

Stephen R. Schmidt, "Auswirkungen von Humor auf das Erinnern von Sätzen"

Stephen R. Schmidt, "Effects of Humor on Sentence Memory", *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition* 20: 4 (1994), 953-967.

Schmidt beschreibt in seinem Artikel mehrere Experimente, mit denen er beweist, dass man sich leichter an humorvolle Sätze als an nicht-humorvolle Sätze erinnert. Er analysiert auch, warum das so ist.

Die Testpersonen bekamen eine Liste mit Sätzen, stellenweise lustig, stellenweise nicht komisch. Sie lasen diese Sätze durch, lösten dann einige Mathe-Aufgaben und mussten anschließend alle Sätze, an die sie sich noch erinnern konnten, aufschreiben. Dieses Experiment wurde mit verschiedenen Variationen sechs Mal durchgeführt.

Dass man sich leichter an humorvolle Sätze als an nicht-humorvolle Sätze erinnert, trifft sowohl auf den sogenannten freien Abruf von Informationen als auch auf den gestützten Abruf von Informationen zu, das heißt: sowohl wenn die Testperson sich ohne Hilfe an Sätze erinnern soll, also auch wenn die Testperson eine Liste mit Stichwörtern bekommt, um sich leichter an die Sätze zu erinnern, merkt sie sich humorvolle Sätze eher. Die Experimente zeigten auch keinen Unterschied zwischen vorsätzlicher Erinnerung und "zufälliger" oder "beiläufiger" Erinnerung (in diesem Fall wusste die Testperson vorher nicht, dass sie die betreffenden Sätze später wiederholen sollte).

Aber: Die Testpersonen konnten sich humorvolle Sätze nur dann besser merken, wenn diese mit nicht-humorvollen Sätzen gemischt waren. Bei zwei Gruppen, von denen eine nur humorvolle Sätze auf ihrer Liste hatte, und die andere nur nicht-humorvolle Sätze, gab es keinen Unterschied in der Erinnerung. Hier merkten sich beide Gruppen gleich viele Sätze.

Der positive Effekt von Humor auf "zufällige" Erinnerung (d. h. ohne vorherige Vorwarnung, man solle sich etwas merken) scheint stark vom Kontext abhängig zu sein. Der Effekt hängt davon ab, wie viel Aufmerksamkeit ein Satz bekommen hat – und dies steht wiederum in Verbindung mit dem Kontext, in dem der Satz erscheint.

Der Autor empfiehlt: Humor sollte im Unterricht eingesetzt werden. Allerdings muss er mit dem Unterrichtsstoff verbunden sein. Ansonsten merken sich die Schüler nur das, was sie komisch fanden, und vergessen den eigentlichen wichtigen Inhalt. Der Kontext für den Humor ist immer sehr wichtig. Die Theorie der Inkongruenz besagt nämlich, dass ein Witz inmitten eines ernsten Vortrages besonders viel Aufmerksamkeit bekommt und man ihn sich dadurch besser merkt. Wenn der gesamte Unterricht aus einer Reihe von Witzen besteht, dann verliert der Humor seine Kraft. Die Inkongruenz geht verloren, der Witz fällt nicht mehr aus dem ernsten Rahmen. Wenn alles witzig ist, dann hilft Humor auch nicht dabei, sich Dinge besser zu merken. Humor sollte also im Unterricht gezielt benutzt werden, um wichtige Konzepte und Ideen zu illustrieren, und nicht für Nebensächliches.

Es gibt diverse **Erklärungsmodelle** dafür, dass man sich leichter an humorvolle Sätze erinnert als an ernste. Allerdings wurde keine der folgenden Theorien in den Experimenten bestätigt.

1. **Überraschungseffekt:** In einem ernsten Umfeld ist man von etwas humorvollem überrascht und merkt es sich deswegen besser. Diese Hypothese wurde vom Experiment nicht unterstützt. Selbst wenn die humorvollen Sätze angekündigt *und* als solche gekennzeichnet wurden, erinnerten sich die Testpersonen eher an die humorvollen Sätze als an solche ohne Humor. (Hier wurde explizit angekündigt, dass es auch humorvolle Sätze in der Liste des Experiments geben würde. Zusätzlich wurde innerhalb der Liste jeder Satz als humorvoll oder nicht humorvoll gekennzeichnet. Dies sollte dem Überraschungselement vorbeugen.)
2. **Erregung:** Humor erzeugt physiologische Erregung, die wiederum Einfluss auf das Gedächtnis hat. Emotionale Reaktionen können das Gedächtnis verbessern. Diese Theorie konnte mit den Experimenten nicht bewiesen werden, denn der Kontext ist für den Humor wichtig. Die "einfache Erregung" durch das Humorerlebnis an sich reicht nicht aus. Von der Liste, die nur aus humorvollen Sätzen bestand, merkten sich die Testpersonen im Vergleich nicht mehr Sätze.
3. **Wiederabrufen:** Diese Theorie besagt, dass man sich zuerst an die humorvollen Sätze erinnert, und dann an die nicht-humorvollen. Dies wurde im Experiment nicht bestätigt. Die Reihenfolge, in der sich die Testpersonen an die Sätze erinnerten, war unabhängig von deren Humorgehalt.

Eine vierte Theorie bezieht sich auf das **Üben** oder Einstudieren. Diese Theorie besagt, dass humorvolle Inhalte einfach häufiger oder stärker einstudiert werden als nicht-humorvolle Inhalte. Deswegen merkt man sie sich besser. Das heißt allerdings auch, dass man sich humorvolle Informationen auf Kosten von nicht-humorvollen Informationen merkt (diese werden dann nicht im Gedächtnis gespeichert). Diese Theorie wurde weitgehend bestätigt.

Beispiele der in den Experimenten benutzten Sätze

Humorvoll: "Ich hab die Rechnung für meine OP bekommen – jetzt weiß ich, warum die Chirurgen Masken trugen."

Nicht humorvoll: "Ich habe die Rechnung für meine OP bekommen – diese Chirurgen sind Diebe, bei den Preisen!"

Humorvoll: "Die einfachste Art, Kindern etwas über Geld beizubringen, ist, sich welches von ihnen zu leihen."

Nicht humorvoll: "Sich von Kindern Geld zu leihen ist eine einfache Methode um ihnen etwas über den Wert von Geld beizubringen."

Humorvoll: "Menschen sind wie Teebeutel ... sie wissen nicht, wie stark sie sind bis sie sich in heißem Wasser wiederfinden."

Nicht humorvoll: "Die Leute wissen nicht, wie stark sie sind bis sie ernsthafte Probleme haben."

Ergebnisse aus anderen Studien, die auch im Artikel zitiert werden:

Es gibt sowohl Studien, die die positiven Effekte von Humor auf das Gedächtnis beweisen, als auch solche, die herausfanden, dass Humor das Gedächtnis und die Erinnerung negativ beeinflusst.

In einer Vorlesung mit humorvollen und nicht-humorvollen Inhalten merkten sich die Studenten eher die humorvollen Inhalte.

In einer weiteren Studie mussten Testpersonen Zeitschriftenartikel lesen, die von Werbung und Cartoons umgeben waren. Die Testpersonen mussten außerdem ihren eigenen Sinn für Humor einschätzen. Die Personen, die ihrer Meinung nach mehr Sinn für Humor hatten, erinnerten sich besser an den Inhalt der Cartoons als die, die weniