Rod Martin berichtet außerdem von einer Studie aus den 1970er Jahren, in der die psychologischen Profile von professionellen Komödianten genauer untersucht wurden. Die Ergebnisse ließen den Schluss zu, dass Komödianten Humor als Schutzschild gegen Ängstlichkeit und Depression einsetzen und die Energie, die durch Frustration und Aggression entsteht, von physiologischer in verbale Energie umwandeln. Das Ergebnis dieses Vorgangs ist meist zynischer und bissiger Humor.<sup>155</sup>

Diese Ergebnisse und die jeweiligen Schlussfolgerungen bestätigen wiederum die ursprünglichen Aussagen Sigmund Freuds bezüglich der Ängstlichkeit und ihrer Rolle als Ventil für überschüssige Energie. In diesem theoretischen Konstrukt übernimmt der Humor die Rolle des notwendigen Instruments, um schlussendlich eben jene Energien loszuwerden.

Einige andere Untersuchungen beschreiben Humor außerdem als Bewältigungshilfe bei Ängstlichkeit. Aus diesem Blickwinkel betrachtet liegt die Vermutung nahe, dass Menschen mit einer hohen Präferenz für Humor weniger ängstlich sind, weil sie die Ängstlichkeit mithilfe des Humors bekämpfen.

Im empirischen Teil dieser Arbeit liegt der Fokus aber auf der Frage, ob sich ängstliche Personen im Vergleich zu Menschen mit niedriger Ängstlichkeit in ihrer Humordisposition signifikant unterscheiden, und wenn ja, in welcher Weise.

---

<sup>155</sup> Vgl. Martin, 2007, S. 224

### **III. EMPIRIE**

## 8 Überblick

Im nun folgenden Teil soll die empirische Untersuchung, welche im Zuge dieser Arbeit durchgeführt wurde, näher erläutert werden. Zuerst werden die Forschungsfragen und Hypothesen konkret formuliert und die Beweggründe zur Entstehung selbiger dargelegt. Darauf folgt eine kurze Erklärung zu Forschungsdesign und Fragebogenkonstruktion, zum Abschluss des Überblicks über den empirischen Teil dieser Arbeit werden die in der Untersuchung erhobenen Dimensionen dem Leser im Detail näher gebracht.

Im neunten Kapitel erfolgt zunächst eine detaillierte Beschreibung der Stichprobe anhand diverser soziodemographischer Daten und individuellen Einstellungen. Nachdem die Stichprobe eingehend beschrieben wurde, erfolgt anhand der empirischen Ergebnisse der Studie die Beantwortung der im Vorfeld formulierten Forschungsfragen sowie die Prüfung und Verifizierung bzw. Falsifizierung der Arbeitshypothesen.

Zum Abschluss dieses Kapitels werden weitere Ergebnisse und Korrelationen, auf die der Autor während des empirischen Forschungsprozesses stieß, präsentiert und erläutert. Zum Abschluss der Arbeit sollen in einem finalen Resümee einerseits die Herausforderungen und Probleme, welche im Rahmen der empirischen Forschung aufkamen, beschrieben, andererseits ein Ausblick auf mögliche Forschungsprojekte auf dem Gebiet der Humorforschung in der Zukunft gegeben werden.

## **8.1 Forschungsfragen und Hypothesen**

Die zentrale Forschungsfrage, mit der sich diese Arbeit beschäftigt, ist jene nach dem Zusammenhang von psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen. Zunächst stellt sich hierbei die Frage, ob eben solche Zusammenhänge durch signifikante Korrelationen beweisbar sind, und weiters, wenn dies der Fall sein sollte, zwischen welchen Dimensionen signifikante Korrelationen bestehen.

In vorangegangenen Forschungsprojekten und Untersuchungen wurden Zusammenhänge solcher Art teilweise bereits bewiesen. Trotzdem scheint es sinnvoll, dieser Frage aufs Neue nachzugehen. Da in der empirischen Erhebung dieser Arbeit eine Vielzahl von Variablen abgefragt wurde, war im Vorfeld der Befragung die Entscheidung getroffen worden, einzelne, vermutete Korrelationen in Arbeitshypothesen zu formulieren.

Die zentrale, forschungsleitende Frage, die sich zu Beginn dieser Arbeit stellte, umfasst prinzipiell den gesamten Bereich möglicher Korrelationen, das Ziel ist, die aus bisherigen Erhebungen abgeleiteten Hypothesen zu prüfen und gegebenenfalls neue Zusammenhänge zu entdecken.

### **Forschungsfrage 1:**

Gibt es signifikante Zusammenhänge zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen, und wenn ja, welche?

### **Hypothese 1a:**

Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto niedriger ist die moralische Hemmschwelle bezüglich der persönlichen Grenzen des Humors.

### **Begründung:**

Die Hypothese ist in der Vermutung begründet, dass Menschen, die immer wieder nach neuen oder unbekanntem Reizen suchen und permanent gewohnte oder altbekannte Dinge

vermeiden, per Definition also zu *High Sensation Seekern* zählen, auch in der Präferenz des Humors weniger Grenzen als Menschen mit eher konservativen Werten und Einstellungen kennen.

Dies kann auch anhand der Einschätzung von Zuckerman begründet werden. Er spricht bei High Sensation Seekern von Menschen, die insofern asozial handeln, als sie ihre eigenen Bedürfnisse über jene der Anderen stellen.<sup>156</sup>

Daraus kann geschlossen werden, dass eben jene Personen auch moralische Grenzen des Humors überwinden, sobald dies ihre eigenen Bedürfnisse befriedigt. Ein weiterer Beweggrund für die Annahme ist, dass die Erregung, die von Sensation Seekern ja permanent gesucht wird, höher ist, wenn über Tabuthemen gelacht wird.

Um diese Hypothese überprüfen zu können, werden die Versuchspersonen anhand ihrer Angaben in *High Sensation Seeker* und *Low Sensation Seeker* aufgeteilt. Die beiden Gruppen werden anschließend in der Beantwortung der Frage nach den Grenzen des Humors miteinander verglichen.

### **Hypothese 1b:**

Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto größer ist die Neigung zu aggressivem und vulgärem Humor.

### **Begründung:**

High Sensation Seeker neigen eher dazu, sich mit intensiven und starken Reizen zu umgeben. Es liegt die Vermutung nahe, dass dies auch für die Dimensionen in der Auswahl des bevorzugten Humors gilt. Mehrere Untersuchungen erkannten bereits einen Zusammenhang zwischen Extraversion und Humordisposition.

So fand Eysenck heraus, dass extravertierte Personen eher simplen, aggressiven und sexuellen Humor bevorzugen.<sup>157</sup> Nachdem Zuckerman einen Zusammenhang zwischen Sensation

---

<sup>156</sup> Vgl. Zuckerman, M.: *Sensation Seeking. Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale: Erlbaum. 1979. S. 181

<sup>157</sup> Vgl. Muhr, 1980, S. 87

Seeking und Extraversion herstellt<sup>158</sup>, führt dies zur Annahme, die in Hypothese 1b formuliert ist.

Auch hier werden Personen mit hohem Summenindex bei der Variable *Sensation Seeking* als *High Sensation Seeker* und Personen mit niedrigem Index als *Low Sensation Seeker* kategorisiert.

### **Hypothese 1c:**

Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto eher ist eine Präferenz zu Top-Down-Humor zu erkennen.

### **Begründung:**

Kambouropoulou entdeckte bereits 1930, dass extravertierte Personen Humor bevorzugen, der auf der persönlichen Überlegenheit basiert.<sup>159</sup> Auch die Superioritätstheorien gehen davon aus, dass das Amüsement über einen Witz zum größten Teil auf einem Gefühl der Überlegenheit basiert. Die Vermutung ist, dass dieses Phänomen vor allem bei jenen Versuchspersonen stark ausgeprägt ist, die zur Gruppe der High Sensation Seeker zu zählen sind.

### **Hypothese 1d:**

Je stärker die Präferenz zu externaler Kontrollerwartung geht, desto eher ist die Neigung zu Top-Down-Humor zu erwarten.

### **Begründung:**

Für Menschen mit ausgeprägtem Top-Down-Humor ist es nach der Superioritätstheorie wichtig, sich anderen gegenüber überlegen zu fühlen. Nach Hobbes ist dieses Überlegenheitsgefühl vor allem bei jenen Menschen zu beobachten, die sich ihrer eigenen eingeschränkten Fähigkeiten bewusst sind und dieses Minderwertigkeitsgefühl versuchen auszugleichen, indem sie sich über die Fehler Anderer amüsieren. Das Bewusstsein der

---

<sup>158</sup> Vgl. Grimm, 1999, S. 197

<sup>159</sup> Vgl. Muhr, 1980, S. 85

eingeschränkten eigenen Fähigkeiten führt zu externaler Kontrollerwartung, da dadurch davon ausgegangen wird, dass nicht die eigenen Fähigkeiten oder Anstrengungen die Ursache für die Verhaltensfolgen sind, sondern diese viel eher von externen Faktoren beeinflusst werden.<sup>160</sup>

Da dies am Besten bei Menschen funktioniert, bei denen nicht lange nach Schwächen gesucht werden muss, und eben jene leicht verlacht werden können, liegt die Vermutung nahe, dass Menschen mit externaler Kontrollerwartung eher dazu tendieren, über Menschen zu lachen, die in der sozialen Hierarchie unter ihnen stehen.

### **Hypothese 1e:**

Je höher die Werte der Dimension „Ängstlichkeit“ sind, desto eher ist eine Tendenz zur Vermeidung von aggressivem Humor zu erkennen.

### **Begründung:**

Im Kapitel 7.4 wurden bereits die Erkenntnisse von Martin bzw. Doris und Fierman beschrieben, nach denen Personen mit höheren Ängstlichkeits-Werten deutlich zur Bevorzugung von raffiniertem und zur Vermeidung von aggressivem und/oder vulgärem Humor tendieren. Diese Behauptung soll durch die Erhebung ein weiteres Mal überprüft werden.

### **Hypothese 1f:**

Menschen mit hoher Ambiguitätsintoleranz vermeiden raffinierte Humorarten wie Sarkasmus, Ironie oder hintergründige Witze mit Doppelsinn und bevorzugen dagegen andere Humorarten.

### **Begründung:**

Menschen mit hoher Ambiguitätsintoleranz vermeiden unlösbar scheinende Problemstellungen und kognitive Dissonanzen. Ruch und Hehl untersuchten die Verbindung zwischen Humor und Ambiguitätsintoleranz und kamen bei ihrer Erhebung zu dem Schluss,

---

<sup>160</sup> Vgl. Kotthoff, 1996, S. 47

dass Versuchspersonen mit hoher Ambiguitätsintoleranz jene Witze besser bewerteten, bei denen die Inkongruenz aufgelöst wurde, als jene, bei denen sie offen gelassen wurde.<sup>161</sup>

Daraus kann geschlossen werden, dass raffinierter Humor von jenen Personen eher vermieden wird, während Humor mit offensichtlicher Lösung auf keine Ablehnung stößt.

### **Forschungsfrage 2:**

Sind anhand der religiösen Orientierung, der politischen Einstellung oder des Ausmaßes der Religionsausübung signifikante Unterschiede in der Humordisposition zu erkennen, und wenn ja, welche?

### **Hypothese 2a:**

Die politische Gesinnung der Versuchspersonen hat direkten Einfluss auf die Outgroup-Orientierung und Universalität des Humors.

### **Begründung:**

Menschen, die sich selbst in der politischen Landschaft eher rechtspopulären Parteien zugehörig fühlen, neigen eher zu Exklusion. Daher ist bei ihnen sowohl eine hohe Outgroup-Orientierung, als auch eine im Vergleich zu anderen Probanden deutlich veränderte Einschätzung zur Universalität des Humors zu erwarten.

### **Hypothese 2b:**

Je stärker und intensiver die Religionsausübung geprägt ist, desto niedriger ist die Akzeptanz bei Humor über religiöse Würdenträger.

### **Begründung:**

Bei Menschen, die sich ihrer Glaubensgemeinschaft stark zugehörig fühlen und ihren Glauben intensiv ausleben, ist zu erwarten, dass Humor über religiöse Themen keine oder nur wenig

---

<sup>161</sup> Vgl. Ruch, W. & Hehl, F.-J., 1986, S. 4f

Akzeptanz findet. Daher wird im Umkehrschluss die Vermutung angestellt, dass Witze über religiöse Themen von jenen Personen als lustiger empfunden werden, die angeben, ihren Glauben nicht oder nur wenig auszuleben, während stärker religiöse Testspersonen diese Art von Humor gar nicht oder nur wenig lustig finden.

### **Hypothese 2c:**

Je stärker eine Person an Politik interessiert ist, desto eher wird politisches Kabarett im Fernsehen sowie raffinierter Humor im Allgemeinen bevorzugt.

### **Begründung:**

Menschen, die sich gar nicht oder nur wenig mit dem täglichen politischen Leben beschäftigen, können politischem Kabarett oft nicht folgen, da ihnen das Hintergrundwissen dazu fehlt. Die Folge daraus ist, dass jene Personen auf andere Humorsparten im TV zurückgreifen. Da sich politisches Kabarett in der Regel zum größten Teil durch hintergründige Witze und raffinierten Humor charakterisieren lässt, kommt es zur Hypothese, dass politisch stark Interessierte nicht nur politisches Kabarett im Fernsehen, sondern auch raffinierten Humor generell bevorzugen.

### **Forschungsfrage 3:**

Welche soziodemographischen Daten haben Einfluss auf die Humordisposition?

### **Hypothese 3a:**

Männer neigen eher zur Bevorzugung von aggressivem und vulgärem Humor als Frauen.

### **Begründung:**

Die Unterschiede im Humorstil und der Humorrezeption zwischen den verschiedenen Geschlechtern wurde bereits mehrfach belegt. Viele Studien kamen zu dem Ergebnis, dass Männer aggressive Humorformen als deutlich lustiger empfanden als weibliche

Versuchspersonen.<sup>162</sup> Oft wird dies dadurch begründet, dass Männer Humor unbewusst als Instrument dafür sehen, sich mit anderen zu messen. Durch Humor wird so die Konkurrenz geschwächt.<sup>163</sup>

### **Hypothese 3b:**

Bei Frauen ist eine höhere Ingroup-Orientierung zu beobachten, während Männer eher dazu neigen, über fremde Gruppen zu lachen.

### **Begründung:**

Es wurde bereits erwähnt, dass frühere Untersuchungen mehrfach zu dem Ergebnis gekommen sind, dass Männer Humor deutlich öfter als aggressives Instrument zur Schaffung von Identität einsetzen. Durch diese Art von Humor wird das Gruppengefühl nicht nur geschaffen, sondern kann dieses auch verstärken und aufrecht erhalten. Aus diesem Grund ist bei Männern eine deutlich höhere Ausprägung der Outgroup-Orientierung zu erwarten, als dies bei Frauen der Fall ist.

### **Forschungsfrage 4:**

Sind anhand des Studienschwerpunktes der Versuchspersonen signifikante Unterschiede in der Humordisposition zu erkennen, und wenn ja, welche?

Zu dieser Forschungsfrage kann aus Mangel an bereits durchgeführten wissenschaftlichen Untersuchungen noch keine Vermutung oder Vorhersage getroffen werden. Aus diesem Grund wird dieser Frage im Zuge dieser Arbeit explorativ nachgegangen. Durch das Sample, das sich nur aus Studenten zusammensetzt, können Studenten anhand ihres Studienschwerpunkts genau charakterisiert und eingestuft werden.

---

<sup>162</sup> Vgl. Lampert, M. & Ervin-Tripp, S.: Exploring paradigms: The study of gender and sense of humor near the end of the 20th century. In: Ruch, W. (Hg.): The sense of humor. Explorations of a personality characteristic. Berlin, New York: de Gruyter. 1998. S. 235f

<sup>163</sup> Vgl. Satorius, C.: Deshalb lachen Männer und Frauen nicht über dieselben Witze. 25.1.2013, 06:59. In: <http://www.aargauerzeitung.ch/kultur/deshalb-lachen-maenner-und-frauen-nicht-ueber-dieselben-witze-125961885>. 3.3.2015, 09:42.

## 8.2 Forschungsdesign

Die empirische Vorgehensweise im Rahmen dieser Arbeit umfasst eine quantitative Erhebung in Form einer standardisierten Online-Befragung. Die Stichprobe besteht bei der einmalig stattfindenden Querschnittsuntersuchung aus deutschsprachigen Studenten. Das Instrument der Befragung wurde gewählt, da das Forschungsfeld Humor nur dann ideal untersucht werden kann, wenn die Menschen direkt befragt werden.

Die Entscheidung, die Befragung online durchzuführen, ergab sich aus den vielen Vorteilen dieser Variante. Einerseits kann auf diese Art und Weise eine Vielzahl an Personen erreicht werden, ohne, dass Kosten entstehen. Bei konventionellen Befragungen, die auf Papier ausgefüllt werden, wären hingegen erhebliche Kosten für Material, Druckkosten oder mögliche Postsendungen der Fragebögen entstanden.

Auch die Verbreitung des Links, der zur Umfrage führte, wurde dadurch erheblich erleichtert. Weiters wurde der Vorteil des Online-Fragebogens, auch visuelle Reize einzusetzen, genutzt, um die Variable „Ambiguitätstoleranz visuell“ untersuchen zu können. Weitere Vorteile der Online-Befragung gegenüber traditionellen Vorgehensweisen sind außerdem die Zeitersparnis bei der Rekrutierung von Versuchspersonen und der Verbreitung des Fragebogens und die Möglichkeit, bestimmte Zielgruppen noch genauer erreichen zu können.

Als Nachteil muss an dieser Stelle allerdings eingeräumt werden, dass bei einer Online-Umfrage immer die Gefahr besteht, dass eine Versuchsperson von anderen Personen beeinflusst wird oder Hilfe erhält, was nicht kontrolliert werden kann.

Mithilfe des Online-Tools *Unipark* wurde die Umfrage im Dezember 2014 generiert und nach einem Pretest, bei dem fünf Personen den Fragebogen beantwortet hatten, im Jänner 2015 online gestellt. In der Zeitspanne von 8. Jänner 2015 bis 11. März 2015 wurde die Befragung insgesamt 396 Mal geöffnet, 251 Personen haben den Fragebogen beendet. Dies entspricht einer Beendigungsquote von 63,38%. Leider füllten von diesen 251 Personen nur 212 Probanden den gesamten Fragebogen aus. Für die Auswertung wurden lediglich die Antworten jener 212 Probanden herangezogen. Im gesamten Fragebogen wurde, bis auf eine Ausnahme bei der Frage nach dem Studienschwerpunkt, auf den Einsatz von Pflichtfragen verzichtet. Der Median der mittleren Bearbeitungszeit lag bei 17 Minuten.

Da die Zielgruppe für die Umfrage ausschließlich aus Studenten bestand, wurde der Link zur Umfrage in diversen Facebook-Gruppen von Studierenden platziert. Die Namen einiger dieser Gruppen seien hier kurz aufgelistet:

- „Studenten in Wien“
- „Publizistik Masterstudien Univie“
- „Publizistik Studierende – Join us!“
- „Schmelzbook“

Weiters versandte der Autor den Link an alle Studenten in seinem persönlichen Umfeld, um so zu einer größeren Stichprobe zu gelangen. Ziel war es, eine möglichst ausgewogene Stichprobe zu erlangen, innerhalb derer das Verhältnis zwischen Männern und Frauen bzw. Studenten mit Schwerpunkt Kommunikation und Studenten mit anderem Schwerpunkt in etwa 50:50 beträgt.

Auf der Startseite des Fragebogens wurde das Forschungsprojekt kurz vorgestellt und die Versuchsperson auf die Umfrage vorbereitet.



**Abbildung 3:** Startseite der Befragung

### 8.3 Fragebogenkonstruktion

Der Fragebogen der vorliegenden empirischen Untersuchung setzt sich aus vier verschiedenen Teilbereichen zusammen:

- Psychosoziale Messgrößen
- Humortest
- Politische und religiöse Einstellungen
- Soziodemographische Daten

Aus strategischen Gründen wurden die Fragen, welche die soziodemographischen Daten erheben sollten, mit Ausnahme der Frage nach der Studienrichtung an das Ende des Fragebogens gestellt. Nachdem die befragte Person ihre eigene Affinität zu Humor einschätzen sollte, folgten die Fragen zu den psychosozialen Messgrößen.

#### 8.3.1 Psychosoziale Messgrößen

Zunächst sollte die Variable *Kontrollerwartung* abgefragt werden. Die Ausprägung dieses Merkmals wurde mithilfe eines Kurztests erhoben, den Grimm 1999 im Rahmen eines Forschungsprojekts erarbeitet hatte. Die ursprüngliche Version dieses Tests stammt von Rost-Schaude et al., umfasst 28 Items, mit denen die vier verschiedenen Sub-Skalen ermittelt werden sollten, und basiert auf der Original-Testskala von Rotter. Grimm reduzierte den Test auf acht Items, welche das Merkmal Kontrollerwartung in Form von Aussagenpaaren folgendermaßen untersuchen sollen:

<b>Internale Kontrollerwartung/Alltag: IEKZ 1: Unglück</b>
Vieles Unglück im Leben der Menschen ist zum Teil auf Pech zurückzuführen. <b>Wert: 0</b> Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat. <b>Wert: 1</b>
<b>Internale Kontrollerwartung/Alltag: IEKZ 2: Entscheidungen</b>
Es hat sich für mich als gut erwiesen, selbst Entscheidungen zu treffen, anstatt mich auf das Schicksal zu verlassen. <b>Wert: 1</b> Ich habe oft die Erfahrung gemacht, dass die Dinge kommen, wie sie kommen müssen. <b>Wert: 0</b>

<b>Internale Kontrollerwartung/Alltag: IEKZ 3: Pläne</b>
Es lohnt sich nicht immer, zu weit voranzuplanen, weil viele Dinge schließlich doch vom Zufall abhängen. <b>Wert: 0</b>
Wenn ich Pläne mache, bin ich meist sicher, dass ich sie auch verwirklichen kann. <b>Wert: 1</b>
<b>Internale Kontrollerwartung/Alltag: IEKZ 4: Bekommen was man will / Entscheidungen</b>
Ob ich das bekomme, was ich will, hat bei mir so gut wie nichts mit Glück zu tun. <b>Wert: 1</b>
Häufig könnte man Entscheidungen treffen, indem man eine Münze wirft. <b>Wert: 0</b>
<b>Internale Kontrollerwartung/Politik: IEKP1: Kriege</b>
Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr Mühe geben, sie zu verhindern. <b>Wert: 0</b>
Einer der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern. <b>Wert: 1</b>
<b>Internale Kontrollerwartung/Politik: IEKP2: Regierungen beeinflussen</b>
Die Welt wird von einigen wenigen Mächtigen beherrscht, der kleine Mann kann nur wenig daran ändern. <b>Wert: 0</b>
Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen. <b>Wert: 1</b>
<b>Internale Kontrollerwartung/Politik: IEKP3: Weltweiter Einfluss</b>
Durch aktive Beteiligung im politischen und gesellschaftlichen Bereich kann man Einfluss nehmen auf Ereignisse von weltweiter Bedeutung. <b>Wert: 1</b>
Bei dem, was auf der Welt geschieht, sind die meisten von uns Opfer von Kräften, die wir weder verstehen noch beeinflussen können. <b>Wert: 0</b>
<b>Internale Kontrollerwartung/Politik: IEKP4: Politik beeinflussen</b>
Mit genügend Anstrengung kann man politische Korruption ausmerzen. <b>Wert: 1</b>
Für den einzelnen ist es schwierig, Einfluss darauf auszuüben, was die Politiker in ihrem Amt leisten. <b>Wert: 0</b>

**Tabelle 1:** Kurztest Kontrollerwartung

Die Versuchsperson musste sich bei jedem Antwortpaar für jeweils eine der Aussagen entscheiden. Bei jedem Aussagenpaar wurde durch die Entscheidung ein Wert (0 für externe Kontrollerwartung, 1 für interne Kontrollerwartung) erzielt, durch die Addition der einzelnen Werte kann so ein Gesamtwert zwischen 0 und 8 erreicht werden. Je höher der

Testwert, umso stärker die Tendenz zu internaler Kontrollerwartung, je niedriger, desto stärker ist der Hang zu externaler Kontrollerwartung.<sup>164</sup>

Wie bei allen Fragen, die Aufzählungen beinhalten, wurden die einzelnen Items nach dem Zufallsprinzip durchrotiert, so dass die Reihenfolge der Statements nicht bei allen Befragten gleich war und so das Ergebnis möglicherweise verfälscht werden konnte.

Die nächste psychosoziale Dimension, die untersucht wurde, ist Ängstlichkeit. Dabei handelt es sich nicht um die momentane Angst, sondern um eine allgemeine, relativ stabile Angsttendenz. Auch hier wurde ein Teil eines Kurztests von Grimm eingesetzt, allerdings bewerteten die Versuchspersonen nicht, wie ursprünglich im Test vorgesehen, 20 Aussagen, sondern lediglich zehn.<sup>165</sup>

Auf einer achtstufigen Skala, welche mit den Polen „fast nie“ und „fast immer“ versehen worden war, sollte angegeben werden, wie oft die Aussage zutrifft. Folgende Aussagen waren zur bewerten:

Ich werde schnell müde
Ich verpasse günstige Gelegenheiten, weil ich mich nicht schnell genug entscheiden kann
Ich bin ruhig und gelassen
Ich bin glücklich
Ich neige dazu, alles schwer zu nehmen
Mir fehlt es an Selbstvertrauen
Ich fühle mich geborgen
Ich fühle mich niedergeschlagen
Unwichtige Gedanken gehen mir durch den Kopf und bedrücken mich
Ich werde nervös und unruhig, wenn ich an meine derzeitigen Angelegenheiten denke

**Tabelle 2:** Kurztest Ängstlichkeit

Je höher ein Wert in der Beantwortung einer Frage liegt, desto stärker kann eine allgemein hohe Angsttendenz festgestellt werden. Die dritte, vierte und siebente Aussage wird in diesem Fall umgekehrt codiert, da es sich hierbei um Aussagen mit positiver Gefühlslage handelt. Da

---

<sup>164</sup> Vgl. Grimm, 1999, S. 275f

<sup>165</sup> Vgl. Grimm 1999, S. 253

beim Ankreuzen der Antwortmöglichkeit „fast nie“ (bzw. bei den Statements 3, 4 und 7 die Option „fast immer“) keine Angsttendenz zu erkennen ist, wurde dies nicht mit dem Wert 1, sondern mit dem Wert 0 codiert.

Die zehn Statements ergeben in Summe einen Gesamtwert, der die allgemeine Tendenz zu Ängstlichkeit beschreibt. Insgesamt sind so bis zu 70 Punkte zu erreichen, das allgemeine Angstniveau ist umso höher, je größer die Punktzahl ist. Um die Ergebnisse ideal nützen und interpretieren zu können, wurden die Probanden anhand ihrer Antworten in zwei Gruppen gegliedert. Personen, die einen Gesamtwert über 35 erreichten, wurden als Menschen mit tendenziell hoher Angsttendenz eingestuft. Bei einem Wert unter 35 Punkten wird von einem tendenziell niedrigen Ängstlichkeitsniveau gesprochen.

Eine weitere essentielle Dimension, welche im Zuge der empirischen Studie analysiert werden sollte, ist *Sensation Seeking*. Um dieses Merkmal erheben zu können, wurde ein von Grimm entwickelter Kurzttest zur Erlebnissuche auf Basis des Konzepts von Zuckerman verwendet. Darin wurde der Originaltest stark verkürzt und auf acht Items reduziert, wobei die Subskalen *Gefahr- und Abenteuersuche*, *Erfahrungssuche*, *Enthemmung* und *Empfänglichkeit für Langeweile* mit jeweils zwei Items repräsentiert sind.

Ähnlich wie bei der Dimension Kontrollerwartung musste sich die Versuchsperson immer zwischen zwei Aussagen für jenes Statement entscheiden, das eher ihren Überzeugungen entspricht. Durch diese erzwungene Auswahl der Statements (Forced choice) konnte die jeweilige Person zwischen 0 und 8 Punkte erreichen, wobei sich der Testwert durch die Addition der einzelnen Itemeinzelwerte (0 bei ausgewählter Low Sensation Seeking Aussage, 1 bei ausgewählter High Sensation Seeker Alternative) errechnen lässt.<sup>166</sup>

---

<sup>166</sup> Vgl. Grimm, 1999, S. 245f

Folgende Aussagen standen bei der Befragung zum Thema Sensation Seeking zur Auswahl:

<b>Gefahr- und Abenteuersuche</b>
Ich würde gerne einen Fallschirmsprung versuchen. (Wert: 1)
Ich würde nie mit einem Fallschirm aus dem Flugzeug springen. (Wert: 0)
Ich mache manchmal gerne Dinge, die ein bisschen angsteinflößend sind. (Wert: 1)
Als vernünftiger Mensch vermeide ich riskante Dinge. (Wert: 0)
<b>Erfahrungssuche</b>
Ich erkunde gerne eine neue Stadt, auch wenn ich mich verirren könnte. (Wert: 1)
An Orten die ich nicht gut kenne, versuche ich mich einer Reisegruppe anzuschließen. (Wert: 0)
Ich mag am liebsten Freundschaften, die einen immer wieder Überraschungen und Aufregungen bringen. (Wert: 1)
Ich bevorzuge Freundschaften die zuverlässig und beständig sind. (Wert: 0)
<b>Enthemmung</b>
Ich liebe ausgelassene, wilde Partys. (Wert: 1)
Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen. (Wert: 0)
Ich liebe aufregende und neue Erfahrungen auch wenn sie manchmal unkonventionell oder illegal sind. (Wert: 1)
Ich bin nicht darauf aus, um jeden Preis neue und aufregende Erlebnisse zu haben. (Wert: 0)
<b>Empfänglichkeit für Langeweile</b>
Es gibt Filme, die ich mir auch ein zweites oder drittes Mal ansehen würde. (Wert: 0)
Meistens langweilt es mich, Filmwiederholungen zu sehen. (Wert: 1)
Überdrehte Menschen nerven mich. (Wert: 0)
Ich kann Langweiler nicht ausstehen. (Wert: 1)

**Tabelle 3:** Kurztest Sensation Seeking

Um die Hypothesen prüfen zu können, wurden die Versuchspersonen anhand ihres Gesamtwerts in *Low Sensation Seeker* (0-4 Punkte) und *High Sensation Seeker* (5-8 Punkte) eingeteilt. Außerdem wurden die Ergebnisse der einzelnen Teilbereiche nach Zuckerman, wie *Gefahr- und Abenteuersuche*, *Erfahrungssuche*, *Enthemmung* und *Empfänglichkeit für Langeweile* analysiert.

Als letzte Dimension der psychosozialen Messgrößen wurde die *Ambiguitätstoleranz* der Versuchspersonen gemessen. Im Zuge der Untersuchung wurden die Versuchspersonen dabei sowohl bezüglich ihrer *verbalen*, als auch ihrer *visuellen Ambiguitätstoleranz* befragt. Für die Ermittlung der Persönlichkeitsdimension *verbale Ambiguitätstoleranz* wurde ein Test nach Jack Reis herangezogen, der ursprünglich 40 Items umfasst hatte. In dieser Erhebung konzentrierte sich das Interesse auf die beiden Bereiche *Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbaren Problemen* und *Ambiguitätstoleranz der Offenheit für neue Erfahrungen*. Die insgesamt 14 Items konnten von den Befragten auf einer achtstufigen Skala mit den Polen „trifft auf mich nie zu“ und „trifft auf mich immer zu“ bewertet werden.<sup>167</sup>

### **Statements zur Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen**

1a. Probleme, die mir als unlösbar erscheinen, empfinde ich als persönliche Herausforderung.
2a. Mit Problemen, die mir unlösbar erscheinen, würde ich mich nicht ernsthaft beschäftigen wollen.
3a. Auch für viel Geld würde ich meine Zeit nicht mit Problemen vergeuden, die mir unlösbar erscheinen.
4a. Probleme, die mir unlösbar erscheinen, versuche ich zu umgehen.
5a. Es erscheint mir sinnlos, mich mit Problemen zu beschäftigen, die mir unlösbar erscheinen.
6a. Eine Beschäftigung mit Problemen, die mir als unlösbar erscheinen, kann auch dann für mich von Nutzen sein, wenn ich sie nicht lösen werde.

**Tabelle 4:** Kurztest zu Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen

<sup>167</sup> Vgl. Reis, J.: Inventar zur Messung der Ambiguitätstoleranz. Heidelberg: Asanger. 1996.

## Statements zur Ambiguitätstoleranz der Offenheit für neue Erfahrungen

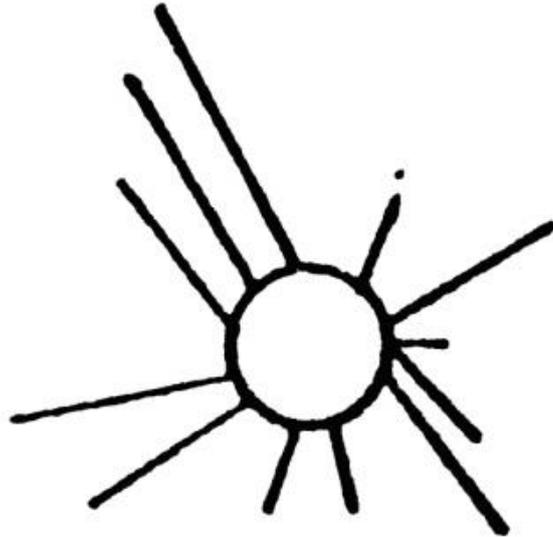
1b. Ich kann mich leicht für neue Hobbys begeistern.
2b. Ich weiß gern im Voraus, was mich in meinem Urlaub erwarten wird.
3b. Ich gehe am liebsten auf Partys, auf denen ich neue Menschen kennen lernen kann.
4b. Ich mag es nicht, in irgendeiner Weise überrascht zu werden.
5b. Ich interessiere mich für ausländische Sitten und Gebräuche.
6b. Es macht mir manchmal Spaß, mit meinen Bekannten neuen Unternehmungen durchzuführen.
7b. Ich brauche eine vertraute Umgebung, um mich wohlfühlen.
8b. Ich fahre gern in Länder, die ich noch nicht kenne.

**Tabelle 5:** Kurzttest zu Ambiguitätstoleranz gegenüber Offenheit für neue Erfahrungen

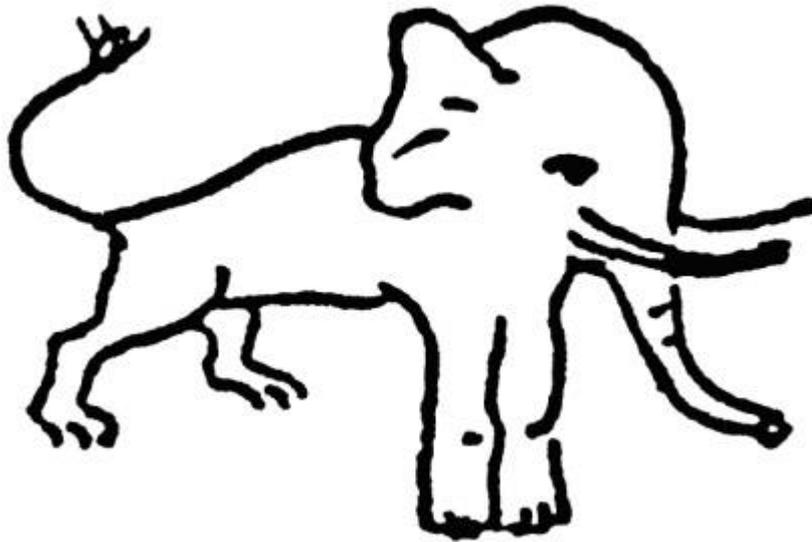
Um einen zusammenfassenden Testwert zu erreichen, wurden die jeweiligen Antwortmöglichkeiten mit Werten von 1 bis 8 versehen. Aus den Werten der gegebenen Antworten wurde eine Summe gebildet, wobei die Items 1a, 6a, 1b, 3b, 5b, 6b und 8b umcodiert wurden. Um einen prozentuellen Endwert zu erreichen, wurde die Summe anschließend mit dem Faktor 100 multipliziert und durch die Anzahl der Statements (14) dividiert.

Um visuelle Ambiguitätstoleranz messen zu können, wurde ein Test herangezogen, den Grimm bereits 1991 verwendet hatte. Dabei wurden der Versuchsperson acht Bilder gezeigt, mit der Anweisung, sie danach zu beurteilen, wie die Bilder auf die Person wirken.

Auch hier reichte die Skala über acht Stufen, beginnend mit „angenehm“, was mit dem Wert 1 codiert wurde, und endend mit „unangenehm“, was dem Wert 8 entsprach. Je höher der durch die addierten Einzelwerte zustande gekommene Gesamtwert war, desto geringer ist die Ambiguitätstoleranz der Versuchsperson. Eines der acht Bilder, das ein Pferd zeigt, wurde umgekehrt codiert, da es sich dabei um keinen mehrdeutigen oder widersprüchlichen Reiz handelte.



**Abbildung 4:** Bild 1 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz



**Abbildung 5:** Bild 2 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz



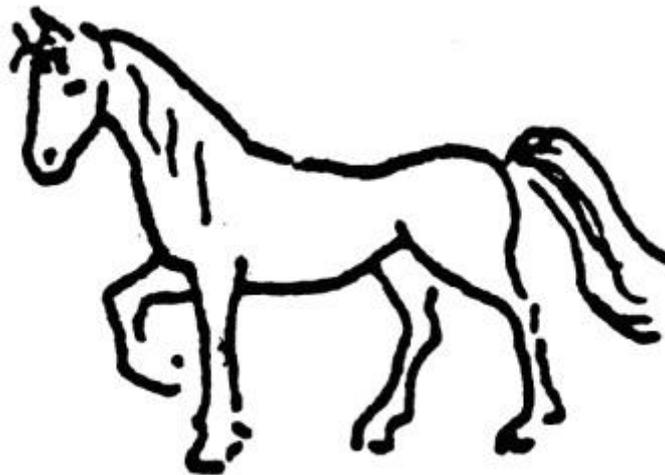
**Abbildung 6:** Bild 3 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz



**Abbildung 7:** Bild 4 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz



**Abbildung 8:** Bild 5 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz



**Abbildung 9:** Bild 6 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz

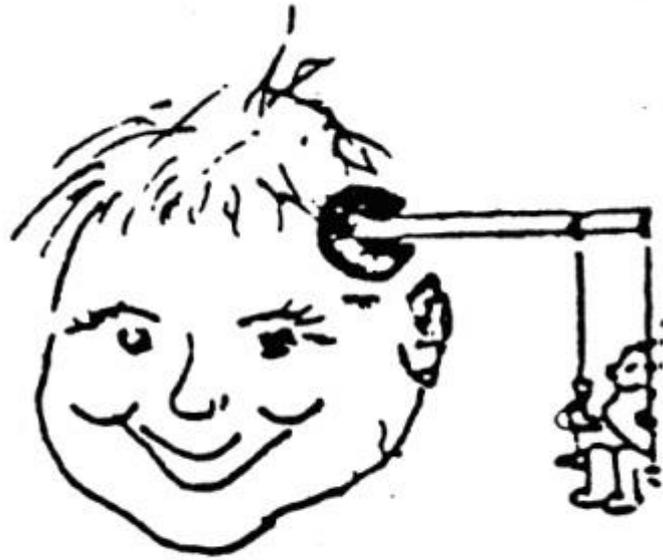


Abbildung 10: Bild 7 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz

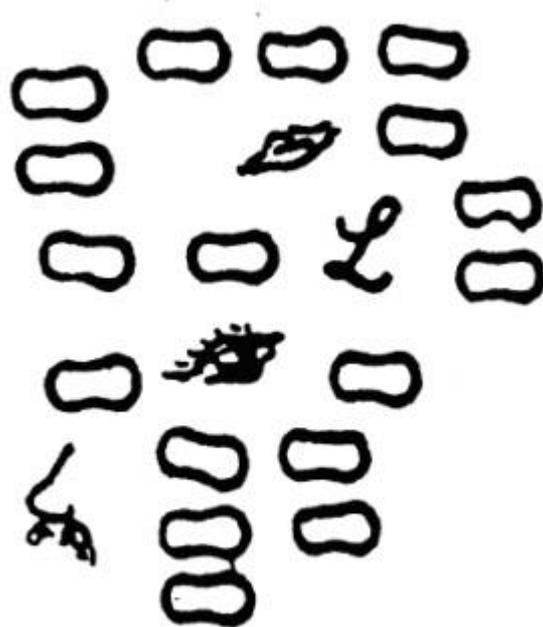


Abbildung 11: Bild 8 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz

Die Bilder wurden im Online-Fragebogen automatisch nach dem Zufallsprinzip rotiert, so dass die Reihenfolge der Bilder nicht bei allen Teilnehmern der Studie gleich war. So sollte eine mögliche Verfälschung der Ergebnisse verhindert werden.

### **8.3.2 Humor-Dispositions-Test (HDT)**

Die Humordisposition der Probanden wurde anhand eines Humor-Dispositions-Tests (HDT) von Grimm erhoben. Dabei werden Dimensionen aus den Bereichen *Humorstil*, *Humorfähigkeit* und *Humorkontrolle* erhoben. Die für die vorliegende Arbeit relevanten Subdimensionen, die unverändert in den Fragebogen übernommen wurden, sind *Humor in der sozialen Hierarchie*, *Lachen in der sozialen Gruppe* (Ingroup-Outgroup-Orientierung), *Universalität des Humors*, *Humorgeschmack* (aktiv, passiv & im TV) und *Grenzen des Humors*. Weiters wurde die Frage nach der allgemeinen Affinität zu Humor und eine weitere Frage zur moralischen Vertretbarkeit von Humor zu bestimmten Themen hinzugefügt.

Um *Humor in der sozialen Hierarchie* untersuchen zu können, wurde in diesem Test ein Szenario verwendet, in dem eine Person stolpert. Die Probanden sollten anhand einer sechsstufigen Skala, die von „sehr lustig“ bis „gar nicht lustig“ reicht, angeben, wie lustig sie dies bei verschiedenen Personen finden würden. Durch die Antworten wird klar, ob die Versuchsperson eher zu Überlegenheitslachen neigt, oder der Hang zu karnevalesker Umkehrung stärker ausgeprägt ist. Hohe Werte beim Lachen über Kinder, Bettler, Behinderte, Ausländer oder Obdachlose sind demnach ein Hinweis auf Ersteres, Amusement über Politiker, Priester, Lehrer, Professoren, Vorgesetzte und Staatsoberhäupter eher ein Zeichen für Zweiteres. Der Clown wird als Einzelitem behandelt, da hier keine eindeutige Auf- bzw. Abwärtstendenz des Lachens bestimmt werden kann.

Um das *Lachen in der sozialen Gruppe* zu untersuchen, werden Probanden gefragt, über wen bevorzugt gelacht wird. Dabei stehen sich immer zwei Gruppen gegenüber, die Versuchsperson musste bestimmen, über wen sie lieber lacht. Beispielsweise stehen sich die Gruppen Männer und Frauen gegenüber, je weiter links die Versuchsperson ankreuzt, desto eher lacht sie über Männer, je weiter rechts angekreuzt wird, desto eher wird über Frauen gelacht. Dabei werden Gruppen anhand des Geschlechts, der Ausbildung, des Studienschwerpunkts, der Herkunft und der religiösen Orientierung gebildet. In Kombination

mit den soziodemographischen Daten der betreffenden Person kann so eine Ingroup- bzw. Outgroup-Orientierung nachgewiesen werden.<sup>168</sup>

Im Zuge der Auswertung wurden die Teilnehmer der Befragung anhand ihrer Antworten in zwei Gruppen eingeteilt. Auf der sechsstufigen Skala konnten die Probanden durch das Ankreuzen eines der ersten drei Kästchen die eine Tendenz angeben, die drei Kästchen auf der anderen Seite gaben die jeweils andere Tendenz an. Ein kurzes Beispiel sei hier graphisch dargestellt:

Ich bevorzuge Witze über...

Gläubige	<input type="checkbox"/>	Nicht-Gläubige					
----------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

Gaben die Probanden öfter an, über Gruppen zu lachen, denen sie selbst nicht angehören, wurden sie als Personen mit Outgroup-Orientierung eingestuft, bei häufigerer Zustimmung zum Lachen über eigene Gruppen als Menschen mit Ingroup-Orientierung. Insgesamt beinhaltete der Test sieben gegensätzliche Gruppenpaare, durch die ungerade Anzahl konnte sichergestellt werden, dass alle Teilnehmer der Befragung einem der beiden Typen zugeordnet werden können.

Die Dimension *Universalität des Humors* beschreibt vor Allem die Fähigkeit, über sich selbst zu lachen und Witze von Anderen über die eigene Person zu akzeptieren. Auch diese Dimension wird im Humor-Dispositions-Test mithilfe einer sechsstufigen Skala erhoben. Die Probanden mussten den Grad ihrer Zustimmung zu bestimmten Statements bekanntgeben. Aus der Indexbildung ergab sich die Möglichkeit, neben der Universalität und der Spezifität des Humors auch die Tendenz zu *Selbsthumor* zu untersuchen.

Die nächste Subdimension beschäftigt sich mit dem individuellen Humorgesmack. Dabei gliedert sich die Variable in drei Bereiche: aktiver Humorgesmack (Humorarten, die selbst eingesetzt werden), passiver Humorgesmack (Zuspruch zu Humorarten, wenn Andere sie einsetzen) und Humorgesmack bei TV-Sendungen. In der Kategorisierung der verschiedenen Arten von Humor wird zwischen *derbem* (Vulgäre Witze, Spott & Häme, Schwarzer Humor) und *feinsinnigem Humor* (Hintergründige Witze, Ironie, Sarkasmus)

---

<sup>168</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 13ff

unterschieden. Weiters werden die verschiedenen humoristischen TV-Inhalte in die Gruppen *Missgeschicke Anderer in den Medien*, *traditioneller volkstümlicher Humor*, *moderne Comedy*, *politischer Medienhumor* und *reflexiver Medienhumor* unterteilt. Die Probanden wurden nach ihrer persönlichen Vorliebe für die genannten Humorarten befragt.

Als letzte Dimension des Humor-Dispositions-Tests wurde die Variable *Grenzen des Humors* untersucht. Durch die Anwendung eines Summenindex wurde hierbei erhoben, über welche Personen keine Witze gemacht werden dürfen. Aus einer Liste mussten die Probanden jene Personen wählen, über die ihrer Meinung nach nicht gelacht werden sollte. Weiters bestand für die Testpersonen die Möglichkeit, Personen, über die ihrer Meinung nach nicht gelacht werden sollte und die nicht auf der vorgegebenen Liste stehen, selbst aufzuschreiben.

Passend zum Themenfeld *Grenzen des Humors* wurde dem *Humor-Dispositions-Test* (HDT) noch eine weitere Frage hinzugefügt. Darin wurden die Probanden gefragt, ob man sich über bestimmte Themen lustig machen dürfe. Zur Beurteilung standen dabei Religion, politische Weltanschauung, Tod, Sexualität und Nationalität. Die Dimension wurde mit der Bezeichnung *Humor als moralische Instanz* benannt. Dies kann durchaus auch als ergänzende Kontrollfrage verstanden werden.

### **8.3.3 Soziodemographische Daten**

Um die Ergebnisse der bisher beschriebenen Tests so effektiv wie möglich nutzen zu können, war es auch notwendig, einige soziodemographische Daten der Versuchspersonen zu erheben. Einige dieser Dimensionen waren außerdem unbedingt notwendig, um die Forschungsfragen beantworten und die Hypothesen überprüfen zu können. So wurde nach dem Alter, dem Geschlecht, dem Herkunftsland, der höchsten abgeschlossenen Ausbildung und dem Studienschwerpunkt gefragt.

Dadurch war es möglich, Gruppen, die sich in einigen dieser Dimensionen voneinander abgrenzen ließen, im Bezug auf ihre Humordispositionen miteinander zu vergleichen.

### **8.3.4 Politische und religiöse Einstellung**

Neben den soziodemographischen Daten war es auch wichtig, weitere persönliche Ansichten und Einstellungen der Probanden zu ermitteln. Für einige Hypothesen war es unerlässlich, nach der politischen und religiösen Orientierung, dem politischen Interesse und nach dem Ausmaß der Religionsausübung zu fragen. Den Befragten wurde dabei versichert, dass die Daten völlig anonym behandelt und ausschließlich für die Auswertung dieser Erhebung genutzt werden.

Für die Auswertung wurde das Statistik-Programm SPSS Statistics 22.0 verwendet.

Der vollständige Fragebogen der Erhebung befindet sich im Anhang dieser Arbeit (Seite 166).

## 9 Ergebnisse

Im folgenden Teil der Arbeit werden die Ergebnisse der Erhebung vorgelegt. Zunächst folgt eine ausführliche Beschreibung der Stichprobe, danach werden jene Korrelationen, durch welche die formulierten Hypothesen geprüft werden können, analysiert und die Forschungsfragen behandelt. Im letzten Unterkapitel werden weitere Korrelationen und Ergebnisse präsentiert.

### 9.1 Stichprobenbeschreibung

Die zu untersuchende Stichprobe setzte sich aus Gründen der leichteren Realisierbarkeit aus deutschsprachigen Studenten zusammen. Aufgrund der geringen Anzahl der Probanden muss an dieser Stelle auf jeden Fall festgehalten werden, dass die Befragung nicht als repräsentativ bezeichnet werden kann.

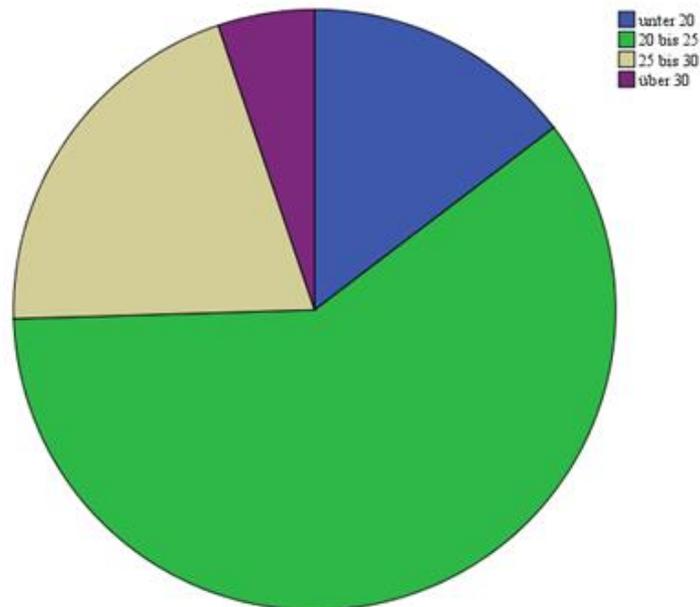
Insgesamt füllten 251 Personen den Fragebogen bis zum Schluss aus, weitere 93 Personen brachen die Befragung vorzeitig ab. Von den 251 Probanden, die auch die letzte Frage beantworteten, übersprangen einige Versuchspersonen eine oder mehrere Fragen, ohne darauf zu antworten. Die Antworten jener Personen finden daher in der Auswertung keine Beachtung. Für die Auswertung wurden lediglich die Daten jener 212 Personen verwendet, die den gesamten Fragebogen ausgefüllt haben. Für die Überprüfung der Hypothesen und Korrelationszusammenhänge wurde vorwiegend der Spearman-Rangkorrelationskoeffizient verwendet, da es sich zum größten Teil um ordinale und nominale Skalen handelt.

#### 9.1.1 Alter

		Alter			
N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	unter 20	31	14,6	14,6	14,6
	20 bis 25	127	59,9	59,9	74,5
	25 bis 30	43	20,3	20,3	94,8
	über 30	11	5,2	5,2	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

Tabelle 6: Alter

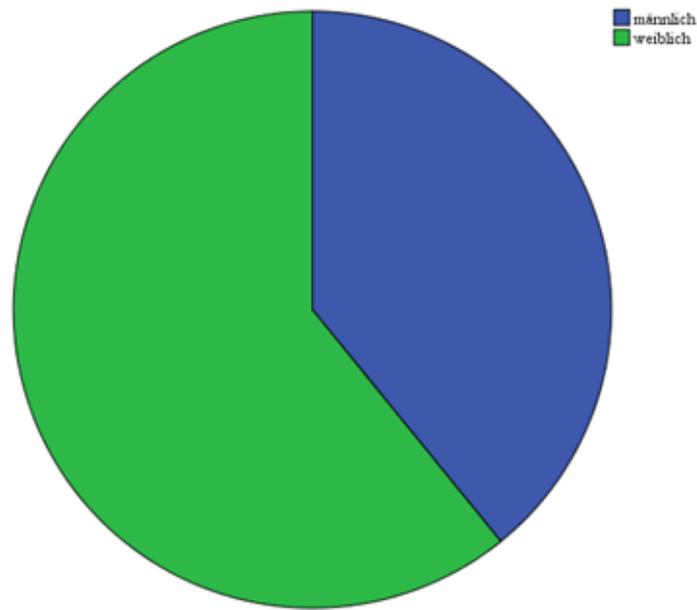
Etwa zwei Drittel der Befragten waren zwischen 20 und 25 Jahre alt, was aufgrund der Tatsache, dass sich die Stichprobe ausschließlich aus Studenten zusammensetzte, logisch erscheint. Etwa ein Fünftel der Befragten waren zwischen 25 und 30 Jahre alt.



**Abbildung 12:** Graphische Darstellung der Verteilung nach Alter

### 9.1.2 Geschlecht

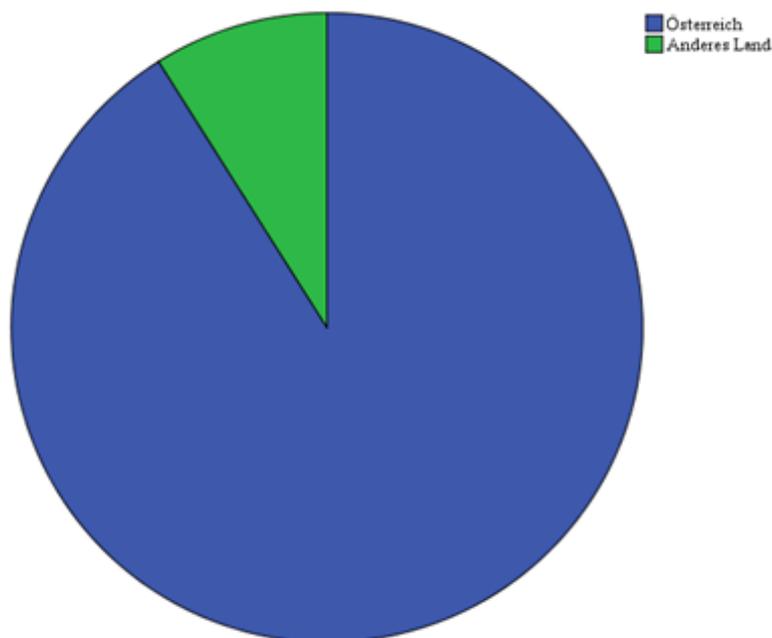
Was das Geschlecht betrifft, so ist ein klares Übergewicht an weiblichen Probanden zu erkennen, allerdings ist der prozentuelle Anteil der männlichen Teilnehmer hoch genug, so dass von einer verwertbaren Stichprobe gesprochen werden kann. 39,2% der Befragten waren männlich, 60,8% weiblich.



**Abbildung 13:** Graphische Darstellung der Verteilung nach Geschlecht

### 9.1.3 Herkunft

Obwohl es sich bei der Erhebung um eine Online-Umfrage handelte, stammten neun von zehn Befragten aus Österreich. Dies hängt mit Sicherheit auch mit den Facebook-Gruppen, in denen der Link zur Befragung platziert wurde, zusammen. Dennoch überrascht es ein wenig, da gerade in Wien Studenten aus vielen anderen Ländern leben.



**Abbildung 14:** Graphische Darstellung der Verteilung nach Herkunft

### 9.1.4 Studienschwerpunkt

Die Probanden, die allesamt Studenten waren, wurden auch nach dem Schwerpunkt ihres Studiums befragt. Dadurch wurde die Voraussetzung geschaffen, dass Studenten mit Kommunikationsschwerpunkt und Studenten mit anderem Schwerpunkt im Bezug auf ihre Humordisposition miteinander verglichen werden können. Die Aufteilung der Probanden im Sample nach Studienschwerpunkt war erfreulicherweise sehr ausgeglichen.

		Studienschwerpunkt			
N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Studium mit Schwerpunkt Kommunikation	108	50,9	50,9	50,9
	Studium mit anderem Schwerpunkt	104	49,1	49,1	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 7:** Studienschwerpunkt

Die äußerst geringe Mehrheit der Probanden studiert ein Fach mit Schwerpunkt Kommunikation. Im Zuge der Untersuchung wurde nicht erhoben, welche konkreten Fächer die Studenten mit anderem Schwerpunkt studieren, entscheidend war lediglich der Unterschied zwischen Studenten, die sich hauptsächlich mit Kommunikation befassen, und solchen, die ein Fach studieren, bei dem Kommunikation nicht den Studienschwerpunkt darstellt.

### 9.1.5 Affinität zu Humor

Die nächste Dimension, die analysiert werden sollte, ist die Einschätzung der Befragten zu ihrer eigenen persönlichen Affinität zu Humor. Die Ergebnisse zu dieser Frage sind insofern bemerkenswert, als dass sich nur eine sehr kleine Minderheit selbst als wenig humorvoll beschreibt.

Dies könnte allerdings auch zum Teil auf die soziale Erwünschtheit der Antworten zurückzuführen sein. Die Stichprobe setzte sich ausschließlich aus jungen Menschen zusammen. In dieser Altersstufe könnte eine hohe Affinität zu Humor noch stärker als positive und somit erstrebenswerte Eigenschaft gelten als in anderen Altersklassen.

### Affinität zum Humor

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	gar nicht humorvoll	1	,5	,5	,5
	2	3	1,4	1,4	1,9
	3	4	1,9	1,9	3,8
	4	6	2,8	2,8	6,6
	5	15	7,1	7,1	13,7
	6	60	28,3	28,3	42,0
	7	71	33,5	33,5	75,5
	sehr humorvoll	52	24,5	24,5	100,0

**Tabelle 8:** Affinität zum Humor

Auf dieser achtstufigen Skala schätzten sich 93,4% der Befragten mindestens eher humorvoll ein. Im Gegenzug beschrieben sich lediglich 6,6% als gar nicht oder nur wenig humorvoll.

#### 9.1.6 Interesse an Politik

Weiters wurde das Interesse der Probanden an Politik im Allgemeinen abgefragt. Dabei gaben nur drei von 212 Personen an, gar nicht an Politik interessiert zu sein. Beinahe ein Drittel der Stichprobe stufte das eigene Interesse an Politik als eher groß ein, was sich durch die Antworten der sechsten Stufe der achtstufigen Skala zeigt.

### Interesse an Politik

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	gar nicht	3	1,4	1,4	1,4
	2	19	9,0	9,0	10,4
	3	17	8,0	8,0	18,4
	4	14	6,6	6,6	25,0
	5	34	16,0	16,0	41,0
	6	63	29,7	29,7	70,8
	7	38	17,9	17,9	88,7
	sehr stark	24	11,3	11,3	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 9:** Interesse an Politik

In einer graphischen Darstellung wird das große selbst eingeschätzte Interesse am politischen Geschehen noch eindeutiger sichtbar. Entgegen der weit verbreiteten Behauptung, dass vor allem junge Menschen der Politik immer mehr überdrüssig werden, stufte sich nur ein Viertel der Befragten als eher nicht an Politik interessiert ein.

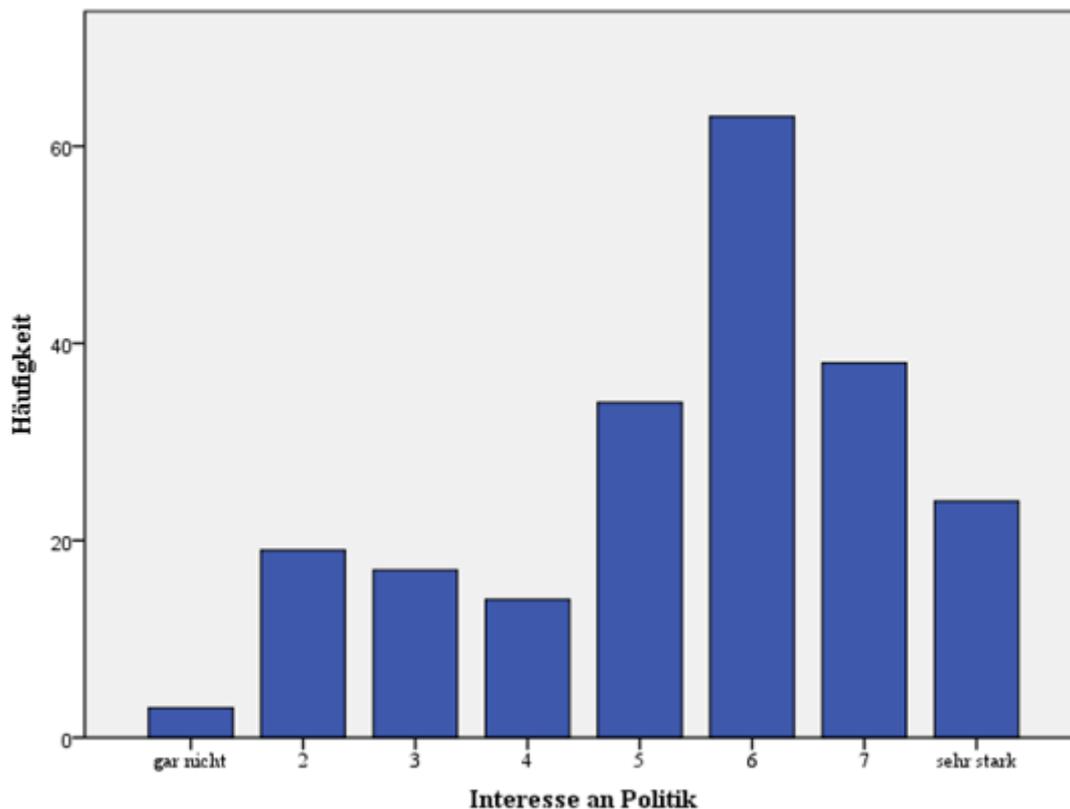


Abbildung 15: Graphische Darstellung des Interesses an Politik

### 9.1.7 Politische Gesinnung

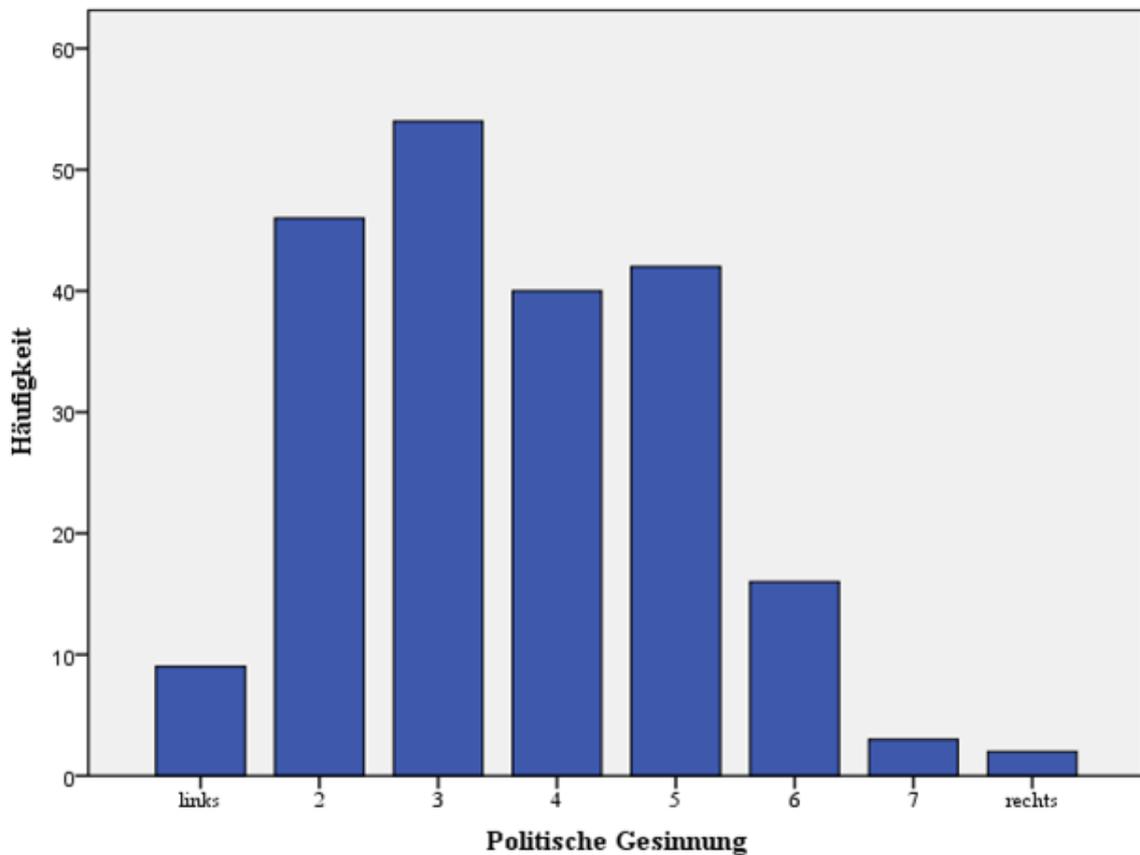
Was die politische Orientierung betrifft, so ist eine klare Tendenz zur politischen Linken zu beobachten. Teilt man hier die achtstufige Skala in eine linke und eine rechte Hälfte, sehen sich 70% der Befragten auf der linken Hälfte. Die Polenden wurden auch hier nur sehr selten angekreuzt.

Von den 212 Personen, die den Fragebogen vollständig ausfüllten, sahen sich lediglich zwei in der politischen Landschaft extrem rechts, während neun Probanden ganz links ankreuzten.

### Politische Gesinnung

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	links	9	4,2	4,2	4,2
	2	46	21,7	21,7	25,9
	3	54	25,5	25,5	51,4
	4	40	18,9	18,9	70,3
	5	42	19,8	19,8	90,1
	6	16	7,5	7,5	97,6
	7	3	1,4	1,4	99,1
	rechts	2	,9	,9	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 10:** Politische Gesinnung



**Abbildung 16:** Graphische Darstellung der Verteilung politischer Gesinnung

### 9.1.8 Religiöse Orientierung

Nicht nur das Interesse an Politik und die politische Gesinnung wurden abgefragt, auch die religiöse Orientierung und der Grad der Religionsausübung im Alltag wurden in der Untersuchung erhoben. Aufgrund der Tatsache, dass der Link zur Befragung in einigen

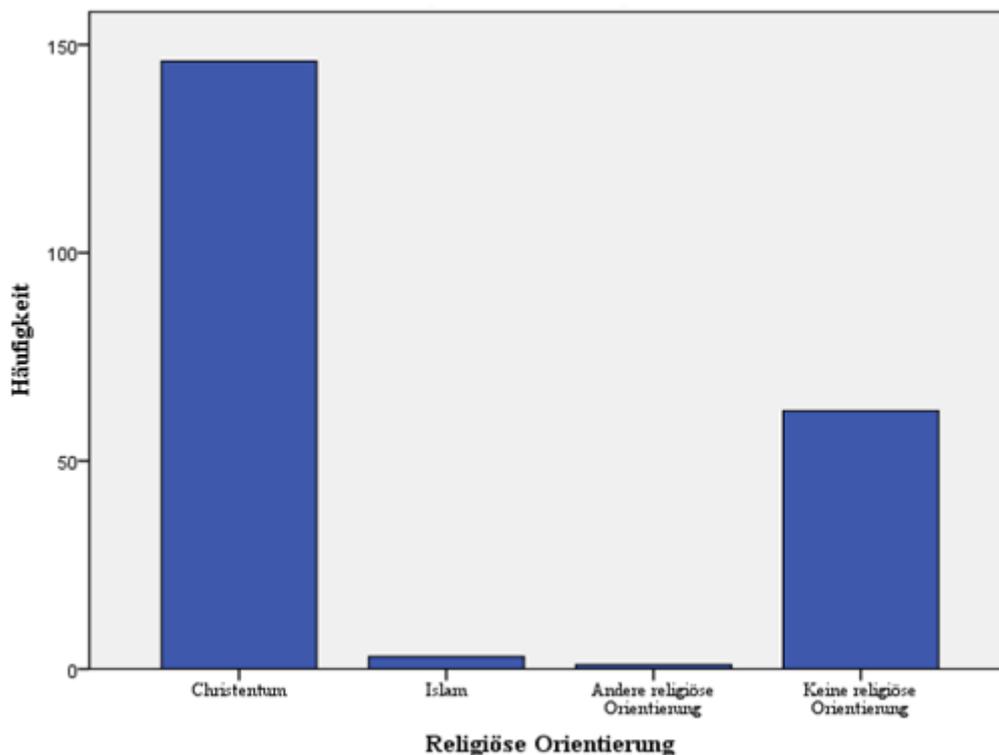
Online-Foren von Studenten der Universität Wien platziert wurde, ist es wenig verwunderlich, dass die überwiegende Mehrheit der Probanden Christen sind.

### Religiöse Orientierung

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Christentum	146	68,9	68,9	68,9
	Islam	3	1,4	1,4	70,3
	Andere religiöse Orientierung	1	,5	,5	70,8
	Keine religiöse Orientierung	62	29,2	29,2	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 11:** Religiöse Orientierung

Da die Anzahl der dem Islam zugehörigen Probanden derart gering ist, scheint es nicht sinnvoll, Christen und Muslime miteinander zu vergleichen. Vielmehr erscheint es zielführend, Menschen mit religiöser Orientierung und Personen ohne religiöser Orientierung, die immerhin knapp ein Drittel der Stichprobe ausmachen, in Hinblick auf die Humordisposition miteinander zu vergleichen.



**Abbildung 17:** Graphische Darstellung der religiösen Orientierung

## 9.1.9 Ausmaß der Religionsausübung

Neben der religiösen Orientierung wurde auch nach dem Grad der Religionsausübung gefragt. Bei der Auswertung fällt auf, dass die klare Mehrheit ihre Religion kaum bzw. gar nicht auslebt.

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	gar nicht	68	32,1	32,1	32,1
	2	45	21,2	21,2	53,3
	3	26	12,3	12,3	65,6
	4	12	5,7	5,7	71,2
	5	19	9,0	9,0	80,2
	6	20	9,4	9,4	89,6
	7	14	6,6	6,6	96,2
	sehr stark	8	3,8	3,8	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 12:** Ausmaß der Religionsausübung

## 9.2 Psychosoziale Messgrößen

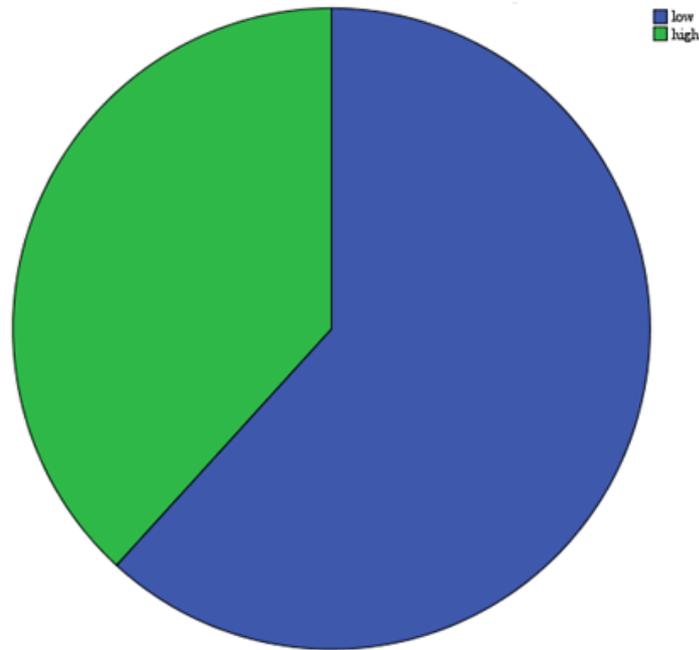
### 9.2.1 Sensation Seeking

Bei der Dimension *Sensation Seeking* wurde ein Summenindex aus den Einzelitems gebildet, um die Probanden in zwei Gruppen einteilen zu können. Personen mit einem Summenindex zwischen 0 und 4 Punkten wurden der Gruppe der *Low Sensation Seeker* zugeteilt, Probanden mit einem Summenindex zwischen 5 und 8 der Gruppe der *High Sensation Seeker* zugeordnet.

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	131	61,8	61,8	61,8
	high	81	38,2	38,2	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 13:** Sensation Seeking Typen

Etwa ein Drittel der Stichprobe kann demnach der Gruppe der *High Sensation Seeker* zugeordnet werden, zwei Drittel gehören zu den schwachen Erlebnissuchern. Eine graphische Darstellung soll dieses Ergebnis noch einmal verdeutlichen.



**Abbildung 18:** Graphische Darstellung der Sensation Seeking Typen

Durch die Aufspaltung der Dimension *Sensation Seeking* in vier Subkategorien ist es möglich, auch in den einzelnen Teilbereichen detaillierte Ergebnisse zu erzielen. Jeder Teilbereich wurde durch zwei Aussagenpaare, bei denen sich die Probanden jeweils für eine Aussage entscheiden mussten, untersucht. Dadurch kann es vorkommen, dass Probanden, die beim ersten Aussagenpaar die Aussage, die *Sensation Seeking* entspricht, und beim zweiten Aussagenpaar die Aussage, die *Sensation Seeking* nicht entspricht, gewählt haben, in diesem Teilbereich als unentschieden eingestuft werden müssen. Dies ist in den Tabellen durch die Mittelstufe mit der Zahl 1 zwischen *high* und *low* gekennzeichnet.

#### Enthemmung

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	81	38,2	38,2	38,2
	1,00	81	38,2	38,2	76,4
	high	50	23,6	23,6	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 14:** Sensation Seeking Typen im Teilbereich Enthemmung

Aus dieser Tabelle wird ersichtlich, dass je 38,2% in der Subkategorie *Enthemmung Low Sensation Seeker* bzw. unentschieden sind. Lediglich 23,6% der Befragten sind in diesem Teilbereich als *High Sensation Seeker* zu bezeichnen.

### Gefahr- und Abenteuersuche

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	45	21,2	21,2	21,2
	1,00	82	38,7	38,7	59,9
	high	85	40,1	40,1	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 15:** Sensation Seeking Typen im Teilbereich Gefahr- und Abenteuersuche

Anders als im Teilbereich *Enthemmung* sehen die Ergebnisse in der Subkategorie *Gefahr- und Abenteuersuche* aus. Hier sind die *High Sensation Seeker* die numerisch größte Gruppe des Samples, dicht gefolgt von unentschiedenen Personen, die sich bei den beiden Aussagenpaaren jeweils einmal für und einmal gegen das Statement, das *Sensation Seeking* entspricht, entschieden haben.

### Erfahrungssuche

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	26	12,3	12,3	12,3
	1,00	147	69,3	69,3	81,6
	high	39	18,4	18,4	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 16:** Sensation Seeking Typen im Teilbereich Erfahrungssuche

In der Subkategorie *Erfahrungssuche* ist die Zahl der unentschiedenen Probanden mit Abstand am Größten. Fast 70% lassen sich hier keiner der beiden Gruppen zuordnen. Jene Personen, bei denen eine Tendenz zu erkennen ist, sind mit einer kleinen Mehrheit High Sensation Seeker in der Subkategorie *Erfahrungssuche*.

### Empfänglichkeit für Langeweile

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	65	30,7	30,7	30,7
	1,00	114	53,8	53,8	84,4
	high	33	15,6	15,6	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 17:** Sensation Seeking Typen im Teilbereich Langeweile

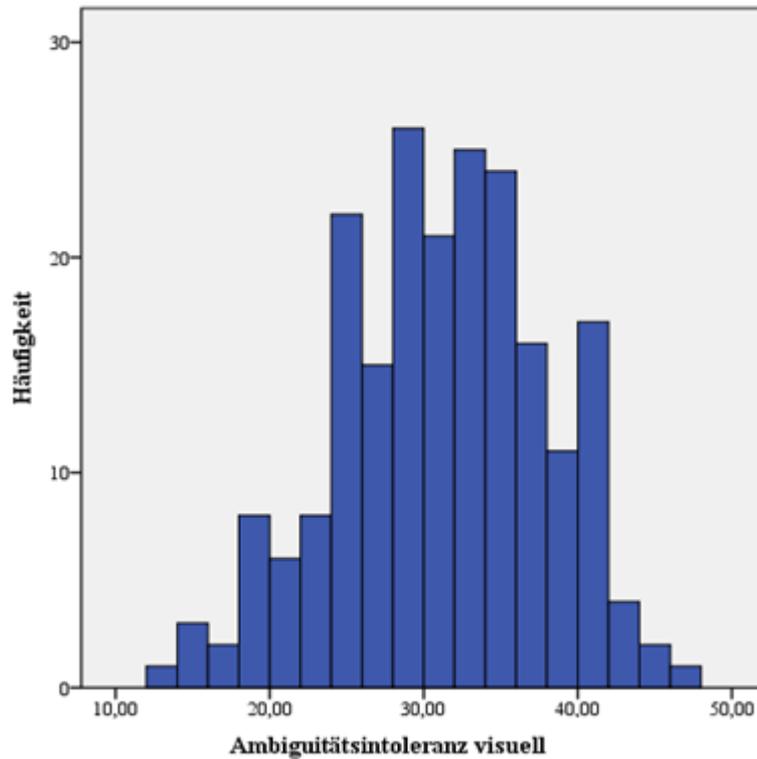
Betrachtet man nur die Subdimension *Empfänglichkeit für Langeweile* für sich, so fällt auf, dass es sich hierbei um jene Subkategorie mit der geringsten Anzahl von *High Sensation Seeking* handelt. Lediglich 15,6% der Stichprobe haben sich bei beiden Aussagenpaaren für jenes Statement entschieden, das *High Sensation Seeking* entspricht. Mehr als die Hälfte der Stichprobe war auch hier unentschieden.

#### 9.2.2 Ambiguitätstoleranz

Die Dimension *Ambiguitätstoleranz* wurde im Zuge der Erhebung auf zwei verschiedene Arten analysiert. Einerseits sollten die Probanden bei einem visuellen Test acht Bilder danach beurteilen, wie diese spontan auf sie wirken. Bei der Bewertung der Bilder kam ein Punktesystem zum Einsatz, das allerdings in umgekehrter Reihenfolge codierte; je unangenehmer ein Bild empfunden wurde, desto mehr Punkte, jedoch höchstens acht pro Bild konnten erreicht werden.

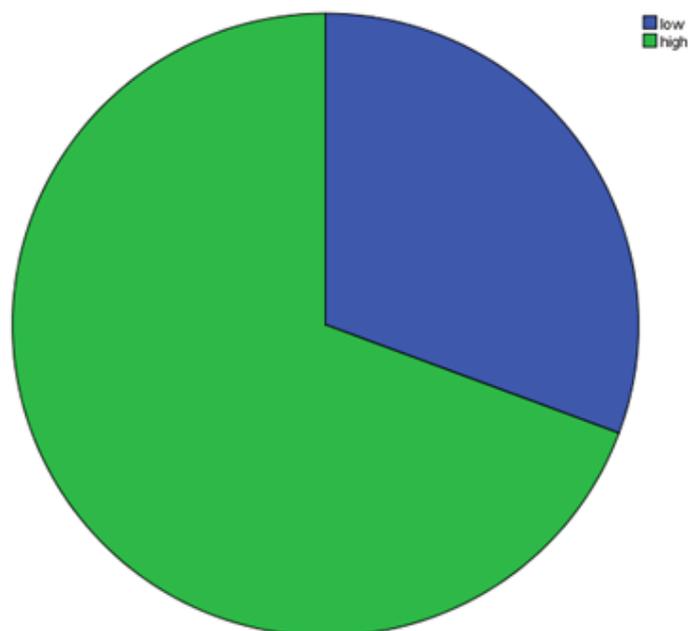
Wurde bei einem Bild das Polende „angenehm“ angekreuzt, floss diese Antwort allerdings nicht als Codierung mit einem Punkt, sondern ohne Punkt in die Berechnung mit ein. Dadurch konnten bei acht Bildern in Summe maximal 56 Punkte erreicht werden, was einer extremen Ambiguitätsintoleranz entsprechen würde.

Das folgende Diagramm zeigt, dass die überwiegende Mehrheit Testendwerte zwischen 30 und 40 Punkten erreicht hat. Daraus lässt sich schließen, dass es innerhalb der Stichprobe zu keinem großen Aufkommen von extremer Ambiguitätstoleranz oder extremer Ambiguitätsintoleranz gekommen ist.



**Abbildung 19:** Häufigkeit der visuellen Ambiguitätsintoleranz-Testendwerte

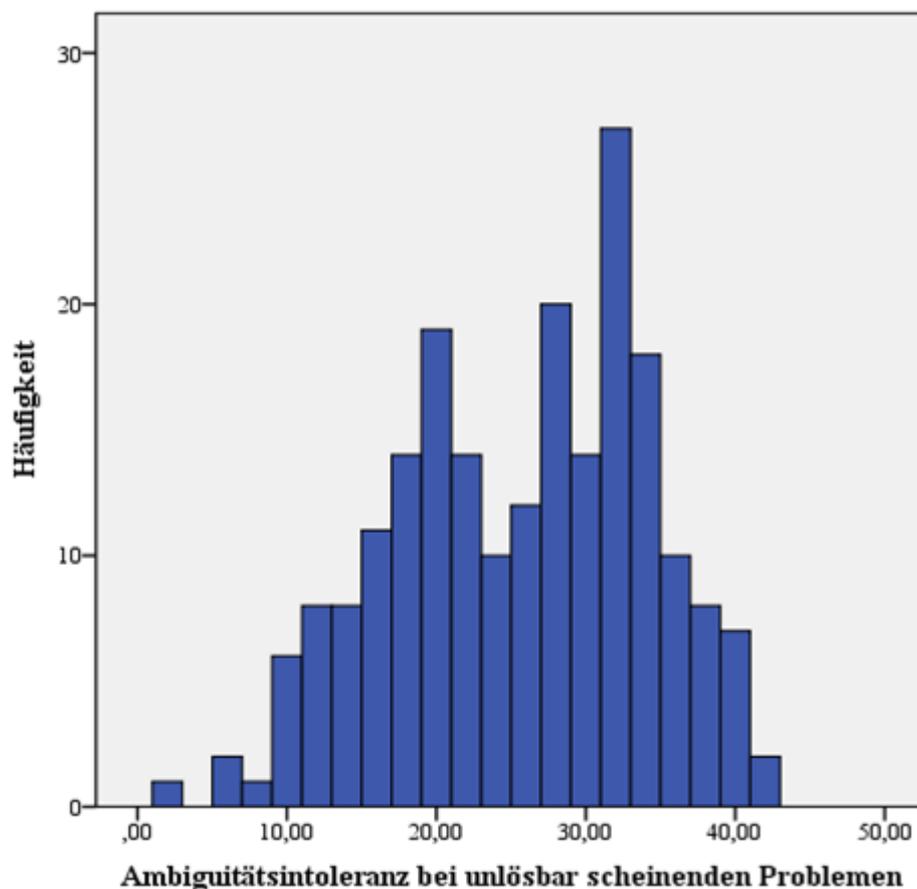
Eine Summierung der einzelnen Antworten führte letztendlich zu einem Testendwert. Anhand dieses Werts wurden die Probanden in Personen mit hoher Ambiguitätsintoleranz (Endwert > 28 Punkte) und Menschen mit niedriger Intoleranz gegenüber Ambiguitäten (Endwert < 28 Punkte) eingeteilt.



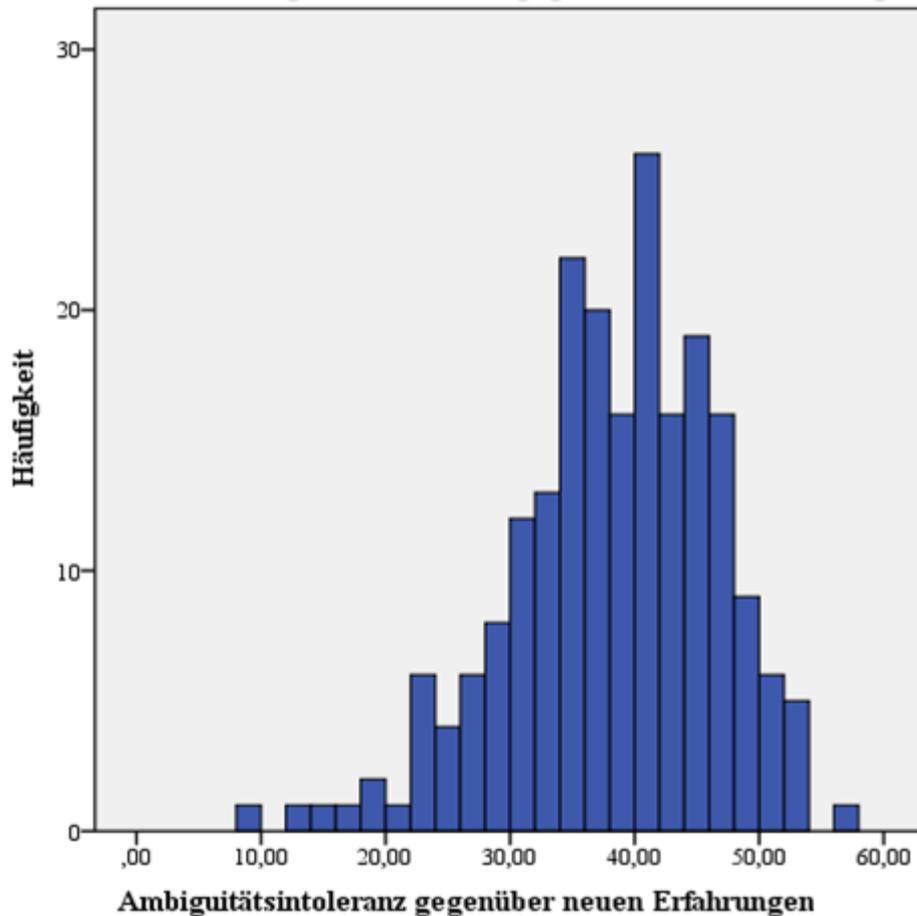
**Abbildung 20:** Graphische Darstellung der Verteilung der visuellen Ambiguitätsintoleranz-Typen

Entsprechend der oben beschriebenen Einteilung nach Typen kann festgehalten werden, dass lediglich 30,7% der Befragten als Menschen mit hoher visueller Ambiguitätstoleranz bzw. niedriger visueller Ambiguitätsintoleranz einzustufen sind. Die deutliche Mehrheit von 69,3% weist einen Gesamtwert auf, der auf eine klare Tendenz zu hoher visueller Ambiguitätsintoleranz hinweist.

In einem zweiten Schritt wurde die *verbale Ambiguitätstoleranz* gemessen. Hierbei kamen verschiedene Aussagen zu den beiden Themenblöcken *Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen* und *Ambiguitätstoleranz der Offenheit für neue Erfahrungen* zum Einsatz, welche die Testpersonen nach ihrer Zustimmung zum jeweiligen Statement beurteilen sollten. Die Vorgehensweise bei der Auswertung folgte dem gleichen Prinzip wie beim Test der visuellen Ambiguitätstoleranz. Die Ergebnisse wurden zunächst in den beiden Teilbereichen und anschließend als Gesamtvariable ermittelt.

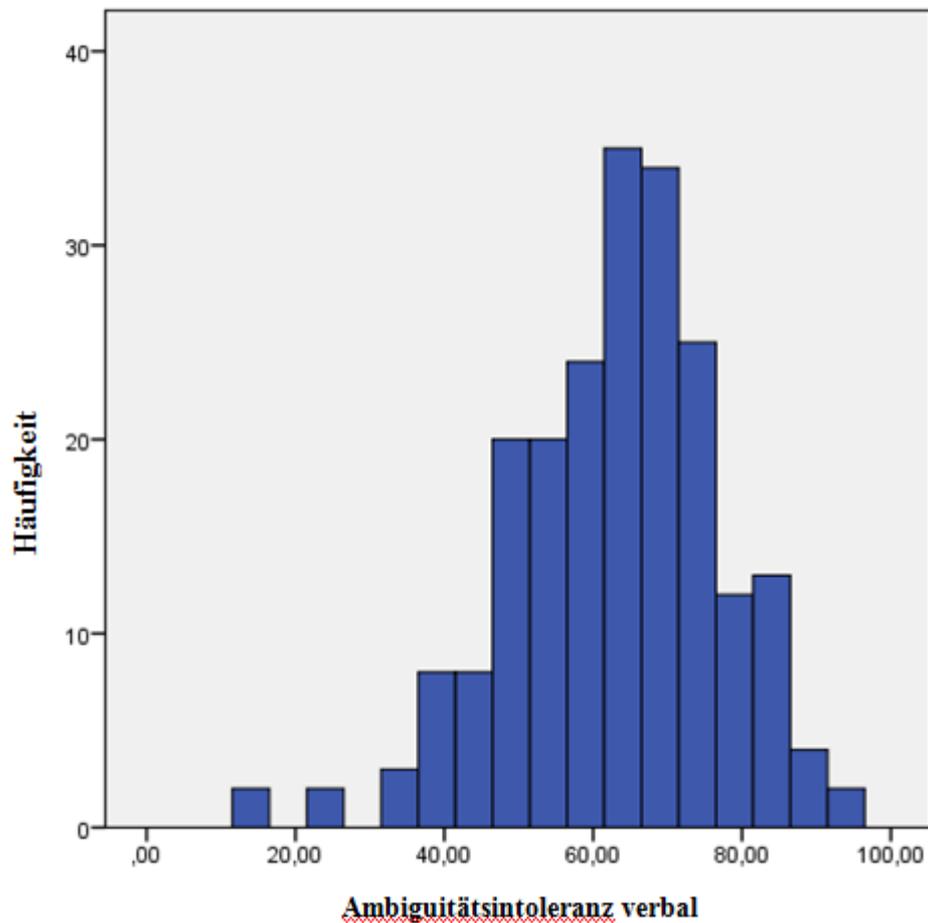


**Abbildung 21:** Häufigkeit der verbalen Ambiguitätstoleranz-Testendwerte gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen



**Abbildung 22:** Häufigkeit der verbalen Ambiguitätstoleranz-Testendwerte gegenüber neuen Erfahrungen

Bei näherer Betrachtung der beiden Diagramme ist eine allgemeine Tendenz zu verbaler Ambiguitätsintoleranz zu erkennen, in beiden Teilbereichen liegt der Mittelwert der Testendergebnisse deutlich über der 50%-Marke der zu erreichenden Punkte. Die klare Mehrheit der Befragten beschäftigt sich demnach nur sehr ungern mit unlösbar erscheinenden Problemen und tendiert eher dazu, sich lieber auf eine vertraute Umgebung zu verlassen, als Neues auszuprobieren.



**Abbildung 23:** Häufigkeit der verbalen Ambiguitätsintoleranz-Testendwerte

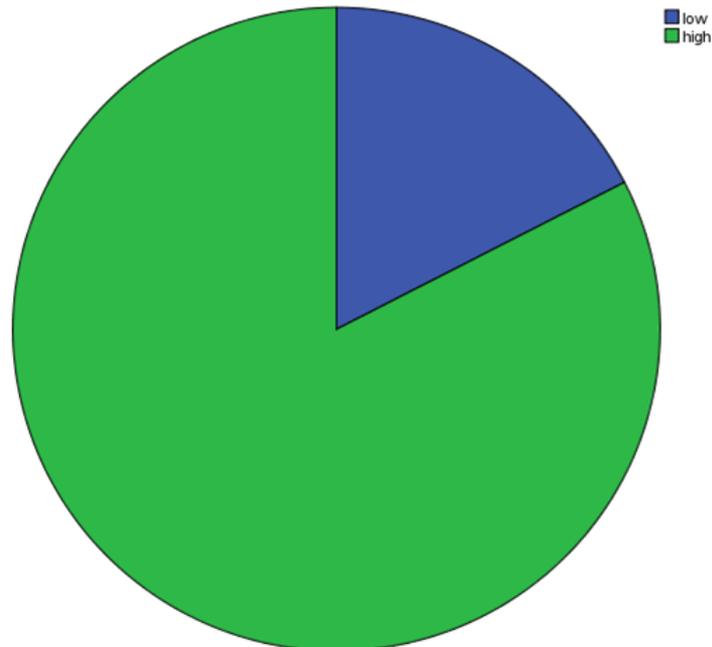
Das Endergebnis des gesamten verbalen Ambiguitätstoleranz-Tests summiert die beiden Teilergebnisse, die bereits dargelegt wurden. Auffallend ist hier vor Allem, dass es kaum Probanden mit niedrigen Gesamtwerten gab. Erst knapp unter der Hälfte der insgesamt zu erreichenden Punktzahl beginnt eine relativ gleichmäßige Verteilung der Häufigkeiten.

Nach dem gleichen Prinzip wie bei der visuellen Ambiguitätstoleranz wurden auch hier die Endwerte zur Einteilung in Typen herangezogen. Bei 98 zu erreichenden Punkten konnten 82,5% als Personen mit hoher Ambiguitätsintoleranz (Endwert > 49 Punkte) eingestuft werden, 17,5% der Befragten stellten sich als Personen mit niedriger Intoleranz gegenüber verbalen Ambiguitäten (Endwert < 49 Punkte) heraus.

### Ambiguitätsintoleranz verbal

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	37	17,5	17,5	17,5
	high	175	82,5	82,5	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 18:** Verteilung der verbalen Ambiguitätsintoleranz-Typen



**Abbildung 24:** Graphische Darstellung der Verteilung der verbalen Ambiguitätsintoleranz-Typen

### 9.2.3 Kontrollerwartung (Locus of control)

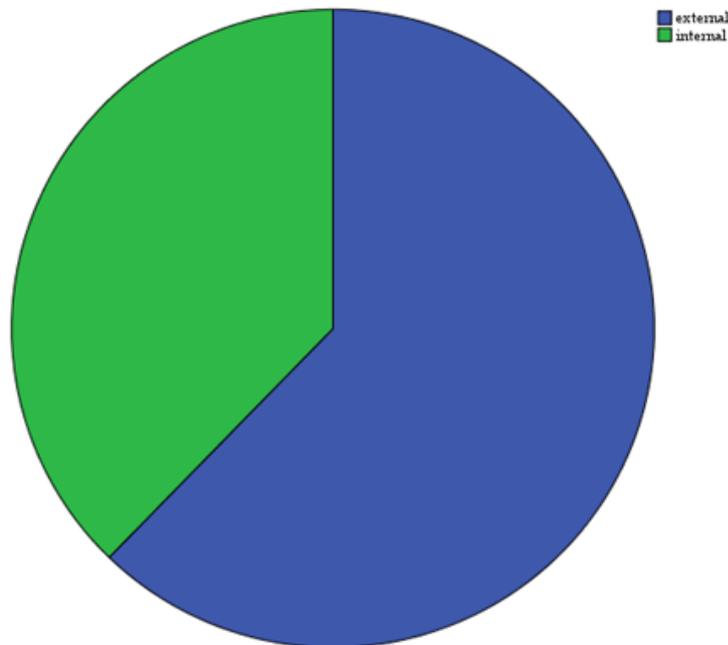
Das Item *Kontrollerwartung* wurde, ähnlich wie die Dimension *Sensation Seeking*, mithilfe von Aussagenpaaren, bei denen sich die Probanden für jeweils ein Statement entscheiden mussten, erhoben. Auch hier kam ein Summenindex zum Einsatz, um eine Typenbildung zu ermöglichen.

### Kontrollerwartung

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	external	132	62,3	62,3	62,3
	internal	80	37,7	37,7	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 19:** Kontrollerwartungs-Typen

Knapp zwei Drittel der Befragten sind davon überzeugt, dass die meisten Ereignisse von anderen Personen, Zufall oder Glück abhängig sind, während 80 Personen, was 37,7% der Stichprobe entspricht, die Auffassung vertreten, jene Situationen selbst steuern und beeinflussen zu können.



**Abbildung 25:** Graphische Darstellung der Aufteilung in Kontrollerwartungs-Typen

#### 9.2.4 Ängstlichkeit

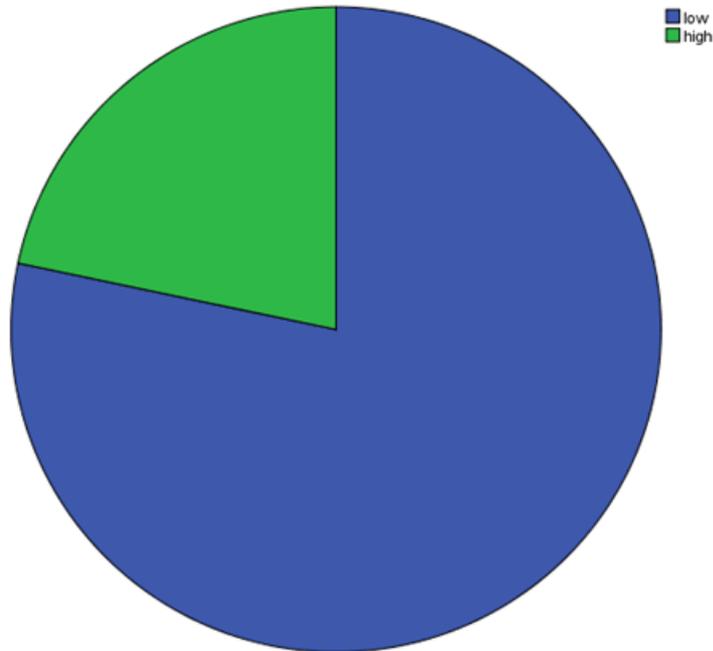
Die letzte Dimension in der Gruppe der psychosozialen Messgrößen ist das Item *Ängstlichkeit*. Wie bereits in Kapitel 8.3.1 beschrieben, geht es hierbei vor Allem um eine grundsätzliche Angsttendenz der Befragten. Wie bei den vorangegangenen Dimensionen wurde auch hier ein Summenindex gebildet und zwischen Personen mit prinzipiell höherer Angsttendenz und jenen mit tendenziell niedriger Ängstlichkeit unterschieden.

Die Trennlinie zwischen den beiden Gruppen wurde bei der Hälfte der zu erreichenden Punkte gezogen. Die Erhebung ergab in dieser Frage, dass etwa ein Fünftel der Probanden der ersten Gruppe zuzuordnen sind, während die große Mehrheit Angaben machte, die auf ein eher niedriges Niveau von prinzipieller Angsttendenz hinweisen.

## Ängstlichkeit

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	low	166	78,3	78,3	78,3
	high	46	21,7	21,7	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 20:** Aufteilung in Ängstlichkeits-Typen



**Abbildung 26:** Graphische Darstellung der Aufteilung in Ängstlichkeits-Typen

Auch hier stellt sich die Frage nach der sozialen Erwünschtheit der Antworten und dem Selbstbild, das die Probanden von sich haben. Möglicherweise ist die geringe Anzahl der Personen mit höherem Angstniveau dadurch zu erklären, dass Schwächen oder negative Eigenschaften, nach denen im Kurztest zum Item Ängstlichkeit gefragt wird, nur ungern eingestanden werden. In der folgenden Graphik, welche die detaillierte Verteilung der Häufigkeiten anzeigt, fällt außerdem die Tendenz zur Mitte auf.

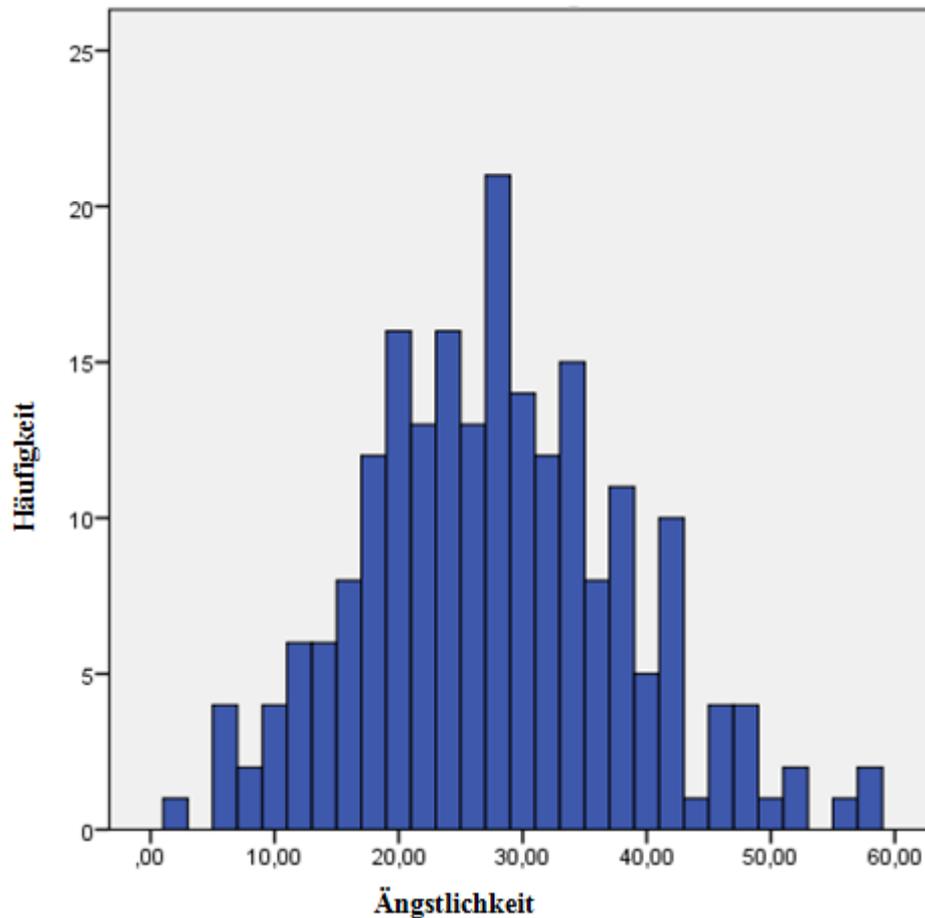


Abbildung 27: Häufigkeit der Ängstlichkeits-Testendwerte

### 9.3 Humordispositionen

#### 9.3.1 Lachen in der sozialen Hierarchie

Die Dimension *Lachen in der sozialen Hierarchie* untersucht, ob die Tendenz eher dazu geht, über Personen, die sozial höher gestellt sind als man selbst, zu lachen (Bottom Up), oder sozial abwärtsgerichtetes Lachen vorherrscht (Top Down). Auf einer Skala von 1 (=gar nicht lustig) bis 6 (=sehr lustig) soll über das Ausmaß des Amusements über ein Missgeschick der jeweiligen Person entschieden werden. Die folgenden Tabellen zeigen eindeutige Ergebnisse.

### Lachen in der sozialen Hierarchie

Personen	Mittelwert
<b>Bottom-Up</b>	
Priester bzw. Religionsführer/in	3,94
Schullehrer/in	4,29
Universitätsprofessor/in	4,20
Chef/in	4,23
Staatsoberhaupt	4,66
Politiker	4,78
<b>Top-Down</b>	
Kleines Kind	3,67
Bettler/in	1,77
Behinderte/r	1,53
Ausländer/in	2,81
Obdachlose/r	1,80
<b>Einzelitem</b>	
Clown	3,23

**Tabelle 21:** Lachen in der sozialen Hierarchie, Mittelwerte

Aus der Tabelle geht hervor, dass die Probanden Bottom-Up Humor bevorzugen, indem sie lieber über sozial höher gestellte Personen lachen. Die Belustigung über ein Missgeschick ist am Größten, wenn es einem Politiker unterläuft, gerne wird außerdem auch über das Staatsoberhaupt gelacht. Es folgen in absteigender Reihenfolge Lehrer, Chefs und Universitätsprofessoren. Hier liegen die Werte sehr eng beieinander. Deutlich geringer ist die Bereitschaft, über Priester und Religionsführer zu lachen. Dies könnte ein Anzeichen dafür sein, dass religiöse Themen weiterhin als Tabuthema angesehen werden.

Die Mittelwerte des Top-Down-Humors bewegen sich alle deutlich in der unteren Hälfte der sechsstufigen Skala, es fällt jedoch auf, dass über zwei Personengruppen deutlich lieber gelacht wird, als über den Rest in der Liste. Während kaum jemand gerne über Missgeschicke von Behinderten, Bettlern oder Obdachlosen lacht, sind die Werte bei kleinen Kindern und Ausländern überraschend hoch. Im Fall der kleinen Kinder übersteigt der Mittelwert sogar jenen des Clowns, der als Einzelitem geführt wird, da dieser Situation keine eindeutige Auf- oder Abwärtstendenz zugeordnet werden kann.

Die hohen Werte bei Ausländern könnten zum Teil auch durch die Formulierung des Beispiels in der Befragung zustande gekommen sein. Es wurde danach gefragt, wie lustig es

empfunden wird, wenn die entsprechenden Personen unabsichtlich stolpern. Da es in so einer Situation durchaus vorkommen kann, dass es nicht möglich ist, die Herkunft der stolpernden Person zu bestimmen, bleibt lediglich die Entscheidung, ob darüber gelacht wird, wenn eine beliebige Person, unabhängig von deren Herkunft, stolpert.

Die hohen Belustigungswerte bei kleinen Kindern hingegen sind äußerst überraschend.

Während die anderen Werte zum größten Teil den Ergebnissen einer ähnlichen Erhebung, die den gleichen Kurztest verwendete, gleichen, gibt es hier einen sehr deutlichen Unterschied. In der angesprochenen Erhebung erreichten kleine Kinder einen Mittelwert von 2,42, der Clown wies einen Wert von 3,72 auf.<sup>169</sup>

Auch Grimm betont die schwierige Einteilung der kleinen Kinder in der sozialen Hierarchie. Demnach kann der Status kleiner Kinder von einigen Faktoren, wie beispielsweise des Einkommens der Familie, abhängen.<sup>170</sup>

### 9.3.2 Humor in sozialen Gruppen

Durch die Vorgehensweise, die bereits in Kapitel 8.3.2 beschrieben wurde, konnten die Versuchspersonen bezüglich der Dimension *Humor in sozialen Gruppen* in zwei Kategorien eingeteilt werden. Durch den Kurztest wird erhoben, ob Menschen eher über Gruppen lachen, denen sie selbst angehören, oder sich lieber über fremde Gruppen amüsieren. Im Zuge der Erhebung wurde allen Gruppen, zwischen denen sich die Probanden entscheiden mussten, die gleiche Bedeutung beigemessen.

**Ingroup/Outgroup Orientierung**

N=212		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozent	Kumulative Prozente
Gültig	Outgroup-Orientierung	96	45,3	45,3	45,3
	Ingroup - Orientierung	116	54,7	54,7	100,0
	Gesamtsumme	212	100,0	100,0	

**Tabelle 22:** Ingroup/Outgroup Orientierung

<sup>169</sup> Vgl. Gaudera, C.: Humor im Fernsehen. Eine quantitative Analyse der Zuwendungsprofile von Humorsendungen. Diplomarbeit. Universität Wien. 2014. S. 77f

<sup>170</sup> Vgl. Grimm, 2014, S. 21

Aus der Tabelle geht hervor, dass etwas mehr als die Hälfte der befragten Personen vorwiegend über eigene Gruppen lacht. In der Auswertung spielte es keine Rolle, in welchem Ausmaß sich die Versuchspersonen auf der sechsstufigen Skala für eine Seite entschieden haben, essentiell war lediglich, welche der beiden Möglichkeiten (Ingroup- oder Outgroup-Orientierung) insgesamt öfter gewählt wurde.

### 9.3.3 Universalität des Humors

Universalität des Humors		
N=212, 0=überhaupt nicht 5=in hohem Maße	Mittelwert	Standardabweichung
Spezifität des Humors	2,15	,85
Selbsthumor	3,83	,68
Universalität des Humors	4,01	,70

**Tabelle 23:** Stichprobenbeschreibung nach Mittelwert der Dimension Universalität des Humors

Bei dieser Skala wurde das Polende „überhaupt nicht“ nicht mit dem Wert 1, sondern mit dem Wert 0 codiert. Die Universalität des Humors ist den meisten Probanden ein wichtiges Anliegen, was bedeutet, dass sie der Meinung sind, dass im Allgemeinen jeder über jeden lachen können soll. Auch über sich selbst können die meisten Probanden durchaus lachen, wie der Wert der Subdimension *Selbsthumor* beweist. Die Subdimension *Spezifität des Humors*, die einen selektiven Ausschluss bestimmter Gruppen aus dem Humor beschreibt, erreicht keine hohen Werte.

### 9.3.4 Grenzen des Humors

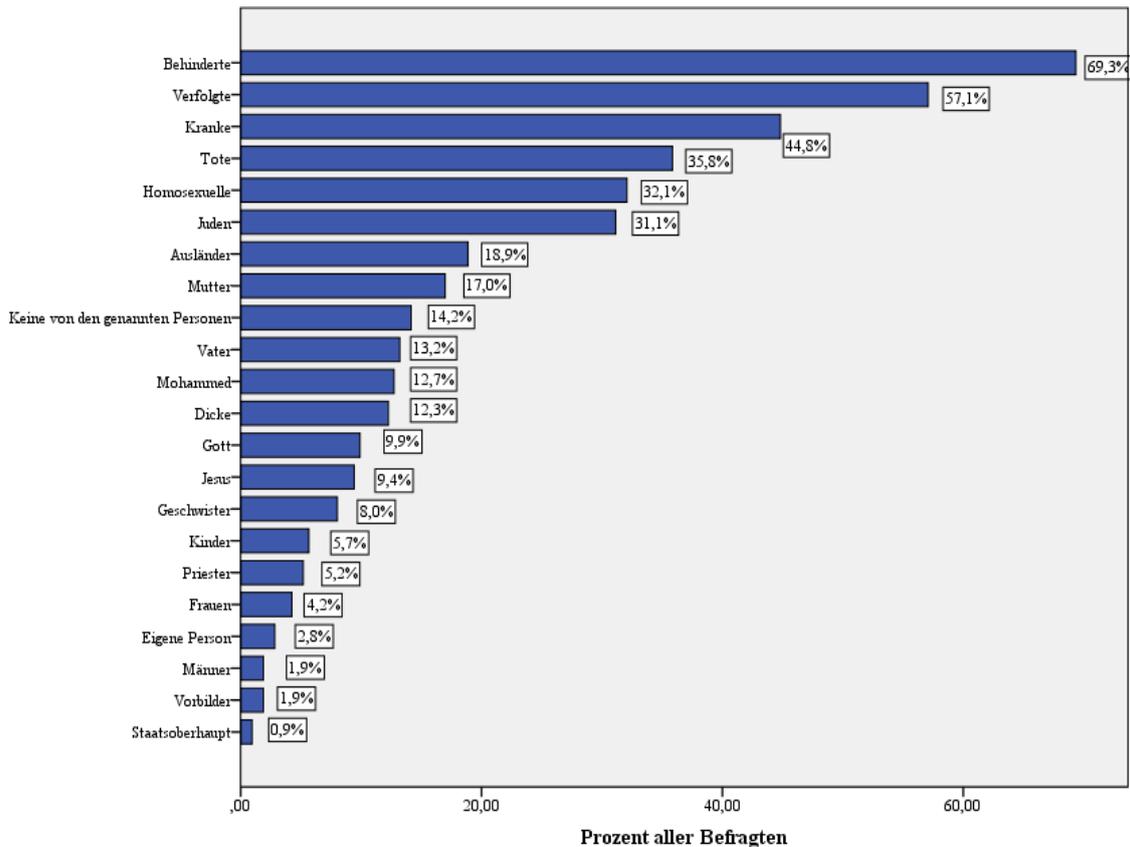


Abbildung 28: Grenzen des Humors

Abbildung 28 zeigt die Anzahl der Nennungen jener Personen, über die keine Witze gemacht werden sollten, in Prozent an. Bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich.

Behinderte, Verfolgte und Kranke sind die am Öftesten genannten Personengruppen, über die man keine Witze machen sollte. Dieses Ergebnis deckt sich mit jenen Resultaten, die Knop in ihrer Untersuchung erzielte. In jener Erhebung wurden häufig Kriegsopfer, behinderte Menschen und Unfallopfer als Personen, über die man sich nicht lustig machen sollte, genannt.<sup>171</sup>

### 9.3.5 Humorgeschnack

Die Fragen nach dem aktiven, passiven und medienbezogenen Humorgeschnack wurden zwar mit Hilfe einer sechsstufigen Skala untersucht, jedoch war das erste Polende mit den Bezeichnungen „niemals“ bzw. „überhaupt nicht“ versehen. Aus diesem Grund wurden

<sup>171</sup> Vgl. Knop, 2005, S. 305

Antworten dieser ersten Stufe auf der Skala nicht mit dem Wert 1, sondern mit dem Wert 0 codiert.

### Aktiver Humorgesmack

N=212 0 = niemals 5 = sehr häufig	Mittelwert	Standardabweichung
Aktiv derber Humor	1,97	1,04
Aktiv feinsinniger Humor	3,51	1,10

**Tabelle 24:** Aktiver Humorgesmack

Sieht man sich die Mittelwerte des aktiven Humorgeschmacks näher an, so wird deutlich, dass feinsinniger Humor von den Probanden selbst viel lieber eingesetzt wird, als dies bei derbem Humor der Fall ist. Doppeldeutige Botschaften oder ironische Redeweisen werden demnach in der eigenen Verwendung von Humor vulgären Witzen oder Spott vorgezogen.

### Passiver Humorgesmack

N=212 0 = überhaupt nicht 5 = in hohem Maße	Mittelwert	Standardabweichung
Passiv derber Humor	2,43	1,04
Passiv feinsinniger Humor	4,03	,91

**Tabelle 25:** Passiver Humorgesmack

Beim so genannten passiven Humor, also in Situationen, in denen andere Personen Humor einsetzen, sieht die Verteilung der Werte sehr ähnlich aus. Der Unterschied zwischen den Mittelwerten zu Gunsten des feinsinnigen Humors ist hier sogar noch etwas größer als beim aktiven Humor. Die Probanden setzen also nicht nur selbst lieber raffiniertere Formen des Humors ein, sondern schätzen dies auch bei ihren Mitmenschen.

### Medienbezogener Humorgesmack

N=212 0 = überhaupt nicht 5 = in hohem Maße	Mittelwert	Standardabweichung
Missgeschicke Anderer in den Medien	2,12	1,48
Moderne Comedy	2,52	1,22
Reflexiver Medienhumor	2,06	1,24
Politischer Medienhumor	2,89	1,21
Volkstümlicher Medienhumor	2,43	1,60

**Tabelle 26:** Medienbezogener Humorgesmack

Politischer Medienhumor wird von den Probanden im Schnitt am Liebsten rezipiert. Danach folgen moderne Comedy und volkstümlicher Medienhumor. Dies ist insofern überraschend, als dass politischer Medienhumor in den meisten Fällen aus anspruchsvoller Unterhaltung besteht, bei der ein hoher Aufmerksamkeitslevel Voraussetzung ist, um der Sendung folgen zu können. Dadurch fällt allerdings der Grad der Entspannung bei der Rezeption solcher Inhalte. Andererseits passt dieses Resultat zu den Ergebnissen bei aktivem und passivem Humorgesmack; in beiden Bereichen wurden nämlich ebenfalls anspruchsvollere Formen des Humors von den Befragten bevorzugt.

#### **9.4 Hypothesenprüfung anhand dichotom typologierter psychosozialer Messgrößen**

Nachdem die allgemeinen Ergebnisse der gesamten Stichprobe analysiert und dargelegt wurden, soll im folgenden Teil anhand des Datenmaterials eine Prüfung der Hypothesen und gegebenenfalls eine Beantwortung der Forschungsfragen erfolgen.

Bereits vor Beginn der Auswertung der Daten hat sich der Autor dazu entschieden, die in der Studie erhobenen psychosozialen Messgrößen ausnahmslos anhand einer dichotomen Typologisierung auszuwerten. So wurden aus den Ergebnissen Typen wie High Sensation Seeker und Low Sensation Seeker, Menschen mit internaler und Menschen mit externaler Kontrollerwartung, Personen mit tendenziell hoher und jene mit eher niedriger Angsttendenz, oder mit hoher bzw. niedriger verbaler oder visueller Ambiguitätstoleranz gebildet. Durch dieses dichotome System erhoffte sich der Autor aussagekräftigere Resultate, die zu deutlicheren Schlussfolgerungen führen können.

Um die Ergebnisse jedoch bestmöglich zu nutzen, wurden die Hypothesen nicht nur nach dem eben erklärten Modell geprüft, sondern auch anhand von Intervallskalen. Zunächst werden die Ergebnisse anhand des typologisierten Auswertungsvorgehens präsentiert, anschließend soll geprüft werden, ob die Auswertung anhand der intervallskalierten Berechnungen möglicherweise zu abweichenden Ergebnissen führen.

### 9.4.1 Forschungsfrage 1: Zusammenhang zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen

Gibt es signifikante Zusammenhänge zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen, und wenn ja, welche?

Um die Forschungsfrage in ihrer Gesamtheit beantworten zu können, müssen alle psychosozialen Messgrößen mit den diversen Humordispositionen korreliert werden, um ermitteln zu können, zwischen welchen Dimensionen es Zusammenhänge gibt und welcher Natur diese sind. Zunächst wurden aber die in den Hypothesen thematisierten Dimensionen und deren möglicher Zusammenhang untersucht.

#### 9.4.1.1 Hypothese 1a

Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto niedriger ist die moralische Hemmschwelle bezüglich der persönlichen Grenzen des Humors.

#### Korrelationen

N=212		Grenzen des Humors	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	-,042
		Sig. (2-seitig)	,541
		N	212

**Tabelle 27:** Korrelation von Sensation Seeking und Grenzen des Humors

#### Korrelationen

N=212		Humor als moralische Instanz	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	,079
		Sig. (2-seitig)	,251
		N	212

**Tabelle 28:** Korrelation von Sensation Seeking und Humor als moralische Instanz

Um die Hypothese 1a zu prüfen, wurde *Sensation Seeking* nicht nur in Verbindung mit dem Item *Grenzen des Humors* korreliert, sondern auch mit der Dimension *Humor als moralische Instanz*, da in beiden Items die Toleranz gegenüber Witzen über Tabuthemen abgefragt wird.

Die beiden Tabellen zeigen, dass keine signifikanten Korrelationen zwischen den Items *Sensation Seeking* und *Grenzen des Humors* bzw. *Humor als moralische Instanz* vorhanden sind. Demnach kann diese Hypothese nicht verifiziert werden. Die Analyse der Daten lässt den Schluss zu, dass zwischen High Sensation Seekern und Low Sensation Seekern kein signifikanter Unterschied bezüglich der Hemmschwellen und Grenzen des Humors

### 9.4.1.2 Hypothese 1b

Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto größer ist die Neigung zu aggressivem und vulgärem Humor.

#### Korrelationen

N=212			Passiv derber Humor	Aktiv derber Humor
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>,186**</b>	<b>,175*</b>
		Sig. (2-seitig)	,007	,011
		N	212	212
* Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).				
** Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).				

**Tabelle 29:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und derbem Humor

Aus der Tabelle geht hervor, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen diesen beiden Dimensionen besteht. Demnach ist die Tendenz zu derbem Humor, sowohl aktiv, als auch passiv, bei Erlebnissuchern deutlich stärker ausgeprägt als bei anderen Menschen. Das bedeutet, dass High Sensation Seeker nicht nur lieber und häufiger derben Humor selbst einsetzen, sondern es auch bevorzugen, wenn andere diese Art von Humor verwenden.

#### ANOVA-Tabelle

N=212			Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
Passiv derber Humor*	Zwischen Gruppen	(Kombiniert)	84,229	1	84,229	9,043	<b>,003</b>
	Innerhalb der Gruppen		1956,050	210	9,315		
	Gesamtsumme		2040,278	211			

**Tabelle 30:** Varianzanalyse zwischen Sensation Seeking und derbem Humor

Da auch die Varianzanalyse das Ergebnis bestätigt, kann die Hypothese 1b bestätigt werden.

### 9.4.1.3 Hypothese 1c

Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto eher ist eine Präferenz zu Top-Down-Humor zu erkennen.

#### Korrelationen

N=212		Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	,125
		Sig. (2-seitig)	,070
		N	212

**Tabelle 31:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und Top-down-Humor

Während die Tendenz zu derbem Humor bei Sensation Seeking bestätigt werden konnte, ist dies bei Top-down-Humor nicht der Fall. Zwischen den beiden Variablen besteht keine signifikante Korrelation, die nachgewiesen werden konnte.

Im Gegenteil, die Resultate zeigen eine signifikante Korrelation zwischen Sensation Seeking und Bottom-up-Humor. Daraus kann geschlossen werden, dass stark ausgeprägte Erlebnissucher eher dazu neigen, über sozial Stärkere zu lachen. Dies entspricht dem karnevalesken Lachen, das anhand der Ergebnisse High Sensation Seekern zuzuschreiben ist.

#### Korrelationen

N=212		Humor in der sozialen Hierarchie (Bottom-up)	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>,177**</b>
		Sig. (2-seitig)	,010
		N	212

\*\* . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 32:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und Bottom-up-Humor

Daraus ergibt sich, dass die Hypothese nicht nur falsifiziert, sondern sogar umgekehrt werden muss. Die Vermutung, Erlebnissucher würden eher zu abwärtsgerichtetem Lachen tendieren stellte sich als falsche Annahme heraus.

#### 9.4.1.4 Hypothese 1d

Je stärker die Präferenz zu externaler Kontrollerwartung geht, desto eher ist die Neigung zu Top-Down-Humor zu erwarten.

N=212		Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	
Spearman-Rho	Kontrollerwartung	Korrelationskoeffizient	,000
		Sig. (2-seitig)	,994
		N	212

**Tabelle 33:** Korrelation zwischen Kontrollerwartung und Top-down-Humor

Anhand der Kontrollerwartung können die Probanden nach Analyse der Daten nicht nach ihrem auf- bzw. abwärts gerichteten Lachen signifikant in Gruppen unterteilt werden. Wie die Tabelle zeigt, herrscht zwischen den beiden untersuchten Dimensionen keine signifikante Korrelation. Die Hypothese wird daher ebenfalls falsifiziert.

#### 9.4.1.5 Hypothese 1e

Je höher die Werte der Dimension „Ängstlichkeit“ sind, desto eher ist eine Tendenz zur Vermeidung von aggressivem Humor zu erkennen.

N=212		Ängstlichkeit	
Spearman-Rho	Passiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	-,045
		Sig. (2-seitig)	,512
		N	212
	Aktiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	-,038
		Sig. (2-seitig)	,578
		N	212

**Tabelle 34:** Korrelation zwischen Ängstlichkeit und derbem Humor

Die Vermutung, dass Personen mit höherer prinzipieller Angsttendenz aggressive und derbe Formen des Humors in höherem Maße ablehnen und vermeiden als andere, hat sich im Zuge der Untersuchung nicht bestätigt. Die Zustimmung zu aggressiven oder vulgären Witzen,

schwarzem Humor und Spott war bei den Versuchspersonen mit hohen Ängstlichkeitswerten nicht signifikant niedriger als bei anderen Probanden. Die Hypothese kann daher nicht bestätigt werden.

#### 9.4.1.6 Hypothese 1f

Menschen mit hoher Ambiguitätsintoleranz vermeiden raffinierte Humorarten wie Sarkasmus, Ironie oder hintergründige Witze mit Doppelsinn und bevorzugen dagegen andere Humorarten.

#### Korrelationen

N=212			Aktiv feinsinniger Humor	Passiv feinsinniger Humor
Spearman-Rho	Ambiguitätsintoleranz verbal	Korrelationskoeffizient	<b>,141*</b>	,115
		Sig. (2-seitig)	,041	,094
		N	212	212
	Ambiguitätsintoleranz visuell	Korrelationskoeffizient	-,024	-,019
		Sig. (2-seitig)	,723	,787
		N	212	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 35:** Korrelation zwischen Ambiguitätsintoleranz und feinsinnigem Humor

In diesem Fall existiert eine positive Korrelation zwischen *verbaler Ambiguitätsintoleranz* und *aktiv feinem Humor*. Das bedeutet, dass Menschen mit hoher Intoleranz gegenüber verbalen Ambiguitäten feinsinnigen Humor mögen. Dies ist durchaus ein überraschendes Ergebnis, das auf den ersten Blick etwas unlogisch wirkt. Eine mögliche Begründung dafür ist, dass im Zuge des Kurztests zu verbaler Ambiguitätstoleranz nur die Subdimensionen *Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen* und *Ambiguitätstoleranz der Offenheit für neue Erfahrungen* erhoben wurden.

Vor diesem Hintergrund erscheinen die Ergebnisse zumindest etwas leichter erklärbar. In jedem Fall muss die Hypothese nicht nur falsifiziert, sondern sogar umgekehrt werden, denn die empirischen Ergebnisse lassen die Schlussfolgerung zu, dass Menschen mit hoher verbaler Ambiguitätsintoleranz (gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen und neuen Erfahrungen) feinsinnigen Humor bevorzugen.

## 9.4.2 Forschungsfrage 2: Humor-Unterschiede anhand politischer und/oder religiöser Einstellung

Sind anhand der religiösen Orientierung, der politischen Einstellung oder des Ausmaßes der Religionsausübung signifikante Unterschiede in der Humordisposition zu erkennen, und wenn ja, welche?

### 9.4.2.1 Hypothese 2a

Die politische Gesinnung der Versuchspersonen hat direkten Einfluss auf die Outgroup-Orientierung.

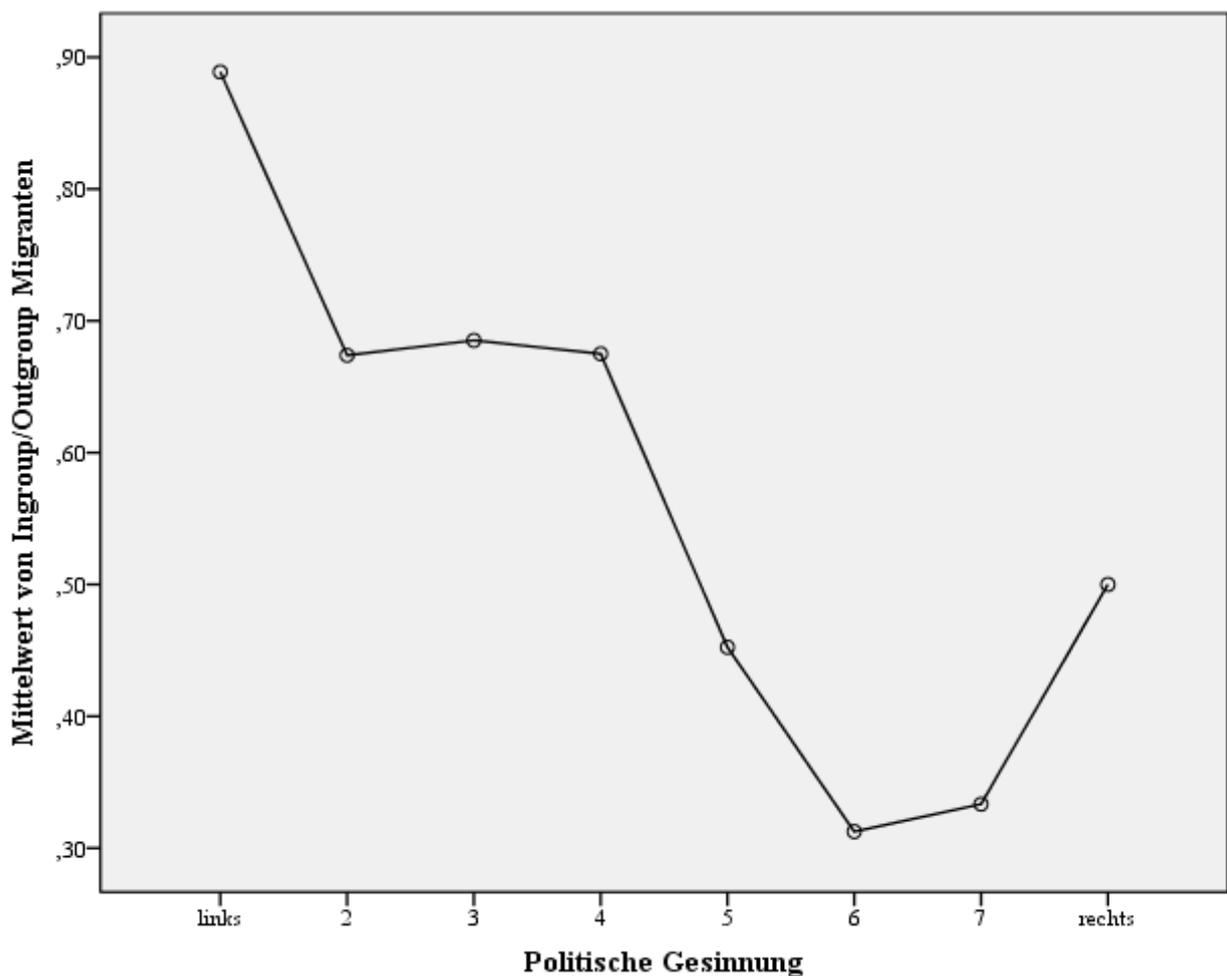
#### Korrelationen

N=212		Politische Gesinnung
Ingroup/Outgroup Geschlecht	Korrelationskoeffizient	,005
	Sig. (2-seitig)	,941
	N	212
Ingroup/Outgroup Migranten	Korrelationskoeffizient	<b>-,239**</b>
	Sig. (2-seitig)	,000
	N	212
Ingroup/Outgroup Staatsangehörige	Korrelationskoeffizient	<b>-,331**</b>
	Sig. (2-seitig)	,000
	N	212
Ingroup/Outgroup Glaubensrichtung	Korrelationskoeffizient	-,096
	Sig. (2-seitig)	,165
	N	212
Ingroup/Outgroup Glauben	Korrelationskoeffizient	,090
	Sig. (2-seitig)	,189
	N	212
Ingroup/Outgroup Studienschwerpunkt	Korrelationskoeffizient	-,083
	Sig. (2-seitig)	,228
	N	212
Ingroup/Outgroup Gleichgläubige	Korrelationskoeffizient	<b>-,257**</b>
	Sig. (2-seitig)	,000
	N	212
Ingroup/Outgroup Orientierung allgemein	Korrelationskoeffizient	<b>-,171*</b>
	Sig. (2-seitig)	,012
	N	212
* Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).		
** Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).		

**Tabelle 36:** Korrelation zwischen politischer Gesinnung und Ingroup-/Outgroup-Orientierungen

Die Tabelle zeigt nicht nur, dass die politische Gesinnung Einfluss auf die prinzipielle Outgroup-Orientierung hat, sondern auch, in welchen Gruppen sie besonders stark ausgeprägt ist. So existiert eine negative Korrelation zwischen politischer Gesinnung und Ingroup-/Outgroup-Orientierung bezüglich Migranten, Staatsangehörigen und Menschen gleichen Glaubens.

Dieses Ergebnis kann insofern interpretiert werden, dass Menschen, die sich der eher konservativen und tendenziell ausländerkritischen politisch rechten Seite zugehörig fühlen, eher über Migranten als über Einheimische lachen, sofern sie selbst Einheimische sind bzw. eher über Einheimische lachen, sofern sie Migranten sind. Weiters lachen Personen, die der politisch rechts angesiedelten Gruppe zuzuordnen sind, lieber über Staatsangehörige eines fremden Landes als über jene des eigenen Staates. Außerdem wird von politisch rechts orientierten Personen eher über Menschen anderen Glaubens gelacht als über Mitglieder der eigenen Glaubensrichtung.



**Abbildung 29:** Ingroup-/Outgroup-Orientierung anhand des Beispiels Migranten abhängig von politischer Gesinnung

Die Grafik zeigt deutlich den Trend; je stärker die politische Gesinnung nach rechts geht, desto deutlicher ist die Outgroup-Orientierung ausgeprägt. Der Wert 1 entspricht hierbei einer Ingroup-Orientierung. Der letzte Sprung am Ende der Kurve lässt sich dadurch erklären, dass lediglich zwei Personen die achte Stufe auf der Skala der politischen Gesinnung angekreuzt haben. Die Antworten jener beiden Personen fallen in dieser Kurve stärker ins Gewicht, so dass sie scheinbar dem allgemeinen Trend leicht widersprechen. Die prinzipielle Tendenz ist trotzdem deutlich erkennbar. Die Hypothese kann somit verifiziert werden.

#### **9.4.2.2 Hypothese 2b**

Je stärker und intensiver die Religionsausübung ausgeprägt ist, desto niedriger ist die Akzeptanz bei Humor über religiöse Themen und Verlachen von religiösen Würdenträgern.

Um diese Hypothese prüfen zu können, wurden verschiedene Teilelemente mehrerer Dimensionen zusammengetragen, mittels eines Summenindex' ergab sich in der Folge ein Gesamtwert für die neu geschaffene Variable *Humor über religiöse Themen und religiöse Würdenträger*. Diese Variable setzte sich aus den Antworten zu folgenden Fragen zusammen:

##### **1. Grenzen des Humors:**

*Wo hört Ihrer Meinung nach der Spaß auf? Worüber können Sie absolut nicht lachen und sind empört, wenn andere darüber Witze machen?*

Wurde eine oder mehrere der folgenden Personen angekreuzt, wurde der Versuchsperson pro angekreuzter Person ein Punkt in der Bewertung zugeschrieben:

- Priester
- Gott
- Mohammed
- Jesus
- Juden

## **2. Universalität des Humors:**

*Über Moslems sollte man niemals Witze machen, weil sie empfindlicher und aggressiver reagieren als Anders-Gläubige und Atheisten.*

*Streng gläubige Menschen verdienen prinzipiell Respekt. Witze sind hier ganz unangebracht.*

Je nachdem, wie stark die Zustimmung einer Versuchsperson zu einer Aussage auf der sechsstufigen Skala (0= überhaupt nicht, 5=in hohem Maße) war, wurden der Person zwischen 0 und 10 Punkten in der Bewertung zugeschrieben.

## **3. Humor als moralische Instanz**

*Inwiefern ist es für Sie moralisch vertretbar, sich über die folgenden Dinge lustig zu machen?*

Die Skala zur Bewertung reichte von 1 (moralisch unvertretbar, entspricht im Fall der neu geschaffenen Dimension 7 Punkten) bis 8 (völlig vertretbar, entspricht 0 Punkten). Aufgrund der positiv formulierten Fragestellung muss in diesem Fall, wie soeben beschrieben, umcodiert werden.

## **4. Lachen in der sozialen Hierarchie**

*Stellen Sie sich vor, jemandem passiert ein Missgeschick, z.B. er stolpert, rutscht aus oder fällt hin. Das kann lustig sein und zum Lachen reizen. Wie lustig finden Sie es, wenn das Missgeschick einer der folgenden Personen passiert? Achten Sie bei Ihrer Antwort ganz darauf, ob die Personen einen Lachreiz bei Ihnen auslösen – egal ob Sie das Lachen offen zeigen würden oder nicht.*

Die Skala zur Beantwortung dieser Frage hatte sechs Stufen, die Polenden waren mit „nicht lustig“ (entspricht im Fall der neu geschaffenen Dimension 5 Punkten) und „sehr lustig“ (entspricht 0 Punkten) gekennzeichnet. Abhängig von der Antwort beim Item „Priester/Religionsführer“ wurde den Probanden der entsprechende Punktwert in der Bewertung zugeordnet. Auch hier muss, wie beschrieben, die Codierung der Originalvariable *Lachen in der sozialen Hierarchie* umgekehrt codiert werden.

Insgesamt wies demnach jede Versuchsperson bei der neu geschaffenen Dimension *Humor über religiöse Themen und religiöse Würdenträger* einen Gesamtwert zwischen 0 und 27 auf. Je höher der Wert ist, desto niedriger ist die Akzeptanz von Humor über religiöse Themen und Würdenträger. Diese neu geschaffene Dimension wurde anschließend mit der Dimension *Ausmaß der Religionsausübung* korreliert.

### Korrelationen

N=212		Humor über religiöse Themen und Würdenträger	
Spearman-Rho	Ausmaß der Religionsausübung	Korrelationskoeffizient	<b>,298**</b>
		Sig. (2-seitig)	,000
		N	212
** . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 37:** Korrelation zwischen Ausmaß der Religionsausübung und Humor über religiöse Themen und Würdenträger

Das nicht sehr überraschende Ergebnis zeigt, dass eine signifikante Korrelation zwischen dem Grad der Religionsausübung und der Akzeptanz von Humor über religiöse Themen und Witzen über religiöse Würdenträger besteht. Das bedeutet, dass Menschen, die ihren Glauben stark ausleben, deutlich weniger Verständnis für Witze über religiöse Themen oder das Verlachen von religiösen Würdenträgern haben. Dazu sei aber gesagt, dass die Anzahl der Probanden, welche angaben, ihren Glauben stark auszuleben, äußerst gering ist. Dies könnte das Resultat dieser Hypothesenprüfung entscheidend beeinflusst haben.

Die Hypothese kann jedenfalls mit einem deutlichen Ergebnis verifiziert werden.

### 9.4.2.3 Hypothese 2c

Je stärker eine Person an Politik interessiert ist, desto eher wird politischer Medienhumor im Fernsehen sowie feinsinniger Humor im Allgemeinen bevorzugt.

#### Korrelationen

N=212			Interesse an Politik
Spearman-Rho	Aktiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,187**</b>
		Sig. (2-seitig)	,006
		N	212
	Passiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,148*</b>
		Sig. (2-seitig)	,031
		N	212
	Politischer Medienhumor	Korrelationskoeffizient	<b>,391**</b>
		Sig. (2-seitig)	,000
		N	212
** . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			
* . Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 38:** Korrelation zwischen Interesse an Politik und feinsinnigem Humor bzw. politischem Medienhumor

Die Tabelle zeigt, dass beide Annahmen, die in der Hypothese 3c getätigt wurden, tatsächlich der Realität entsprechen. Mit steigendem Interesse an Politik geht eine zunehmende Bevorzugung von feinsinnigem Humor einher. Dies gilt sowohl für den eigenen aktiven Humoreinsatz, als auch den bevorzugten Humorstil bei Anderen. Außerdem zeigt sich, dass Interesse an Politik signifikant positiv mit der Bevorzugung von politischem Medienhumor korreliert.

#### ANOVA-Tabelle

		Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
* Interesse an Politik	Zwischen Gruppen	220,904	7	31,558	6,373	<b>,000</b>
	Innerhalb der Gruppen	1010,228	204	4,952		
	Gesamtsumme	1231,132	211			

**Tabelle 39:** Varianzanalyse zwischen politischem Medienhumor und Interesse an Politik

Somit kann auch diese Hypothese als zutreffende Aussage bezeichnet und dementsprechend verifiziert werden.

### 9.4.3 Forschungsfrage 3: Einfluss von soziodemographischen Daten auf die Humordisposition

Welche soziodemographischen Daten haben Einfluss auf die Humordisposition?

#### 9.4.3.1 Hypothese 3a

Männer neigen eher zur Bevorzugung von aggressivem und vulgärem Humor als Frauen.

#### Korrelationen

N=212		Passiv derber Humor	Aktiv derber Humor	
Spearman-Rho	Geschlecht	Korrelationskoeffizient	<b>-,315**</b>	<b>-,214**</b>
		Sig. (2-seitig)	,000	,002
		N	212	212

\*\* . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 40:** Korrelation zwischen Geschlecht und derbem Humor (aktiv und passiv)

Wie die Tabelle zeigt, besteht eine starke signifikante Korrelation zwischen der Dimension Geschlecht und derbem Humor. Die Resultate belegen, dass Männer derben Humor eindeutig stärker bevorzugen als dies bei Frauen der Fall ist. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um Witze geht, die man selbst macht, oder um Humor, der von Anderen eingesetzt wird.

#### ANOVA-Tabelle

			Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
Passiv derber Humor *	Geschlecht	Zwischen Gruppen (Kombiniert)	199,330	1	199,330	22,738	<b>,000</b>
		Innerhalb der Gruppen	1840,949	210	8,766		
		Gesamtsumme	2040,278	211			

**Tabelle 41:** Varianzanalyse zwischen derbem Humor (passiv) und Geschlecht

#### ANOVA-Tabelle

			Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
Aktiv derber Humor *	Geschlecht	Zwischen Gruppen (Kombiniert)	92,154	1	92,154	9,780	<b>,002</b>
		Innerhalb der Gruppen	1978,766	210	9,423		
		Gesamtsumme	2070,920	211			

**Tabelle 42:** Varianzanalyse zwischen derbem Humor (passiv) und Geschlecht

Um sicher zu gehen, dass die Signifikanz zwischen den Dimensionen besteht, wurde auch hier eine Varianzanalyse durchgeführt. Sie bestätigte das oben beschriebene Ergebnis. Damit kann diese Hypothese ohne Zweifel verifiziert werden.

### 9.4.3.2 Hypothese 3b

Bei Frauen ist eine höhere Ingroup-Orientierung zu beobachten, während Männer eher dazu neigen, über fremde Gruppen zu lachen.

#### Korrelationen

N=212		Geschlecht	
Spearman-Rho	Ingroup/Outgroup Geschlecht	Korrelationskoeffizient	-,041
		Sig. (2-seitig)	,554
		N	212
	Ingroup/Outgroup Migranten	Korrelationskoeffizient	<b>,168*</b>
		Sig. (2-seitig)	,014
		N	212
	Ingroup/Outgroup Staatsangehörige	Korrelationskoeffizient	,109
		Sig. (2-seitig)	,114
		N	212
	Ingroup/Outgroup Glaubensrichtung	Korrelationskoeffizient	,070
		Sig. (2-seitig)	,313
		N	212
	Ingroup/Outgroup Gläubige/Nicht-Gläubige	Korrelationskoeffizient	-,028
		Sig. (2-seitig)	,686
		N	212
	Ingroup/Outgroup Studienschwerpunkt	Korrelationskoeffizient	<b>,183**</b>
		Sig. (2-seitig)	,008
		N	212
	Ingroup/Outgroup Gleichgläubige	Korrelationskoeffizient	<b>,159*</b>
		Sig. (2-seitig)	,020
		N	212
	Ingroup/Outgroup Orientierung	Korrelationskoeffizient	<b>,183**</b>
		Sig. (2-seitig)	,008
		N	212
**. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			
*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 43:** Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung

Die Tabelle zeigt nicht nur einen allgemeinen Unterschied zwischen Männern und Frauen bezüglich der Ingroup-/Outgroup-Orientierung, sondern auch, in welchen Bereichen Männer

eher dazu neigen, über fremde Gruppen zu lachen, als Frauen. Dies ist demnach beim Lachen über Migranten, Studenten mit anderem Studienschwerpunkt als dem eigenen und Andersgläubigen der Fall.

Die Hypothese wurde somit bestätigt, die männlichen Teilnehmer der Studie lachten signifikant mehr über Gruppen, in denen sie selbst kein Mitglied sind, als Frauen.

#### 9.4.4 Forschungsfrage 4: Humor-Unterschiede anhand des Studienschwerpunkts

Sind anhand des Studienschwerpunktes der Versuchspersonen signifikante Unterschiede in der Humordisposition zu erkennen, und wenn ja, welche?

N=212		Studienschwerpunkt	
	Grenzen des Humors	Korrelationskoeffizient	,065
		Sig. (2-seitig)	,345
		N	212

**Tabelle 44:** Korrelation zwischen Studienrichtung und Grenzen des Humors

Die erste Tabelle zeigt, dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Studienschwerpunkt der Probanden und ihren persönlichen Grenzen des Humors gibt.

N=212		Studienschwerpunkt	
	Humor in der sozialen Hierarchie (Bottom-up)	Korrelationskoeffizient	-,060
		Sig. (2-seitig)	,385
		N	212
	Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	Korrelationskoeffizient	,033
		Sig. (2-seitig)	,637
		N	212

**Tabelle 45:** Korrelationen zwischen Studienrichtung und Humor in der sozialen Hierarchie

Auch in der Dimension Humor in der sozialen Hierarchie können keine eklatanten Unterschiede zwischen den beiden Versuchsgruppen festgestellt werden. Daraus folgt, dass keine der beiden Gruppen signifikant stärker zum Abwärts- bzw. Aufwärtslachen neigt.

### Korrelationen

N=212		Studienschwerpunkt	
Spearman-Rho	Affinität zum Humor	Korrelationskoeffizient	,009
		Sig. (2-seitig)	,900
		N	212

**Tabelle 46:** Korrelation zwischen Studienrichtung und Affinität zum Humor

Was die persönliche Affinität zu Humor betrifft, so zeigte bereits die allgemeine Auswertung, dass die Mehrheit der Befragten sich eher bis sehr humorvoll einschätzten. Die logische Folge daraus ist, dass auch zwischen den beiden Studierendengruppen kein großer Unterschied bezüglich der eigenen Affinität zu Humor besteht.

### Korrelationen

N=212		Studienschwerpunkt	
Spearman-Rho	Humor als moralische Instanz	Korrelationskoeffizient	,057
		Sig. (2-seitig)	,412
		N	212

**Tabelle 47:** Korrelation von Studienrichtung und Humor als moralische Instanz

Die Tabelle sagt aus, dass auch bei der Dimension Humor als moralische Instanz keinerlei signifikanten Unterschiede zwischen Studenten mit Kommunikationsschwerpunkt und anderen Studenten festzustellen ist. Nachdem bereits bei der Dimension Grenzen des Humors keine Korrelationen erzielt wurden, war ein ähnliches Ergebnis auch hier zu erwarten.

## Korrelationen

N= 212		Studienschwerpunkt	
Spearman-Rho	Ingroup/Outgroup Geschlecht	Korrelationskoeffizient	,033
		Sig. (2-seitig)	,633
		N	212
	Ingroup/Outgroup Migranten	Korrelationskoeffizient	-,083
		Sig. (2-seitig)	,230
		N	212
	Ingroup/Outgroup Staatsangehörige	Korrelationskoeffizient	,033
		Sig. (2-seitig)	,631
		N	212
	Ingroup/Outgroup Glaubensrichtung	Korrelationskoeffizient	<b>-,153*</b>
		Sig. (2-seitig)	,025
		N	212
	Ingroup/Outgroup Gläubige/Nicht-Gläubige	Korrelationskoeffizient	-,044
		Sig. (2-seitig)	,528
		N	212
	Ingroup/Outgroup Studienschwerpunkt	Korrelationskoeffizient	,105
		Sig. (2-seitig)	,128
		N	212
	Ingroup/Outgroup Gleichgläubige	Korrelationskoeffizient	-,053
		Sig. (2-seitig)	,439
		N	212
	Ingroup/Outgroup Orientierung	Korrelationskoeffizient	-,055
		Sig. (2-seitig)	,425
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 48:** Korrelationen zwischen Studienrichtung und Ingroup-/Outgroup-Orientierungen

Bis auf eine Ausnahme können in der Dimension der Ingroup-/Outgroup-Orientierung keine signifikanten Unterschiede zwischen den Studierenden mit Kommunikationsschwerpunkt und allen anderen Studierenden nachgewiesen werden. Die Ausnahme ist eine negative Korrelation der Ingroup-/Outgroup-Orientierung bezüglich Christen und Muslimen und der Studienrichtung. Das heißt, Studenten mit einem anderen Schwerpunkt als Kommunikation neigen eher dazu, über Muslime zu lachen, sofern sie selbst Christen sind, und umgekehrt. Da nur ein sehr kleiner Anteil der Stichprobe angab, dem muslimischen Glauben anzugehören, kann zusammenfassend gesagt werden, dass vor Allem die Christen, welche einen anderen Studienschwerpunkt als Kommunikation haben, eher über Muslime lachen als dies Christen mit dem Studienschwerpunkt Kommunikation tun.

## Korrelationen

N=212		Studienschwerpunkt	
	Passiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	,065
		Sig. (2-seitig)	,348
		N	212
	Aktiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	,038
		Sig. (2-seitig)	,581
		N	212
	Aktiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	,034
		Sig. (2-seitig)	,620
		N	212
	Passiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	-,030
		Sig. (2-seitig)	,666
		N	212
	Missgeschicke anderer in den Medien	Korrelationskoeffizient	,089
		Sig. (2-seitig)	,196
		N	212
	Moderne Comedy	Korrelationskoeffizient	,046
		Sig. (2-seitig)	,503
		N	212
	Volkstümlicher Medienhumor	Korrelationskoeffizient	,067
		Sig. (2-seitig)	,333
		N	212
	Reflexiver Medienhumor	Korrelationskoeffizient	<b>,137*</b>
		Sig. (2-seitig)	,046
		N	212
	Politischer Medienhumor	Korrelationskoeffizient	<b>,155*</b>
		Sig. (2-seitig)	,024
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 49:** Korrelationen zwischen Studienrichtung und Humorgesmack (aktiv, passiv & TV)

Zwei äußerst interessante Ergebnisse zeigt diese Tabelle auf. Demnach rezipieren Studenten mit einem Schwerpunkt, der nichts mit Kommunikation zu tun hat, politischen und reflexiven Medienhumor lieber als dies Studenten mit Kommunikationsschwerpunkt tun. Zu reflexivem Medienhumor gehören Genreparodien, wie beispielsweise Westernparodien, und Horrorkomödien, beispielsweise „Tanz der Vampire“. Politisches Kabarett und gesellschaftskritische Satire, wie zum Beispiel „Dorfers Donnerstalk“ werden unter dem Begriff *politischer Medienhumor* zusammengefasst.

**ANOVA-Tabelle**

			Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
Reflexiver Medienhumor * Studienschwerpunkt	Zwischen Gruppen	(Kombiniert)	31,350	1	31,350	5,208	<b>,023</b>
	Innerhalb der Gruppen		1264,212	210	6,020		
	Gesamtsumme		1295,561	211			

**Tabelle 50:** Varianzanalyse der Korrelation zwischen Studienschwerpunkt und reflexivem Medienhumor

**ANOVA-Tabelle**

			Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
Politischer Medienhumor * Studienschwerpunkt	Zwischen Gruppen	(Kombiniert)	26,609	1	26,609	4,639	<b>,032</b>
	Innerhalb der Gruppen		1204,523	210	5,736		
	Gesamtsumme		1231,132	211			

**Tabelle 51:** Varianzanalyse der Korrelation zwischen Studienschwerpunkt und politischem Medienhumor

Die Varianzanalysen bestätigen die Korrelationen zwischen dem Studienschwerpunkt und reflexivem bzw. politischem Medienhumor.

Was verbalen Humor betrifft, so können keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Gruppen hinsichtlich des aktiven oder passiven Humorgeschmacks festgestellt werden.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass es zwar nur bei der Ingroup-/Outgroup-Orientierung und dem Humorgeschmack bei amüsanten Fernsehsendungen signifikante Unterschiede gibt, die Hypothese im Sinne dieser Korrelationen aber zumindest zum Teil verifiziert werden kann.

## **9.5 Hypothesenprüfung anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen**

Wie bereits im letzten Kapitel angekündigt, sollten die Hypothesen nicht nur anhand der dichotom typologisierten psychosozialen Messgrößen, sondern auch anhand der intervallskalierten Daten in diesem Bereich überprüft werden. Vorweg kann gesagt werden, dass sich die Resultate bezüglich der Arbeitshypothesen nur in zwei Fällen wesentlich ändern, indem eine signifikante Korrelation zu finden ist, wo in der Auswertung anhand der dichotom typologisierten psychosozialen Messgrößen keine signifikante Korrelation festgestellt werden konnte. Dies betrifft die Hypothesen 1a und 1c.

**Hypothese 1a:** Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto niedriger ist die moralische Hemmschwelle bezüglich der persönlichen Grenzen des Humors.

### Korrelationen

		Grenzen des Humors	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>-,145*</b>
		Sig. (2-seitig)	,035
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 52:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und Grenzen des Humors (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Es zeigt sich, dass bei dieser Vorgehensweise der Auswertung, anders als dies bei der dichotomen Einteilung der Stichprobe in High und Low Sensation Seeker der Fall war, eine signifikante Korrelation zwischen den beiden Merkmalen belegt werden kann. Demnach setzen Personen, die eher zu Sensation Seeking neigen, die Grenzen des Humors weiter oben an und können über viele Dinge lachen, über die sich andere nicht amüsieren.

### Korrelationen

		Humor als moralische Instanz	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>,147*</b>
		Sig. (2-seitig)	,032
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 53:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und Humor als moralische Instanz (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Die Dimension Humor als moralische Instanz dient hier dazu, das eben präsentierte Ergebnis noch einmal zu bestätigen. Die Tabelle zeigt, dass hohe Sensation Seeking – Werte mit der persönlichen Meinung einhergehen, dass über viele Themengebiete wie Religion, Weltanschauung oder Krankheit & Tod gelacht werden darf. Auch dieser signifikante Zusammenhang wird nur bei dieser Art der Auswertung deutlich.

Anhand dieses Auswertungsverfahrens kann die Hypothese also nach eingehender Prüfung der Ergebnisse verifiziert werden.

**Hypothese 1b:** Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto größer ist die Neigung zu aggressivem und vulgärem Humor.

### Korrelationen

N=212		Passiv derber Humor	Aktiv derber Humor
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>,224**</b>
		Sig. (2-seitig)	,001
		N	212
**. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 54:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und derbem Humor (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Die Tabelle zeigt einen signifikanten Zusammenhang, das gleiche Ergebnis brachte auch die Auswertung in Kapitel 9.4.1.2. Anhand dieser Auswertungsmethode zeigt sich aber ein noch stärkerer Zusammenhang dieser Variablen.

**Hypothese 1c:** Je stärker der Hang zu Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto eher ist eine Präferenz zu Top-Down-Humor zu erkennen.

### Korrelationen

N=212		Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>,209**</b>
		Sig. (2-seitig)	,002
		N	212
**. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 55:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und Top-down-Humor (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Hier wird der zweite Fall eines im Vergleich zur ersten Hypothesenprüfung deutlich abweichenden Ergebnisses sichtbar. Hier ist eine Korrelation zwischen Sensation Seeking und dem sozial nach unten gerichteten Lachen sichtbar. Die Hypothese kann somit nach dieser Art der Auswertung verifiziert werden.

**Hypothese 1d:** Je stärker die Präferenz zu externaler Kontrollerwartung geht, desto eher ist die Neigung zu Top-Down-Humor zu erwarten.

### Korrelationen

N=212		Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	
Spearman-Rho	Kontrollerwartung	Korrelationskoeffizient	,009
		Sig. (2-seitig)	,891
		N	212

**Tabelle 56:** Korrelation zwischen Sensation Seeking und Top-down-Humor (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Wie bereits in der Auswertung, in der die Stichprobe in zwei Gruppen (externale und interne Kontrollerwartung) gegliedert wurde, konnte keine Korrelation festgestellt werden. Die Hypothese muss also in jedem Fall falsifiziert werden.

**Hypothese 1e:** Je höher die Werte der Dimension „Ängstlichkeit“ sind, desto eher ist eine Tendenz zur Vermeidung von aggressivem Humor zu erkennen.

### Korrelationen

N=212		Passiv derber Humor	Aktiv derber Humor
Spearman-Rho	Ängstlichkeit	Korrelationskoeffizient	-,082
		Sig. (2-seitig)	,443
		N	212

\*\* . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 57:** Korrelation zwischen Ängstlichkeit und derbem Humor (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Genauso wie in Kapitel 9.4.1.5 kann auch hier kein signifikanter Zusammenhang der beiden Variablen erkannt werden. Die Hypothese wird somit falsifiziert.

**Hypothese 1f:** Menschen mit hoher Ambiguitätsintoleranz vermeiden raffinierte Humorarten wie Sarkasmus, Ironie oder hintergründige Witze mit Doppelsinn und bevorzugen dagegen andere Humorarten.

### Korrelationen

N=212		Aktiv feinsinniger Humor	Passiv feinsinniger Humor
Spearman-Rho	Ambiguitätsintoleranz verbal	Korrelationskoeffizient	<b>,306**</b>
		Sig. (2-seitig)	,000
		N	212
	Ambiguitätsintoleranz visuell	Korrelationskoeffizient	<b>-,172*</b>
		Sig. (2-seitig)	,012
		N	212

\*\* . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

\* . Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 58:** Korrelation zwischen Ambiguitätsintoleranz und feinsinnigem Humor (anhand intervallskaliert psychosozialer Messgrößen)

Die Auswertung in Kapitel 9.4.1.6 brachte bereits höchst überraschende Ergebnisse, eben jene Ergebnisse werden aber bei dieser Form der Auswertung nicht nur bestätigt, es zeigen sich sogar noch stärkere Zusammenhänge von verbaler bzw. visueller Ambiguitätsintoleranz und der Bevorzugung von feinsinnigem Humor. Diese überaus bemerkenswerten Resultate führen nicht nur zu einer Falsifikation, sondern sogar zu einer gezwungenen Umkehrung der ursprünglich formulierten Hypothese.

**Hypothese 2a:** Die politische Gesinnung der Versuchspersonen hat direkten Einfluss auf die Outgroup-Orientierung.

### Korrelationen

N=212		Ingroup/Outgroup Orientierung	
Spearman-Rho	Politische Gesinnung	Korrelationskoeffizient	<b>-,242**</b>
		Sig. (2-seitig)	,000
		N	212

\*\* . Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 59:** Korrelation zwischen politischer Gesinnung und Ingroup-/Outgroup-Orientierung (anhand intervallskaliert Ingroup-/Outgroup-Orientierung)

Die Tendenz, die bereits bei der ersten Prüfung anhand dichotomer Typenbildung nach Ingroup-/Outgroup-Orientierung festzustellen war, wird auch hier bestätigt. Demnach haben Menschen mit konservativen Werten eher die Neigung, über Gruppen zu lachen, denen sie selbst nicht angehören. Durch die signifikante Korrelation kann die Hypothese also bestätigt werden.

Da die Hypothesen 2b, 2c und 3a ausschließlich Variablen enthalten, bei deren Auswertung sich im Vergleich zur ersten Auswertung nichts veränderte, wird auf eine Wiederholung der Prüfung dieser Hypothesen an dieser Stelle verzichtet. Die eingehende Prüfung dieser Hypothesen ist im Kapitel 9.4 zu finden.

**Hypothese 3b:** Bei Frauen ist eine höhere Ingroup-Orientierung zu beobachten, während Männer eher dazu neigen, über fremde Gruppen zu lachen.

Da auch bei der Variable Ingroup-/Outgroup-Orientierung ein Summenindex und in der Folge eine dichotome Typenbildung eingesetzt wurde, wird auch diese Hypothese ein weiteres Mal anhand von intervallskalierten Daten überprüft.

### Korrelationen

N=212		Ingroup/Outgroup Orientierung	
Spearman-Rho	Geschlecht	Korrelationskoeffizient	,158*
		Sig. (2-seitig)	,021
		N	212
* Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 60:** Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung (anhand intervallskalierter Ingroup-/Outgroup-Orientierung)

Die Aussage in der Hypothese wird auch nach dieser Art der Auswertung bestätigt, allerdings zeigt sich hier ein etwas schwächerer Zusammenhang der beiden Variablen als dies bei der Auswertung anhand dichotomer Typenbildung nach Ingroup-/Outgroup-Orientierung der Fall war. Die Hypothese wurde trotzdem auch hier bestätigt.

## 9.6 Weitere Ergebnisse

Neben den Korrelationen, die zur Prüfung der Hypothesen und der Beantwortung der Forschungsfragen beitrugen, ergab die Untersuchung noch einige weitere Korrelationen zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen, die in den folgenden Kapiteln im Detail beschrieben werden.

Zunächst werden Ergebnisse präsentiert, die anhand der dichotom typologisierten psychosozialen Messgrößen erzielt wurden, im darauf folgenden Kapitel sollen schlussendlich auch weitere Resultate, die anhand der intervallskalierten Daten ermittelt werden konnten, dargelegt werden.

### 9.6.1 Weitere Ergebnisse anhand der dichotom typologisierten psychosozialen Messgrößen

#### 9.6.1.1 Sensation Seeking

<b>Korrelationen</b>			Lachen in der sozialen Hierarchie (Bottom up)
N=212			
Spearman-Rho	Sensation Seeking	Korrelationskoeffizient	<b>,177**</b>
		Sig. (2-seitig)	,010
		N	212
** Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 61:** Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung

Personen mit hoher Sensation Seeking Ausprägung, die immer wieder nach extremen Reizen und Erfahrungen suchen, weisen die Tendenz auf, eher sozial aufwärtsgerichtet zu lachen. Demnach wird eher über Politiker, Vorgesetzte oder Lehrer gelacht als beispielsweise über Obdachlose oder Behinderte.

## 9.6.1.2 Ambiguitätstoleranz

### Verbale Ambiguitätstoleranz

#### Korrelationen

N=212			Politischer Medienhumor
Spearman-Rho	Ambiguitätsintoleranz verbal	Korrelationskoeffizient	<b>,142*</b>
		Sig. (2-seitig)	,039
		N	212
*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 62:** Korrelation zwischen verbaler Ambiguitätsintoleranz und politischem Medienhumor

Die Tabelle zeigt eine signifikante Korrelation zwischen verbaler Ambiguitätsintoleranz und politischem Medienhumor. Menschen mit hoher Intoleranz gegenüber verbaler Ambiguitäten bevorzugen demnach die Rezeption von politischem Kabarett und gesellschaftskritischer Satire.

### Visuelle Ambiguitätstoleranz

#### Korrelationen

N=212			Ingroup/Outgroup Migranten
Spearman-Rho	Ambiguitätsintoleranz visuell	Korrelationskoeffizient	<b>,140*</b>
		Sig. (2-seitig)	,041
		N	212
*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 63:** Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung

#### ANOVA-Tabelle

		Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.	
Ingroup/Outgroup Migranten * Ambiguitätsintoleranz visuell	Zwischen Gruppen	(Kombiniert)	,996	1	,996	4,223	<b>,041</b>
	Innerhalb der Gruppen		49,509	210	,236		
	Gesamtsumme		50,505	211			

**Tabelle 64:** Varianzanalyse der Korrelation zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Ingroup-/Outgroup-Orientierung (Migranten)

Die hier dargestellten Ergebnisse zeigen eine Signifikanz zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Ingroup-/Outgroup-Orientierung bezüglich Migranten an. Im Detail sagen die Resultate aus, dass Menschen mit hoher visueller Ambiguitätsintoleranz eher

dazu neigen, Witze über Einheimische zu machen bzw. darüber zu lachen, sofern sie selbst Einheimische sind. Handelt es sich um Migranten, die eine hohe visuelle Ambiguitätsintoleranz aufweisen, lachen diese Personen eher über Migranten als über Einheimische. Migranten und Einheimische, die eine hohe Toleranz gegenüber visuellen Ambiguitäten haben, lachen daher eher über die jeweils andere Gruppe.

### Korrelationen

N=212			Grenzen des Humors
Spearman-Rho	Ambiguitätsintoleranz visuell	Korrelationskoeffizient	<b>,244**</b>
		Sig. (2-seitig)	,000
		N	212
** Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 65:** Korrelation zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Grenzen des Humors

Auch zwischen den Dimensionen *Grenzen des Humors* und *visuelle Ambiguitätsintoleranz* wurde eine signifikante Korrelation entdeckt. Dies gilt auch für den Zusammenhang von visueller Ambiguitätsintoleranz und der Dimension *Humor als moralische Instanz*, wie die folgende Tabelle zeigt.

### Korrelationen

N=212			Humor als moralische Instanz
Spearman-Rho	Ambiguitätsintoleranz visuell	Korrelationskoeffizient	<b>-,222**</b>
		Sig. (2-seitig)	,001
		N	212
** Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 66:** Korrelation zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Humor als moralischer Instanz

Es besteht eine negative signifikante Korrelation. Daraus kann geschlossen werden, dass Personen mit hoher Intoleranz gegenüber mehrdeutigen oder widersprüchlichen visuellen Reizen eher die Meinung vertreten, dass Humor über gewisse Tabuthemen moralisch nicht vertretbar ist.

### 9.6.1.3 Kontrollerwartung

#### Korrelationen

N=212			Missgeschicke Anderer in den Medien
Spearman-Rho	Kontrollerwartung	Korrelationskoeffizient	<b>-,157*</b>
		Sig. (2-seitig)	,022
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).  
**Tabelle 67:** Korrelation zwischen Kontrollerwartung und Missgeschicke Anderer in den Medien (TV-Humorgeschmack)

Die einzige (Sub-)Dimension, die eine signifikante Korrelation mit Kontrollerwartung aufweist, ist Missgeschicke Anderer in den Medien als TV-Humorgeschmack. Menschen mit externaler Kontrollerwartung bevorzugen diese Art von TV-Unterhaltung signifikant öfter als Personen mit internaler Kontrollerwartung.

### 9.6.1.4 Ängstlichkeit

#### Korrelationen

N=212			Ingroup/Outgroup Staatsangehörige
Spearman-Rho	Ängstlichkeit	Korrelationskoeffizient	<b>-,164*</b>
		Sig. (2-seitig)	,017
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).  
**Tabelle 68:** Korrelation zwischen Ängstlichkeit und Ingroup/Outgroup Einheimische

Menschen, die einen hohen Wert an grundsätzlicher Angsttendenz aufweisen, lachen tendenziell öfter über Staatsangehörige eines fremden Staates als über die eigenen Landsleute. Dabei spielt es keine Rolle, aus welchem Land die Personen kommen.

### ANOVA-Tabelle

N=212		Quadratsumme	df	Quadratischer Mittelwert	F	Sig.
Ingroup/Outgroup	Zwischen Gruppen (Kombiniert)	1,357	1	1,357	5,797	<b>,017</b>
Staatsangehörige * Ängstlichkeit	Innerhalb der Gruppen	49,148	210	,234		
	Gesamtsumme	50,505	211			

**Tabelle 69:** Varianzanalyse zwischen Ängstlichkeit und Ingroup/ Outgroup Einheimische

Die zweite Subdimension, der eine signifikante Korrelation, mit Ängstlichkeit zugeschrieben werden kann, ist politischer Medienhumor. Die folgende Tabelle beweist, dass ängstliche Personen politischen Medienhumor signifikant weniger mögen als weniger ängstliche Menschen.

### Korrelationen

N=212		Politischer Medienhumor	
Spearman-Rho	Ängstlichkeit	Korrelationskoeffizient	<b>-,175*</b>
		Sig. (2-seitig)	,011
		N	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 70:** Korrelation zwischen Ängstlichkeit und politischem Medienhumor (TV-Humorgeschmack)

## 9.6.2 Weitere Ergebnisse anhand intervallskalierter Daten der psychosozialen Messgrößen

### 9.6.2.1 Sensation Seeking

#### Korrelationen

N=212		Sensation Seeking	
	Humor in der sozialen Hierarchie (Bottom-up)	Korrelationskoeffizient	<b>,230**</b>
		Sig. (2-seitig)	,001
		N	212
	Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	Korrelationskoeffizient	<b>,209**</b>
		Sig. (2-seitig)	,002
		N	212
	Humor als moralische Instanz	Korrelationskoeffizient	<b>,147*</b>
		Sig. (2-seitig)	,032
		N	212
	Grenzen des Humors	Korrelationskoeffizient	<b>-,145*</b>
		Sig. (2-seitig)	,035
		N	212
	Passiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,224**</b>
		Sig. (2-seitig)	,001
		N	212
	Aktiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,200**</b>
		Sig. (2-seitig)	,003
		N	212
	Passiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,146*</b>
		Sig. (2-seitig)	,034
		N	212
	Aktiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,164*</b>
		Sig. (2-seitig)	,017
		N	212
*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			
**. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 71:** Weitere Korrelationen zwischen Sensation Seeking und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Aus der Tabelle geht hervor, dass die Dimension Sensation Seeking mit acht verschiedenen Ausprägungen von Humor signifikant korrelieren. In der Auswertung anhand dichotom typologierter Daten der psychosozialen Messgrößen konnte eine solche Korrelation hingegen nur zwischen Sensation Seeking und drei Humorvariablen festgestellt werden.

Dadurch zeigt sich, dass durch die Verwendung der intervallskalierten Daten mehr signifikante Zusammenhänge erwiesen werden können.

Die stärksten Korrelationen zeigen sich zwischen Sensation Seeking und derbem Humor (sowohl aktiv als auch passiv) bzw. Sensation Seeking und Lachen in der sozialen Hierarchie. Demnach lachen Sensation Seeker im Vergleich zu Anderen öfter und mehr sowohl über gesellschaftlich höher gestellte Personen, als auch über Menschen, die unter ihnen in der sozialen Hierarchie stehen. Was den Humorgeschmack betrifft, so sind signifikante Korrelationen sowohl zwischen Sensation Seeking und derbem Humor, als auch zwischen Sensation Seeking und feinsinnigem Humor zu finden. Die Resultate zeigen allerdings eine stärkere Signifikanz zwischen Sensation Seeking und derbem Humor.

### 9.6.2.2 Ambiguitätstoleranz

#### Korrelationen

N=212			Ambiguitätsintoleranz verbal	Ambiguitätsintoleranz visuell
Spearman-Rho	Ingroup/Outgroup Orientierung	Korrelationskoeffizient	<b>,136*</b>	,041
		Sig. (2-seitig)	,048	,551
		N	212	212
	Humor als moralische Instanz	Korrelationskoeffizient	,105	<b>-,215**</b>
		Sig. (2-seitig)	,128	,002
		N	212	212
	Grenzen des Humors	Korrelationskoeffizient	-,081	<b>,233**</b>
		Sig. (2-seitig)	,238	,001
		N	212	212
	Universalität des Humors	Korrelationskoeffizient	<b>,237**</b>	-,093
		Sig. (2-seitig)	,000	,179
		N	212	212
	Aktiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	,073	<b>-,171*</b>
		Sig. (2-seitig)	,289	,013
		N	212	212
	Passiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,203**</b>	-,115
		Sig. (2-seitig)	,003	,096
		N	212	212
	Aktiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	<b>,306**</b>	<b>-,172*</b>
		Sig. (2-seitig)	,000	,012
		N	212	212
	Politischer Medienhumor	Korrelationskoeffizient	<b>,158*</b>	-,133
		Sig. (2-seitig)	,022	,052
		N	212	212

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

\*\* .Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 72:** Weitere Korrelationen zwischen visueller bzw. verbaler Ambiguitätsintoleranz und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Zunächst wird auf die Zusammenhänge der verbalen Ambiguitätstoleranz und den verschiedenen Humorausprägungen eingegangen. Dabei bestätigen die Resultate das überaus überraschende Ergebnis bezüglich der Korrelation zwischen hoher Intoleranz gegenüber verbalen Ambiguitäten und feinsinnigem Humor als bevorzugte Humorart. In dieser Form der Auswertung zeigen sich sogar noch stärkere Zusammenhänge zwischen den Variablen als dies bei der Auswertung mittels dichotom typologisierter Daten der psychosozialen Messgrößen der Fall war.

Weiters sind Korrelationen zwischen verbaler Ambiguitätsintoleranz und den Dimensionen *Ingroup-/Outgroup-Orientierung* und *Universalität des Humors* erkennbar. Einerseits scheinen die Probanden mit hoher verbaler Ambiguitätsintoleranz eher über Witze zu lachen, die auf Personen abzielen, welche ihnen in einem oder mehreren Merkmalen gleichen, andererseits neigen verbal ambiguitätsintolerante Personen offenbar zur universellen Anwendung von Humor. Im Bereich des TV-Humorgeschmacks wird der politische Medienhumor bevorzugt.

Bei genauerer Betrachtung der Resultate der Berechnungen mit der Dimension visuelle Ambiguitätsintoleranz fällt schnell auf, dass jene Menschen, welche die Bilder im Test vorwiegend als eher unangenehm empfanden, die Meinung vertreten, dass einige Themen und Personen vom Humor ausgenommen werden sollten. Die Korrelationen zwischen der Dimension *visuelle Ambiguitätsintoleranz* und den beiden Dimensionen *Grenzen des Humors* und *Humor als moralische Instanz* belegen dies. Im Fall der zweitgenannten Dimension liegt eine negative Korrelation vor, allerdings wurden Aussagen, nach denen es völlig vertretbar ist, sich über alles und jeden lustig zu machen, mit einem hohen Wert codiert, während ein hoher Wert bei der Dimension *Grenzen des Humors* zeigt, dass die Person viele Themen als Tabu für Humor sieht.

Außerdem zeigen sich jeweils negative Korrelationen zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und aktiv derbem bzw. aktiv feinsinnigem Humor. Daraus kann geschlossen werden, dass Menschen mit hoher visueller Ambiguitätsintoleranz selbst weder die eine, noch die andere Art von Humor gern einsetzen.

### 9.6.2.3 Kontrollerwartung

#### Korrelationen

N=212		Kontrollerwartung	
Spearman-Rho	Missgeschicke Anderer in den Medien	Korrelationskoeffizient	<b>-,220**</b>
		Sig. (2-seitig)	,001
		N	212
	Politischer Medienhumor	Korrelationskoeffizient	<b>,164*</b>
		Sig. (2-seitig)	,017
		N	212
*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			
**. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 73:** Weitere Korrelationen zwischen Kontrollerwartung und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Die erste signifikante Korrelation zeigt, dass Missgeschicke Anderer in den Medien umso mehr abgelehnt werden, je eher man zu internaler Kontrollerwartung tendiert. Je mehr davon ausgegangen wird, dass Situationen selbst gesteuert und kontrolliert werden können, desto größer ist die Ablehnung gegenüber humoristischen TV-Inhalten, in denen Missgeschicke anderer Personen präsentiert werden.

Darüber hinaus wird sichtbar, dass internale Kontrollerwartung mit der Bevorzugung von politischem Medienhumor einhergeht. Anhand dieser Auswertung kann resümiert werden, dass es offensichtlich einen deutlichen Zusammenhang zwischen Kontrollerwartung und Präferenzen hinsichtlich des TV-Humorgeschmacks gibt.

### 9.6.2.4 Ängstlichkeit

#### Korrelationen

N=212			Ängstlichkeit
Spearman-Rho	Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	Korrelationskoeffizient	<b>-,194*</b>
		Sig. (2-seitig)	,005
		N	212
	Grenzen des Humors	Korrelationskoeffizient	<b>,214**</b>
		Sig. (2-seitig)	,002
		N	212
*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).			
**. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).			

**Tabelle 74:** Weitere Korrelationen zwischen Ängstlichkeit und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen)

Die Dimension Ängstlichkeit korreliert nur mit zwei verschiedenen Ausprägungen des Humortests. Die Auswertung ergab hierbei, dass Menschen mit grundsätzlich höherer Angsttendenz das Verlachen von sozial Schwächeren ablehnen, wozu auch das zweite signifikante Ergebnis passt. Demnach ziehen Ängstliche auch die Grenze des Humors deutlich früher als weniger ängstliche Personen.

### 9.7. Überblick über Korrelationen zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen in beiden Auswertungsmöglichkeiten

Auf den folgenden beiden Seiten wird ein umfassender Überblick über Korrelationen aller erhobenen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen in Form von zwei Kreuztabellen gegeben. Die erste Tabelle zeigt die Korrelationen anhand der Auswertung mit intervallskalierten Daten, die zweite Tabelle beinhaltet die Ergebnisse der Auswertung anhand dichotom typologischer psychosozialer Messgrößen.

### Kreuztabelle der Korrelationen unter Verwendung von intervallskalierten Daten der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen

N=212		Ängstlichkeit	Sensation Seeking	Kontrollerwartung	Ambiguitätsintoleranz verbal	Ambiguitätsintoleranz visuell	
Spearman-Rho	Humor in der sozialen Hierarchie (Bottom-up)	Korrelationskoeffizient	-,098	<b>,230**</b>	-,032	-,001	,059
		Sig. (2-seitig)	,153	,001	,646	,989	,392
	Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	Korrelationskoeffizient	<b>-,194**</b>	<b>,209**</b>	,009	,004	-,111
		Sig. (2-seitig)	,005	,002	,891	,956	,107
	Ingroup/Outgroup Orientierung	Korrelationskoeffizient	-,088	,122	,109	<b>,136*</b>	,041
		Sig. (2-seitig)	,201	,077	,115	,048	,551
	Humor als moralische Instanz	Korrelationskoeffizient	-,071	<b>,147*</b>	,122	,105	<b>-,215**</b>
		Sig. (2-seitig)	,306	,032	,076	,128	,002
	Grenzen des Humors	Korrelationskoeffizient	<b>,214**</b>	<b>-,145*</b>	-,056	-,081	<b>,233**</b>
		Sig. (2-seitig)	,002	,035	,421	,238	,001
	Universalität des Humors	Korrelationskoeffizient	-,075	,132	,023	<b>,237**</b>	-,093
		Sig. (2-seitig)	,277	,054	,741	,000	,179
	Passiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	-,082	<b>,224**</b>	-,066	,062	-,133
		Sig. (2-seitig)	,233	,001	,339	,368	,053
	Aktiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	-,053	<b>,200**</b>	-,097	,073	<b>-,171*</b>
		Sig. (2-seitig)	,443	,003	,159	,289	,013
	Passiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	,030	<b>,146*</b>	-,010	<b>,203**</b>	-,115
		Sig. (2-seitig)	,663	,034	,884	,003	,096
	Aktiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	,004	<b>,164*</b>	,093	<b>,306**</b>	<b>-,172*</b>
		Sig. (2-seitig)	,958	,017	,176	,000	,012
	Missgeschicke Anderer in den Medien	Korrelationskoeffizient	-,055	,134	<b>-,220**</b>	,038	,048
		Sig. (2-seitig)	,428	,052	,001	,587	,485
	Moderne Comedy	Korrelationskoeffizient	,122	,044	-,044	-,116	,036
		Sig. (2-seitig)	,077	,527	,522	,092	,598
	Volkstümlicher Medienhumor	Korrelationskoeffizient	-,061	-,042	,056	,052	-,085
		Sig. (2-seitig)	,380	,543	,414	,454	,218
	Reflexiver Medienhumor	Korrelationskoeffizient	,039	,062	-,007	,022	-,011
		Sig. (2-seitig)	,576	,370	,917	,751	,877
	Politischer Medienhumor	Korrelationskoeffizient	-,068	,092	<b>,164*</b>	<b>,158*</b>	-,133
		Sig. (2-seitig)	,325	,184	,017	,022	,052

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

\*\*.. Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 75:** Kreuztabelle der Korrelationen unter Verwendung von intervallskalierten Daten der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen

### Kreuztabelle der Korrelationen unter Verwendung von dichotom typologisierten Daten der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen

N=212		Ängstlichkeit	Sensation Seeking	Kontrollerwartung	Ambiguitätsintoleranz verbal	Ambiguitätsintoleranz visuell	
Spearman-Rho	Humor in der sozialen Hierarchie (Bottom-up)	Korrelationskoeffizient	,121	<b>,177**</b>	-,023	,074	,061
		Sig. (2-seitig)	,080	,010	,744	,283	,375
	Humor in der sozialen Hierarchie (Top-down)	Korrelationskoeffizient	-,012	,125	,000	,044	-,130
		Sig. (2-seitig)	,864	,070	,994	,524	,058
	Ingroup/Outgroup Orientierung	Korrelationskoeffizient	-,050	,130	,024	,081	,012
		Sig. (2-seitig)	,470	,058	,729	,240	,866
	Humor als moralische Instanz	Korrelationskoeffizient	,024	,079	,120	,075	<b>-,197**</b>
		Sig. (2-seitig)	,730	,251	,082	,275	,004
	Grenzen des Humors	Korrelationskoeffizient	,103	-,042	-,075	-,114	<b>,191**</b>
		Sig. (2-seitig)	,136	,541	,279	,099	,005
	Universalität des Humors	Korrelationskoeffizient	-,099	,092	-,050	,129	,009
		Sig. (2-seitig)	,150	,183	,467	,061	,891
	Passiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	-,045	<b>,186**</b>	-,095	,110	-,101
		Sig. (2-seitig)	,512	,007	,170	,112	,142
	Aktiv derber Humor	Korrelationskoeffizient	-,038	<b>,175*</b>	-,129	,060	-,120
		Sig. (2-seitig)	,578	,011	,061	,386	,081
	Passiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	,023	,094	-,001	,115	,000
		Sig. (2-seitig)	,737	,173	,988	,094	,999
	Aktiv feinsinniger Humor	Korrelationskoeffizient	-,071	,094	,069	<b>,141*</b>	-,079
		Sig. (2-seitig)	,302	,171	,317	,041	,251
	Missgeschicke Anderer in den Medien	Korrelationskoeffizient	-,103	,059	<b>-,157*</b>	,031	,022
		Sig. (2-seitig)	,137	,393	,022	,655	,748
	Moderne Comedy	Korrelationskoeffizient	,069	,088	-,046	-,030	,066
		Sig. (2-seitig)	,314	,202	,502	,663	,340
	Volkstümlicher Medienhumor	Korrelationskoeffizient	-,049	-,057	,025	-,012	,019
		Sig. (2-seitig)	,481	,406	,717	,864	,788
	Reflexiver Medienhumor	Korrelationskoeffizient	,000	,031	-,048	,124	-,021
		Sig. (2-seitig)	,996	,656	,490	,071	,760
	Politischer Medienhumor	Korrelationskoeffizient	<b>-,175*</b>	,019	,090	<b>,142*</b>	-,053
		Sig. (2-seitig)	,011	,784	,193	,039	,444

\*. Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

\*\* .Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

**Tabelle 76:** Kreuztabelle der Korrelationen unter Verwendung von dichotom typologisierten Daten der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen

## 10 Resümee

Zum Abschluss wird auf den folgenden Seiten ein finales Resümee über die abgeschlossene Erhebung gegeben. Dabei wird ein letztes Mal auf die Forschungsfragen und Hypothesen eingegangen, die Erkenntnisse zusammengefasst und über aufgetretene Problemfelder im Zuge der Untersuchung berichtet.

Die prinzipielle Ausgangsfrage nach den Zusammenhängen zwischen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen kann nach den Erkenntnissen, die aus den Resultaten der Befragung erzielt wurden, jedenfalls beantwortet werden. Die Auswertungstabellen zeigen einige, teils stärkere, teils schwächere, signifikante Korrelationen zwischen diversen psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen.

Für die Analyse der Daten und die Prüfung der Hypothesen entschied sich der Autor zunächst für eine Form der Auswertung, in der die Probanden durch eine dichotome Typologisierung anhand jedes psychosozialen Merkmals in zwei Gruppen eingeteilt werden konnten. Dies geschah aus zwei Gründen. Einerseits wurde diese Vorgehensweise bereits im Vorfeld bei einigen anderen Untersuchungen, in denen der Humortest zum Einsatz gekommen war, gewählt, andererseits erhoffte sich der Autor dadurch, aussagekräftigere Ergebnisse zu erzielen.

Trotzdem wurde die Befragung nach dieser Auswertung ein weiteres Mal in Form von intervallskalierten Daten analysiert. Dabei traten einige neue Ergebnisse auf, die Hypothesen 1a und 1c konnten, im Gegensatz zur Auswertung anhand dichotom typologisierter Daten im Bereich der psychosozialen Merkmale, verifiziert werden.

Im folgenden Absatz soll noch einmal näher auf die Hypothesen eingegangen werden. Von den elf vor der Studie formulierten Hypothesen konnten sechs durch signifikante Ergebnisse bestätigt werden, fünf Mal kam es zu einer Falsifikation der Hypothese. In der zweiten Form der Auswertung, bei der ausschließlich mit intervallskalierten Daten gearbeitet wurde, konnten sogar acht der elf Hypothesen verifiziert werden. Nicht belegbar sind Zusammenhänge zwischen (externaler) Kontrollerwartung und Top-down-Humor, sowie zwischen Ängstlichkeit und der Tendenz, aggressive Formen des Humors zu vermeiden.

Einen ganz besonderen Fall stellt die Hypothese 1f dar, in der vermutet wurde, dass Menschen mit hoher verbaler Ambiguitätsintoleranz raffinierte Humorarten wie Sarkasmus oder Witze mit Doppelsinn eher vermeiden möchten. Es zeigte sich nicht nur, dass diese Annahme nicht wahr ist, sondern die Hypothese sogar umgekehrt betrachtet werden musste. Die mehrfach überprüften Ergebnisse zeigen nämlich, dass eine hohe verbale Ambiguitätsintoleranz mit der bevorzugten Rezeption von raffinierten Humorarten einhergeht.

Dieses Ergebnis wurde mit großer Überraschung zur Kenntnis genommen, und könnte in einer Folgeuntersuchung ein weiteres Mal überprüft werden. Es stellt sich hier natürlich die Frage, warum Menschen, die mehrdeutige und unklare verbale Reize grundsätzlich vermeiden, eben genau diese Art des Humors bevorzugen.

Möglicherweise kann dieses Resultat auch damit erklärt werden, dass beim Kurztest zu verbaler Ambiguitätsintoleranz lediglich die beiden Subdimensionen *Ambiguitätsintoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen* und *Ambiguitätsintoleranz der Offenheit für neue Erfahrungen* erhoben wurden. Möglicherweise wären andere Ergebnisse erzielt worden, wenn auch die anderen drei Subdimensionen abgefragt worden wären. Dies hätte allerdings den Fragebogen noch mehr verlängert, was wiederum zu einer höheren Ausfallsquote unter den Befragten führen hätte können.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass psychosoziale Merkmale grundsätzlich durchaus Einfluss darauf haben, welche Arten von Humor bevorzugt werden, worüber gelacht wird, und welche Einstellungen eine Person hinsichtlich der Grenzen des Humors vertritt.

Auffallend ist in der Analyse der Daten auf jeden Fall, dass die Variable Sensation Seeking eine extrem hohe Anzahl an signifikanten Korrelationen mit psychosozialen Merkmalen aufweist. In beiden Formen der Auswertung ist dies die Messgröße mit den meisten signifikanten Korrelationen. Demnach lachen Menschen, die oft nach neuen Reizen suchen und gerne Neues ausprobieren, gerne sowohl sozial auf-, als auch abwärtsgerichtet, finden es im Vergleich zu Anderen weitaus öfter moralisch vertretbar, sich über gesellschaftlich kritische Themen oder benachteiligte Personen lustig zu machen, und mögen sowohl derben, als auch feinsinnigen Humor sehr gerne, wobei der Hang zu derbem Humor stärker ausgeprägt ist.

Die korrelationsschwächsten Variablen sind hingegen Ängstlichkeit und Kontrollerwartung. Hier kann nur von jeweils zwei (dichotome Typologisierung anhand psychosozialer Messgrößen) bzw. einer (intervallskalierte Daten) signifikanten Korrelation berichtet werden. Interessant ist dabei die signifikante negative Korrelation zwischen Kontrollerwartung (wobei der Wert 1 internaler Kontrollerwartung entspricht, der Wert 0 entspricht externaler Kontrollerwartung) und der Bevorzugung von Missgeschicken Anderer in TV-Humorsendungen. Daraus kann geschlossen werden, dass Menschen, die der Meinung sind, dass ihr Leben tendenziell eher fremdbestimmt ist, gerne zusehen, wenn anderen Personen Missgeschicke passieren.

Natürlich muss bei der Stichprobe von 212 Personen sehr vorsichtig mit allgemeingültigen Aussagen umgegangen werden, allerdings kann man nach den Resultaten der Erhebung im Rahmen dieser Arbeit durchaus sagen, dass es Zusammenhänge zwischen psychosozialen Merkmalen und Humordispositionen bzw. -präferenzen gibt. Nicht jedes Merkmal hat Auswirkungen auf die Humordisposition, aber vereinzelt wurden Zusammenhänge vermutet und belegt.

## **IV QUELLENVERZEICHNIS**

## 11 Literaturverzeichnis

Adams, Patch/Mylander, Maureen: Gesundheit. Oberursel: Zwölf & Zwölf. 1997.

Apte, Mahadev.: Humor and laughter. An anthropological approach. London: Cornell University Press Ltd. 1985.

Bachtin, Michail: Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur. München: Carl Hanser Verlag. 1969.

Baumann, Christoph Peter.: Humor und Religion. Worüber man lacht – oder besser nicht. Stuttgart: Kreuzverlag. 2008.

Berger, Peter: Erlösendes Lachen. Das Komische in der menschlichen Erfahrung. Berlin, New York: Walter de Gruyter. 1998.

Bergson, Henri: Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen. Zürich: Arche. 1972.

Bergson, Henri: Das Lachen. Erstes bis drittes Tausend. Jena: Eugen Diederichs. 1914.

Boothe, Brigitte: Prächtige Selbstdarstellung und humoristischer Scharfblick. Klugheit in der Krise. In: Bachmaier, Helmut (Hg.): Lachen macht stark. Humorstrategien. Göttingen: Wallstein. 2007.

Dopychai, Arno: Der Humor – Begriff, Wesen, Phänomenologie und pädagogische Relevanz. Dissertation. Bonn. 1988.

Duden: Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache. 4. Auflage. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag. 2007.

Dziemidok, Bohdan: The comical. A philosophical analysis. Boston, Dordrecht, London: Kluwer Academic Publishers. 1993.

Eco, Umberto: Der Name der Rose. 1. Auflage. München: DTV. 1986.

Falbesoner, Beate: Humor und Partnerschaft. Dissertation. Universität Wien. 2005.

Frenkel-Brunswik, Else: Intolerance of ambiguity as an emotional and perceptual personality variable. In: Journal of Personality, Vol. 18. 1948.

Freud, Sigmund.: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten. Vierte Auflage. Leipzig, Wien: Franz Deuticke. 1925.

Freud, Sigmund: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuchverlag. 1992.

Fürer, Rebekka & Matthes, Jörg: Zur Wirkungsweise von Selbstironie und Spott in der politischen Rede. In: Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart. Jahrgang 29. 3/2014.

Gaudera, Cornelia: Humor im Fernsehen. Eine quantitative Analyse der Zuwendungsprofile von Humorsendungen. Diplomarbeit. Universität Wien. 2014.

Gelfert, Hans-Dieter: Madam I´m Adam. Eine Kulturgeschichte des englischen Humors. München: C.H. Beck. 2007.

Giles, Howard & Oxford, Geoffrey: Towards a multidimensional theory of laughter causation and its social implications. In: Bulletin of the British Psychological Society. Vol. 23. 1970.

Grimm, Jürgen: Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität – Erregungsverläufe – Sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 1999.

Grimm, Jürgen: Fraktale Ästhetik für eine sinnorientierte Generation? Ergebnisse des Forschungsprojekts „Videoclips und Lebenswelt“. In: Working Papers der Forschungsstelle für gesellschaftliche Entwicklung. Mannheim: Universität Mannheim. 1991.

Grimm, Jürgen: Lachen im sozialen Kontext. Konstruktion und Evaluation des Humor-Dispositions-Tests. In: Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart. Jahrgang 29. 3/2014.

Gruner, Charles: The game of humor: a comprehensive theory of why we laugh. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers. 1997.

Hellenthal, Michael: Schwarzer Humor. Theorie und Definition. Essen: Die blaue Eule. 1989.

Hirsch, Eike-Christian: Der Witzableiter oder Schule des Gelächters. Hamburg. 1985.

Hobbes, Thomas: Leviathan oder Stoff, Form und Gewalt eines bürgerlichen und kirchlichen Staates. Berlin, Neuwied: Hermann Luchterhand Verlag. 1966.

Huber, Michael & Möller, Arnulf: Sensation Seeking. Konzeptbildung und –Entwicklung. In: Hammelstein, Philipp/Roth, Marcus (Hg.): Sensation Seeking – Konzeption, Diagnostik und Anwendung. Bern (u.a.): Hogrefe. 2003.

Keith-Spiegel, Patricia: Prime concezioni dello humour: varietà e questioni. S. 24-63. In: Goldstein, Jeffrey & McGhee, Paul (Hg.): La psicologia dello humour. Prospettive teoriche e questioni empiriche. Edizione italiana a cura di Giovannantonio Forabosco. Franco Angeli Verlag. 1976.

Knop, Karin: Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format. Bielefeld: Transcript Verlag. Dissertation. 2007.

Koestler, Arthur: Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft. Bern, München, Wien: Scherz. 1966.

Kotthoff, Helga: Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1996.

Kotthoff, Helga: Spaß verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor. Habilitationsschrift. Universität Wien. 1996.

Lambernd, Jochen: Sch(m)erz lass nach: Wenn Humor Tabus bricht. In: Jacke, Christoph & Zurstiege, Guido (Hg.): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: LIT. 2003.

Lampert, Martin & Ervin-Tripp, Susan: Exploring paradigms: The study of gender and sense of humor near the end of the 20th century. In: Ruch, Willibald (Hg.): The sense of humor. Explorations of a personality characteristic. Berlin, New York: de Gruyter. 1998.

Le Goff, Jacques: Lachen im Mittelalter. In: Bremmer, Jan & Roodenburg, Herman: Kulturgeschichte des Humors. Von der Antike bis heute. Darmstadt: Primus. 1999.

Martin et al: Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: development of the humor styles questionnaire. In: Journal of research in personality. Vol. 37. 2003.

Martin, Rod. A.: The Psychology of Humor: An integrative approach. Burlington, MA: Elsevier Academic Press. 2007.

Mayer, Hans: Werbepsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. 1993.

Metz-Göckel, Hellmuth: Witzstrukturen. Gestaltungstheoretische Beiträge zur Witztechnik. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1989.

Mielke, Rosemarie (Hg.): Interne/externe Kontrollüberzeugung. Theoretische und empirische Arbeiten zum Locus of Control – Konstrukt. Bern, Stuttgart, Wien: Hans Huber. 1982.

Morreall, John: Comic relief. A comprehensive philosophy of humor. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell. 2009.

Morreall, John: The philosophy of laughter and humor. New York: State university of New York. 1987.

Muhr, Sibylle: Humor, Aktivierung und Persönlichkeitsvariablen. Dissertation. Universität Wien. 1980.

Pinder, Wilhelm: Landkarte des Humors. In: Schöffler, Herbert: Kleine Geographie des deutschen Witzes. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 1955.

Rammsmayer, Thomas & Weber, Hannelore: Differentielle Psychologie – Persönlichkeitsforschung. Göttingen (u.a.): Hogrefe. 2012.

Raskin, Victor: Semantic mechanisms of humor. Dordrecht, Boston, Lancaster: D. Reidel. 1985.

Reis, Jack: Ambiguitätstoleranz. Beiträge zur Entwicklung eines Persönlichkeitskonstruktes. Heidelberg: Roland Asanger. 1997.

Reis, Jack: Inventar zur Messung der Ambiguitätstoleranz. Heidelberg: Roland Asanger. 1996.

Rietzschel, Eric & Wisse, Barbara: Humor in leader-follower relationships: Humor styles, similarity and relationship quality. In: Humor. International Journal of Humor Research. Band 27, Heft 2. 2014.

Rothschild, Thomas: Die Würde der Metzger. Lachen als Politikum. In: Bachmaier, Helmut 2007.

Ruch, Willibald & Hehl, Franz-Josef: Conservatism as a predictor of responses to humour. A comparison of four scales. In: Personality and Individual Differences, 7, 1-14. 1986.

Schäfer, Susanne: Komik in Kultur und Kontext. München: Iugicum-Verlag. 1996.

Schmidt, Leopold: Grundbegriffe des Komischen. In: Der Deutschunterricht 14. 1962.

Scruton, Roger: *The Aesthetic Understanding: Essays in the Philosophy of Art and Culture*. London, New York: Methuen. 1983.

Sully, James: *Essay on laughter*. Nach: Sternthal, Brian & Craig, Samuel: *Humor in advertising*. In: *The Journal of Marketing*, Vol. 37, No. 4, S. 12-18. 1973.

Thiede, Werner: *Das verheißene Lachen. Humor in theologischer Perspektive*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 1986.

Vitouch, Peter: *Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerhaltens*. 2. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 2000.

von Hardenberg, Irene: *Scherz, Witz, Humor und tiefere Bedeutung*. In: Gaede, Peter Matthias (Hg.): *GEO – Als die Liebe auf die Welt kam – 30 Reportagen über den Menschen*. München, Zürich: Piper. 2002.

Weinberger, Marc & Gulas, Charles.: *Humor in advertising. A comprehensive analysis*. Armonk, NY: M.E. Sharpe. 2006.

Winterhoff-Spurk, Peter: *Medienpsychologie. Eine Einführung*. Stuttgart: Kohlhammer. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. 2004.

Zijderveld, Anton: *Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens*. Graz, Köln, Wien: Styria Verlag. 1976

Zuckerman, Marvin: *Behavioral Expressions and Biosocial Bases of Sensation Seeking*. Cambridge: Cambridge University Press. 1994.

Zuckerman, Marvin: *Sensation Seeking and risky behaviour*. Washington, DC: American Psychological Association. 2007.

Zuckerman, Marvin: *Sensation Seeking. Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale: Erlbaum. 1979.

## 12 Online-Quellen

Biermann, Kai/Faigle, Philip/Joeres, Annika/Meiborg, Mounia/Polke-Majewski, Karsten: Drei Tage Terror in Paris. In: <http://www.zeit.de/feature/attentat-charlie-hebdo-rekonstruktion>. 17.02.2015, 11:13

Interview mit Dieter Nuhr am 12.01.2015 von Michael Hanfeld. Frankfurter Allgemeine Zeitung. In: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/dieter-nuhr-im-gespraech-ueber-charlie-hebdo-und-islamismus-13364382.html?printPagedArticle=true>. 19.01.2015, 14:47.

Reinbold, Fabian: Terrorangriff auf Satiremagazin: Warum „Charlie Hebdo?“. 07.01.2015, 17:28. In: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/charlie-hebdo-satiremagazin-mit-skandal-tradition-a-1011723.html>. 19.01.2015, 14:37.

Satorius, Christian: Deshalb lachen Männer und Frauen nicht über dieselben Witze. 25.1.2013, 06:59. In: <http://www.aargauerzeitung.ch/kultur/deshalb-lachen-maenner-und-frauen-nicht-ueber-dieselben-witze-125961885>. 3.3.2015, 09:42.

# V ANHANG

### 13 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Inkongruitäts-Auflösungsmodell .....	27
Abbildung 2: Karikatur als Form von karnevaleskem Humor .....	37
Abbildung 3: Startseite der Befragung .....	72
Abbildung 4: Bild 1 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	80
Abbildung 5: Bild 2 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	80
Abbildung 6: Bild 3 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	81
Abbildung 7: Bild 4 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	81
Abbildung 8: Bild 5 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	82
Abbildung 9: Bild 6 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	82
Abbildung 10: Bild 7 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	83
Abbildung 11: Bild 8 des Tests zu visueller Ambiguitätstoleranz .....	83
Abbildung 12: Graphische Darstellung der Verteilung nach Alter .....	89
Abbildung 13: Graphische Darstellung der Verteilung nach Geschlecht .....	90
Abbildung 14: Graphische Darstellung der Verteilung nach Herkunft .....	90
Abbildung 15: Graphische Darstellung des Interesses an Politik .....	93
Abbildung 16: Graphische Darstellung der Verteilung politischer Gesinnung .....	94
Abbildung 17: Graphische Darstellung der religiösen Orientierung .....	95
Abbildung 18: Graphische Darstellung der Sensation Seeking Typen .....	97
Abbildung 19: Häufigkeit der visuellen Ambiguitätstoleranz-Testendwerte .....	100
Abbildung 20: Graphische Darstellung der Verteilung der visuellen Ambiguitätsintoleranz-Typen .....	100
Abbildung 21: Häufigkeit der verbalen Ambiguitätstoleranz-Testendwerte gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen .....	101
Abbildung 22: Häufigkeit der verbalen Ambiguitätstoleranz-Testendwerte gegenüber neuen Erfahrungen .....	102
Abbildung 23: Häufigkeit der verbalen Ambiguitätstoleranz-Testendwerte .....	103
Abbildung 24: Graphische Darstellung der Verteilung der verbalen Ambiguitätsintoleranz-Typen .....	104
Abbildung 25: Graphische Darstellung der Aufteilung in Kontrollerwartungs-Typen .....	105
Abbildung 26: Graphische Darstellung der Aufteilung in Ängstlichkeits-Typen .....	106
Abbildung 27: Häufigkeit der Ängstlichkeits-Testendwerte .....	107
Abbildung 28: Grenzen des Humors .....	111
Abbildung 29: Ingroup-/Outgroup-Orientierung anhand des Beispiels Migranten abhängig von politischer Gesinnung .....	120

## 14 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kurztest Kontrollerwartung .....	74
Tabelle 2: Kurztest Ängstlichkeit.....	75
Tabelle 3: Kurztest Sensation Seeking .....	77
Tabelle 4: Kurztest zu Ambiguitätstoleranz gegenüber unlösbar erscheinenden Problemen ..	78
Tabelle 5: Kurztest zu Ambiguitätstoleranz gegenüber Offenheit für neue Erfahrungen.....	79
Tabelle 6: Alter.....	88
Tabelle 7: Studienschwerpunkt .....	91
Tabelle 8: Affinität zum Humor .....	92
Tabelle 9: Interesse an Politik .....	92
Tabelle 10: Politische Gesinnung.....	94
Tabelle 11: Religiöse Orientierung .....	95
Tabelle 12: Ausmaß der Religionsausübung.....	96
Tabelle 13: Sensation Seeking Typen .....	96
Tabelle 14: Sensation Seeking Typen im Teilbereich Enthemmung .....	97
Tabelle 15: Sensation Seeking Typen im Teilbereich Gefahr- und Abenteuersuche .....	98
Tabelle 16: Sensation Seeking Typen im Teilbereich Erfahrungssuche.....	98
Tabelle 17: Sensation Seeking Typen im Teilbereich Langeweile .....	99
Tabelle 18: Verteilung der verbalen Ambiguitätstintoleranz-Typen .....	104
Tabelle 19: Kontrollerwartungs-Typen .....	104
Tabelle 20: Aufteilung in Ängstlichkeits-Typen.....	106
Tabelle 21: Lachen in der sozialen Hierarchie, Mittelwerte .....	108
Tabelle 22: Ingroup/Outgroup Orientierung .....	109
Tabelle 23: Stichprobenbeschreibung nach Mittelwert der Dimension Universalität des Humors .....	110
Tabelle 24: Aktiver Humorgesmack .....	112
Tabelle 25: Passiver Humorgesmack .....	112
Tabelle 26: Medienbezogener Humorgesmack .....	112
Tabelle 27: Korrelation von Sensation Seeking und Grenzen des Humors .....	114
Tabelle 28: Korrelation von Sensation Seeking und Humor als moralische Instanz .....	114
Tabelle 29: Korrelation zwischen Sensation Seeking und derbem Humor.....	115
Tabelle 30: Varianzanalyse zwischen Sensation Seeking und derbem Humor .....	115
Tabelle 31: Korrelation zwischen Sensation Seeking und Top-down-Humor.....	116
Tabelle 32: Korrelation zwischen Sensation Seeking und Bottom-up-Humor .....	116
Tabelle 33: Korrelation zwischen Kontrollerwartung und Top-down-Humor .....	117

Tabelle 34: Korrelation zwischen Ängstlichkeit und derbem Humor.....	117
Tabelle 35: Korrelation zwischen Ambiguitätsintoleranz und feinsinnigem Humor .....	118
Tabelle 36: Korrelation zwischen politischer Gesinnung und Ingroup-/Outgroup-Orientierungen.....	119
Tabelle 37: Korrelation zwischen Ausmaß der Religionsausübung und Humor über religiöse Themen und Würdenträger.....	123
Tabelle 38: Korrelation zwischen Interesse an Politik und feinsinnigem Humor bzw. politischen Medienhumor.....	124
Tabelle 39: Varianzanalyse zwischen politischem Medienhumor und Interesse an Politik ..	124
Tabelle 40: Korrelation zwischen Geschlecht und derbem Humor (aktiv und passiv).....	125
Tabelle 41: Varianzanalyse zwischen derbem Humor (passiv) und Geschlecht .....	125
Tabelle 42: Varianzanalyse zwischen derbem Humor (passiv) und Geschlecht .....	125
Tabelle 43: Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung .....	126
Tabelle 44: Korrelation zwischen Studienrichtung und Grenzen des Humors .....	127
Tabelle 45: Korrelationen zwischen Studienrichtung und Humor in der sozialen Hierarchie .....	127
Tabelle 46: Korrelation zwischen Studienrichtung und Affinität zum Humor.....	128
Tabelle 47: Korrelation von Studienrichtung und Humor als moralische Instanz.....	128
Tabelle 48: Korrelationen zwischen Studienrichtung und Ingroup-/Outgroup-Orientierungen .....	129
Tabelle 49: Korrelationen zwischen Studienrichtung und Humorgeschmack (aktiv, passiv & TV) .....	130
Tabelle 50: Varianzanalyse der Korrelation zwischen Studienschwerpunkt und reflexivem Medienhumor .....	131
Tabelle 51: Varianzanalyse der Korrelation zwischen Studienschwerpunkt und politischem Medienhumor .....	131
Tabelle 52: Korrelation zwischen Sensation Seeking und Grenzen des Humors (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	132
Tabelle 53: Korrelation zwischen Sensation Seeking und Humor als moralische Instanz (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	132
Tabelle 54: Korrelation zwischen Sensation Seeking und derbem Humor (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	133
Tabelle 55: Korrelation zwischen Sensation Seeking und Top-down-Humor (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	133
Tabelle 56: Korrelation zwischen Sensation Seeking und Top-down-Humor (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	134
Tabelle 57: Korrelation zwischen Ängstlichkeit und derbem Humor (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	134
Tabelle 58: Korrelation zwischen Ambiguitätsintoleranz und feinsinnigem Humor (anhand intervallskaliertes psychosozialer Messgrößen) .....	135

Tabelle 59: Korrelation zwischen politischer Gesinnung und Ingroup-/Outgroup-Orientierung (anhand intervallskalierter Ingroup-/Outgroup-Orientierung) .....	135
Tabelle 60: Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung (anhand intervallskalierter Ingroup-/Outgroup-Orientierung) .....	136
Tabelle 61: Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung .....	137
Tabelle 62: Korrelation zwischen verbaler Ambiguitätsintoleranz und politischem Medienhumor .....	138
Tabelle 63: Korrelation zwischen Geschlecht und Ingroup-/Outgroup-Orientierung .....	138
Tabelle 64: Varianzanalyse der Korrelation zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Ingroup-/Outgroup-Orientierung (Migranten) .....	138
Tabelle 65: Korrelation zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Grenzen des Humors .....	139
Tabelle 66: Korrelation zwischen visueller Ambiguitätsintoleranz und Humor als moralischer Instanz .....	139
Tabelle 67: Korrelation zwischen Kontrollerwartung und Missgeschicke Anderer in den Medien (TV-Humorgeschmack) .....	140
Tabelle 68: Korrelation zwischen Ängstlichkeit und Ingroup/Outgroup Einheimische .....	140
Tabelle 69: Varianzanalyse zwischen Ängstlichkeit und Ingroup/ Outgroup Einheimische. ....	141
Tabelle 70: Korrelation zwischen Ängstlichkeit und politischem Medienhumor (TV-Humorgeschmack) .....	141
Tabelle 71: Weitere Korrelationen zwischen Sensation Seeking und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen) .....	142
Tabelle 72: Weitere Korrelationen zwischen visueller bzw. verbaler Ambiguitätsintoleranz und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen) .....	144
Tabelle 73: Weitere Korrelationen zwischen Kontrollerwartung und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen) .....	146
Tabelle 74: Weitere Korrelationen zwischen Ängstlichkeit und Humordispositionen (anhand intervallskalierter psychosozialer Messgrößen) .....	147
Tabelle 75: Kreuztabelle der Korrelationen unter Verwendung von intervallskalierten Daten der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen .....	148
Tabelle 76: Kreuztabelle der Korrelationen unter Verwendung von dichotom typologisierten Daten der psychosozialen Messgrößen und Humordispositionen.....	149

## 15 Fragebogen

Herzlich Willkommen zur Umfrage zum Thema Humor. Mein Name ist Johannes Dosek.  
Diese Umfrage ist Grundlage für die Erstellung meiner Diplomarbeit in der Studienrichtung  
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Vielen Dank, dass Sie sich Zeit nehmen, um an der Befragung teilzunehmen. Die Umfrage  
wird in etwa 10 - 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Im Zuge der Befragung werden auch sensible Themenbereiche (z.B. Religion) angesprochen.  
Ich bitte Sie, diese Fragen bestmöglich zu beantworten und versichere, dass sämtliche Daten  
nur in anonymisierter Form für die Auswertung der Umfrage im Rahmen der Diplomarbeit  
genutzt werden.

Sollten Sie Interesse an einer Kurz-Zusammenfassung der Ergebnisse haben, senden Sie mir  
bitte ein Mail: [johannes.dosek@chello.at](mailto:johannes.dosek@chello.at)

### 1. Bitte geben Sie den Schwerpunkt Ihres Studiums an.

Studium mit Schwerpunkt

Kommunikation

Studium mit anderem

Schwerpunkt

### 2. Wie würden Sie sich selbst im Bezug auf Ihre Humoraffinität beschreiben?

Gar nicht humorvoll         Sehr humorvoll

**3. Im Folgenden stehen jeweils zwei Aussagen einander gegenüber. Bitte entscheiden Sie bei jedem Paar, welche Aussage eher zutrifft. Bitte kreuzen Sie nur jeweils eine der Antwortalternativen an.**

<input type="checkbox"/> Vieles Unglück im Leben der Menschen ist zum Teil auf Pech zurückzuführen.
<input type="checkbox"/> Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat.
<input type="checkbox"/> Es hat sich für mich als gut erwiesen, selbst Entscheidungen zu treffen, anstatt mich auf das Schicksal zu verlassen.
<input type="checkbox"/> Ich habe oft die Erfahrung gemacht, dass die Dinge kommen, wie sie kommen müssen.
<input type="checkbox"/> Es lohnt sich nicht immer, zu weit voranzuplanen, weil viele Dinge schließlich doch vom Zufall abhängen.
<input type="checkbox"/> Wenn ich Pläne mache, bin ich meist sicher, dass ich sie auch verwirklichen kann.
<input type="checkbox"/> Ob ich das bekomme, was ich will, hat bei mir so gut wie nichts mit Glück zu tun.
<input type="checkbox"/> Häufig könnte man Entscheidungen treffen, indem man eine Münze wirft.
<input type="checkbox"/> Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr Mühe geben, sie zu verhindern.
<input type="checkbox"/> Eine der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern.
<input type="checkbox"/> Die Welt wird von einigen wenigen Mächtigen beherrscht, der kleine Mann kann nur wenig daran ändern.
<input type="checkbox"/> Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen.
<input type="checkbox"/> Durch aktive Beteiligung im politischen und gesellschaftlichen Bereich kann man Einfluss nehmen auf Ereignisse von weltweiter Bedeutung.
<input type="checkbox"/> Bei dem, was auf der Welt geschieht, sind die meisten von uns Opfer von Kräften, die wir weder verstehen noch beeinflussen können.
<input type="checkbox"/> Mit genügend Anstrengung kann man politische Korruption ausmerzen.
<input type="checkbox"/> Für den einzelnen ist es schwierig, Einfluss darauf auszuüben, was die Politiker in ihrem Amt leisten.

**4. Bitte geben Sie an, wie oft folgende Aussagen auf Sie zutreffen. Bei "fast nie" kreuzen Sie ganz links, bei "fast immer" ganz rechts an. Mit den Kästchen dazwischen können Sie abstimmen.**

	fast nie							fast immer
Ich werde schnell müde	<input type="checkbox"/>							
Ich verpasse günstige Gelegenheiten, weil ich mich nicht schnell genug entscheiden kann	<input type="checkbox"/>							
Ich bin ruhig und gelassen	<input type="checkbox"/>							
Ich bin glücklich	<input type="checkbox"/>							
Ich neige dazu, alles schwer zu nehmen	<input type="checkbox"/>							
Mir fehlt es an Selbstvertrauen	<input type="checkbox"/>							
Ich fühle mich geborgen	<input type="checkbox"/>							
Ich fühle mich niedergeschlagen	<input type="checkbox"/>							
Unwichtige Gedanken gehen mir durch den Kopf und bedrücken mich	<input type="checkbox"/>							
Ich werde nervös und unruhig, wenn ich an meine derzeitigen Angelegenheiten denke	<input type="checkbox"/>							

**5. Im Folgenden stehen jeweils zwei Aussagen einander gegenüber. Bitte entscheiden Sie bei jedem Paar, welche Aussage eher zutrifft. Bitte kreuzen Sie nur jeweils eine der Antwortalternativen an.**

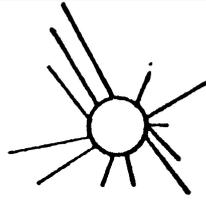
<input type="checkbox"/> Ich liebe ausgelassene, wilde Partys.
<input type="checkbox"/> Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen.

<input type="checkbox"/> Ich würde gerne einen Fallschirmsprung versuchen.
<input type="checkbox"/> Ich würde nie mit einem Fallschirm aus dem Flugzeug springen.
<input type="checkbox"/> Ich erkunde gerne eine neue Stadt, auch wenn ich mich verirren könnte.
<input type="checkbox"/> An Orten die ich nicht gut kenne, versuche ich mich einer Reisegruppe anzuschließen.
<input type="checkbox"/> Ich mag am liebsten Freundschaften, die einen immer wieder Überraschungen und Aufregungen bringen.
<input type="checkbox"/> Ich bevorzuge Freundschaften die zuverlässig und beständig sind.
<input type="checkbox"/> Ich mache manchmal gerne Dinge, die ein bisschen angsteinflößend sind.
<input type="checkbox"/> Als vernünftiger Mensch vermeide ich riskante Dinge.
<input type="checkbox"/> Ich liebe aufregende und neue Erfahrungen auch wenn sie manchmal unkonventionell oder illegal sind.
<input type="checkbox"/> Ich bin nicht darauf aus, um jeden Preis neue und aufregende Erlebnisse zu haben.
<input type="checkbox"/> Es gibt Filme, die ich mir auch ein zweites oder drittes Mal ansehen würde.
<input type="checkbox"/> Meistens langweilt es mich, Filmwiederholungen zu sehen.
<input type="checkbox"/> Überdrehte Menschen nerven mich.
<input type="checkbox"/> Ich kann Langweiler nicht ausstehen.

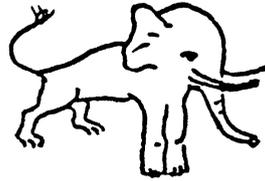
### 6. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen Ihrer Ansicht nach zu?

Probleme, die mir als unlösbar erscheinen, empfinde ich als persönliche Herausforderung. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich gehe am liebsten auf Parties, auf denen ich neue Menschen kennenlernen kann. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Mit Problemen, die mir unlösbar erscheinen, würde ich mich nicht ernsthaft beschäftigen wollen. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Es macht mir manchmal Spaß, mit meinen Bekannten neuen Unternehmungen durchzuführen. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Auch für viel Geld würde ich meine Zeit nicht mit Problemen vergeuden, die mir unlösbar erscheinen. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich brauche eine vertraute Umgebung, um mich wohlfühlen. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Probleme, die mir unlösbar erscheinen, versuche ich zu umgehen. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich fahre gern in Länder, die ich noch nicht kenne. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Es erscheint mir sinnlos, mich mit Problemen zu beschäftigen, die mir unlösbar erscheinen. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich mag es nicht, in irgendeiner Weise überrascht zu werden. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich interessiere mich für ausländische Sitten und Gebräuche. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Eine Beschäftigung mit Problemen, die mir als unlösbar erscheinen, kann auch dann für mich von Nutzen sein, wenn ich sie nicht lösen werde. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich kann mich leicht für neue Hobbys begeistern. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu
Ich weiß gern im Voraus, was mich in meinem Urlaub erwarten wird. trifft auf mich nie zu <input type="checkbox"/> trifft auf mich immer zu

**7. Wir zeigen Ihnen jetzt einige Bilder. Sie sollen beurteilen wie diese Bilder auf Sie wirken. Konzentrieren Sie sich bitte auf das erste Gefühl, das Sie haben. Empfinden sie die Bilder als eher angenehm oder eher unangenehm? Kreuzen Sie bitte bei jedem Bild das Kästchen an, das Ihrem Gefühl entspricht.**



angenehm         unangenehm



angenehm         unangenehm



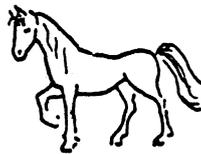
angenehm         unangenehm



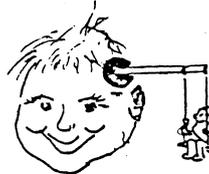
angenehm         unangenehm



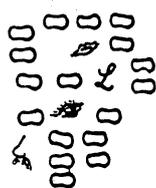
angenehm         unangenehm



angenehm         unangenehm



angenehm         unangenehm



angenehm         unangenehm

**8. Stellen Sie sich vor, jemandem passiert ein Missgeschick, z.B. er stolpert, rutscht aus oder fällt hin. Das kann lustig sein und zum Lachen reizen. Wie lustig finden Sie es, wenn das Missgeschick einer der folgenden Personen passiert? Achten Sie bei Ihrer Antwort ganz darauf, ob die Personen einen Lachreiz bei Ihnen auslösen – egal ob Sie das Lachen offen zeigen würden oder nicht. Kreuzen Sie umso weiter links an, je weniger lustig Sie das Missgeschick bei der Person finden. Wenn Sie es sehr lustig finden, dann kreuzen Sie ganz rechts an.**

	Gar nicht lustig					Sehr lustig
Politiker	<input type="checkbox"/>					
Kleines Kind	<input type="checkbox"/>					
Priester/Religionsführer	<input type="checkbox"/>					
Schullehrer	<input type="checkbox"/>					
Bettler	<input type="checkbox"/>					
Clown	<input type="checkbox"/>					
Universitätsprofessor	<input type="checkbox"/>					
Behinderte	<input type="checkbox"/>					
Chef	<input type="checkbox"/>					
Ausländer	<input type="checkbox"/>					
Staatsoberhaupt	<input type="checkbox"/>					
Obdachloser	<input type="checkbox"/>					

**9. In Witzen werden verschiedene Personen auf die Schaufel genommen. Es gibt Witze über Frauen, Männer, über Gläubige, Nicht-Gläubige, etc. Über welche Witze lachen Sie am liebsten? Entscheiden Sie bei folgenden Paaren bitte, über welche Personen Sie Witze eher bevorzugen. Machen Sie Ihre Kreuze weiter links, wenn Sie eher über die linke Gruppe lachen, oder weiter rechts, wenn Sie eher über die rechte Gruppe lachen. Ich bevorzuge Witze über...**

**Machen Sie Ihre Kreuze weiter links, wenn Sie eher über die linke Gruppe lachen, oder weiter rechts, wenn Sie eher über die rechte Gruppe lachen.**

Gläubige	<input type="checkbox"/>	Nicht-Gläubige					
Männer	<input type="checkbox"/>	Frauen					
Migranten	<input type="checkbox"/>	Einheimische					

Christen	<input type="checkbox"/>	Muslime					
Gleich- Gläubige	<input type="checkbox"/>	Anders- Gläubige					
Studenten	<input type="checkbox"/>	Nicht- Studenten					

**10. Humor begegnet man im Alltag überall. Und auch in vielen Medienangeboten spielt Humor eine Rolle z.B. in modernen Comedy-Sendungen voller anzüglicher Anspielungen ebenso wie in klassischen Komödien mit Verwechslungsspielen und volkstümlicher Komik. Dabei entsprechen die Witze manchmal mehr, manchmal weniger dem eigenen Geschmack. Welche der folgenden Arten von Humor im Alltag und in den Medien mögen Sie persönlich? Welche entsprechen weniger Ihrem Humorgesmack?**

	überhaupt nicht					in hohem Maße
<b>Vulgäre Witze / Zoten</b> mit sexuellen Anspielungen	<input type="checkbox"/>					
<b>Hintergründige Witze</b> mit Doppelsinn und nachfolgendem Aha-Erlebnis	<input type="checkbox"/>					
<b>Spott und Häme</b> über andere Leute	<input type="checkbox"/>					
<b>Schwarzer Humor</b> bei Themen wie Tod und Krankheit	<input type="checkbox"/>					
<b>Ironische Redeweisen</b> , um andere aufs Glatteis zu führen	<input type="checkbox"/>					

**11. Ich mag folgende TV-Humorsparten...**

	überhaupt nicht					in hohem Maße
<b>Sendungen mit versteckter Kamera</b> z.B. Verstehen Sie Spaß?	<input type="checkbox"/>					
<b>Sendungen mit Missgeschicken</b> z.B. Upps! Die Pannenshow	<input type="checkbox"/>					
<b>Sit Coms</b> z.B. Eine schrecklich nette Familie	<input type="checkbox"/>					
<b>Stand up Comedy</b> z.B. Mario Barth	<input type="checkbox"/>					

<b>Volkstümliche Komödien</b> z.B. Kaisermühlen Blues, Filme mit Louis de Funès	<input type="checkbox"/>					
<b>Horrorkomödien</b> z.B. Tanz der Vampire	<input type="checkbox"/>					
<b>Genreparodien</b> z.B. Westernparodie	<input type="checkbox"/>					
<b>Politisches Kabarett</b> z.B. Dorfers Donnerstark, Die Anstalt	<input type="checkbox"/>					
<b>Gesellschaftskritische Satire</b> z.B. Borat – Der Film, Brüno	<input type="checkbox"/>					

**12. Welche Humorarten setzen Sie auch selbst ein?**

	niemals					sehr häufig
<b>Vulgäre Witze / Zoten</b> mit sexuellen Anspielungen	<input type="checkbox"/>					
<b>Hintergründige Witze</b> mit Doppelsinn und nachfolgendem Aha-Erlebnis	<input type="checkbox"/>					
<b>Spott und Häme</b> über andere Leute	<input type="checkbox"/>					
<b>Schwarzer Humor</b> bei Themen wie Tod und Krankheit	<input type="checkbox"/>					
<b>Ironische Redeweisen</b> , um andere aufs Glatteis zu führen	<input type="checkbox"/>					

**13. Inwiefern ist es für Sie moralisch vertretbar, sich über folgende Dinge lustig zu machen?**

	moralisch unvertretbar							völlig vertretbar
<b>Religion</b>	<input type="checkbox"/>							
<b>Sexualität</b>	<input type="checkbox"/>							
<b>Nationalität</b>	<input type="checkbox"/>							
<b>Politische Weltanschauung</b>	<input type="checkbox"/>							
<b>Tod</b>	<input type="checkbox"/>							

**14. . Wo hört Ihrer Meinung nach der Spaß auf jeden Fall auf? Worüber können Sie absolut nicht lachen und sind empört, wenn andere darüber Witze machen? Kreuzen Sie bitte die zutreffenden Kästchen an. Mehrfachnennungen sind möglich.**

**Überhaupt nicht spaßig, vielmehr empörend** finde ich Witze über folgende Personen:

- |                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> Mutter    | <input type="checkbox"/> Vater         | <input type="checkbox"/> Geschwister                      |
| <input type="checkbox"/> Kinder    | <input type="checkbox"/> Tote          | <input type="checkbox"/> Jesus                            |
| <input type="checkbox"/> Priester  | <input type="checkbox"/> Gott          | <input type="checkbox"/> Staatsoberhaupt                  |
| <input type="checkbox"/> Ausländer | <input type="checkbox"/> Behinderte    | <input type="checkbox"/> Homosexuelle                     |
| <input type="checkbox"/> Kranke    | <input type="checkbox"/> Dicke         | <input type="checkbox"/> Vorbilder                        |
| <input type="checkbox"/> Verfolgte | <input type="checkbox"/> Mohammed      | <input type="checkbox"/> Juden                            |
| <input type="checkbox"/> Frauen    | <input type="checkbox"/> Eigene Person | <input type="checkbox"/> Keine von den genannten Personen |

Sonstige Personen, über die nicht gelacht werden darf/sollte, sind:

---

**15. Wie sehr treffen Ihrer Ansicht nach folgende Aussagen zum Themenkreis Humor zu? Je weiter links Sie ankreuzen, desto weniger trifft die Aussage für Sie zu. Je weiter rechts Sie das Kreuz anbringen, desto eher trifft die Aussage Ihrer Meinung nach zu.**

	überhaupt nicht					in hohem Maße
Am liebsten ist mir, wenn jeder über jeden lachen kann.	<input type="checkbox"/>					
Ich finde es falsch, mich ausschließlich über andere lustig zu machen.	<input type="checkbox"/>					
Es ist unerträglich, wenn andere Witze über meine Familie machen.	<input type="checkbox"/>					
Innerhalb der Familie sind Witze über einander erlaubt.	<input type="checkbox"/>					
Witze über die Familie anderer Leute mache ich aus Prinzip nie.	<input type="checkbox"/>					
Wenn andere mich auslachen, dann würde ich am liebsten im Boden versinken.	<input type="checkbox"/>					
Über Schwache und Behinderte mache ich keine Witze.	<input type="checkbox"/>					
Über Moslems sollte man niemals Witze machen, weil sie empfindlicher und aggressiver reagieren als Anders-Gläubige und Atheisten.	<input type="checkbox"/>					
Wenn ich mit meinem Partner streite, versuche ich, die Situation durch Humor zu entspannen.	<input type="checkbox"/>					

Witze über andere zu reißen, kommt einer Beleidigung gleich.	<input type="checkbox"/>					
Witze sind Ausdruck versteckter Aggressionen.	<input type="checkbox"/>					
Streng gläubige Menschen verdienen prinzipiell Respekt. Witze sind hier ganz unangebracht.	<input type="checkbox"/>					
Humor ist ein gutes Mittel, um Konflikte zu entschärfen.	<input type="checkbox"/>					
Wenn andere über mich lachen, lache ich mit.	<input type="checkbox"/>					
Wer über andere lacht, muss auch selbst einstecken können.	<input type="checkbox"/>					
Wer über sich selbst nicht lachen kann, hat nicht wirklich Humor	<input type="checkbox"/>					

**16. Zum Abschluss noch ein paar kurze Fragen zu Ihrer Person.**

**Bitte geben Sie Ihr Alter in Jahren an.**

Alter: \_\_\_\_\_

**17. Bitte geben Sie ihr Geschlecht an.**

männlich   
weiblich

**18. In welchem Land sind Sie geboren?**

\_\_\_\_\_

**19. Bitte geben Sie Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung an.**

Matura/Abitur   
Lehrabschluss   
Universitätsabschluss   
Sonstige Ausbildung

**20. Welcher Glaubensgemeinschaft fühlen Sie sich zugehörig?**

- Christentum
- Islam
- Andere religiöse Orientierung
- Keine religiöse Orientierung

**21. Wie sehr leben Sie Ihren Glauben aus?**

Gar nicht	<input type="checkbox"/>	Sehr stark								
-----------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	------------

**22. Wie sehr sind Sie an Politik interessiert?**

Gar nicht	<input type="checkbox"/>	Sehr stark								
-----------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	------------

**23. Wo würden Sie sich politisch sehen?**

**Diese Frage dient lediglich zur Auswertung der Umfrage. Alle Daten werden anonymisiert ausgewertet.**

links	<input type="checkbox"/>	rechts								
-------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------

**24. Für Feedback zum Fragebogen bin ich Ihnen sehr dankbar!**

---



---



---

**25. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

## 16 Abstract

In dieser Arbeit steht das Phänomen Humor in all seinen Facetten im Zentrum des Interesses. Mit Humor haben sich bereits große Denker wie Sigmund Freud oder Henri Bergson beschäftigt; sie alle wollten wissen, warum die Menschen lachen, worüber, mit wem und aus welchen Beweggründen. Obwohl sie zu teils sehr unterschiedlichen Schlussfolgerungen kamen, haben sie einen großen Teil der heute bekannten und anerkannten Theorien zum Thema Humor begründet.

In dieser Magisterarbeit wird vor Allem der Zusammenhang zwischen verschiedenen psychosozialen Messgrößen, wie beispielsweise Sensation Seeking oder Ängstlichkeit, und Humordispositionen untersucht. Die Fragestellung war, ob es hinsichtlich der Humordisposition merk- und messbare Unterschiede zwischen Menschen, die sich voneinander in ihrer persönlichen Ausprägung von den eben angesprochenen Persönlichkeitsmerkmalen deutlich unterscheiden, gibt und in welcher Form diese erkenn- und beweisbar sind.

Für diese Arbeit wurden die Instrumente des standardisierten Fragebogens und der quantitativen Befragung mit der Zielgruppe Studierende eingesetzt. Dadurch konnten sowohl persönliche Merkmale, als auch Humorpräferenzen sowie politische und religiöse Ansichten erhoben werden. Auch die soziodemographischen Daten sowie der Studienschwerpunkt wurden erhoben und deren Einfluss auf die Art und Weise, wie jemand zum Thema Humor steht, untersucht. Die Auswertung erfolgte auf zwei verschiedene Arten, um zu verhindern, dass erhobene Daten nicht genutzt und Ergebnisse verfälscht werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es sehr wohl Zusammenhänge zwischen psychosozialen Merkmalen und Humordispositionen gibt. Nicht alle Hypothesen, welche vor Beginn der Untersuchung formuliert worden waren, konnten durch die Studie bestätigt werden, doch einige Korrelationen zwischen einzelnen Merkmalen lassen einige Rückschlüsse zu; was wir lustig finden, hängt durchaus auch davon ab, welche psychosozialen Merkmale bei uns stärker und welche schwächer ausgeprägt sind.

This master thesis deals with the phenomenon of humor in all its facets. Great thinkers such as Aristotle, Sigmund Freud or Henri Bergson worked on the topic humor. They all wanted to know why people laugh, about what, with whom, and for what reasons. Although they came to very different conclusions, they established a large part of what is now well known and accepted theories about humor.

This thesis investigates, above all, the relationship between various psychosocial metrics, such as sensation seeking or anxiety, and humor dispositions. The question was whether there are - noticeable in terms of humor and disposition - measurable differences between people with significant different personal expression of the previous mentioned personality traits and how they are identifiable and verifiable. For this thesis, the instruments of a standardized questionnaire and the quantitative survey were used. Target group for the study have been students of communication and students of other disciplines.

Therefore both personal characteristics and humor preferences as well as political and religious views were levied. The socio-demographic data were collected and their influence on the personal humor preferences investigated. The evaluation was carried out in two different ways to ensure that all of the collected data is used and any significant correlation can be identified.

Finally it can be said that there do exist relationships between psychosocial characteristics and humor dispositions. Not all of the hypotheses that were developed at the beginning of the study can be confirmed, but some correlations between individual characteristics allow the conclusion: what we consider funny quite depends also upon on psychosocial characteristics.



## **17 Curriculum Vitae**

### **Angaben zur Person**

**Name:** Johannes Dosek

**Geburtsdatum:** 23.07.1988

**Staatsangehörigkeit:** Österreich

### **Ausbildung**

**Seit 10/2011** Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

*Schwerpunkt: Kommunikative Kompetenzen*

*Wahlfach: Psychologie*

**10/2007 – 10/2011** Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

**09/1998 – 06/2006** Bundesrealgymnasium GRG 17 Geblergasse (Abschluss: Matura)

### **Berufserfahrung**

**04/2012 – 12/2014** Vienna Vikings American Football Club (Communication Manager)

**02/2010 – 06/2012** Tageszeitung Kurier (freier Journalist im Sportressort)

**01/2008 – 07/2008** Wirtschaftskammer Österreich (Ansprechpartner österreichischer Unternehmen hinsichtlich ihrer Werbemaßnahmen im Rahmen der UEFA EURO 2008)

### **Sprachen**

**Deutsch** Muttersprache

**Englisch** fließend

**Spanisch** Grundkenntnisse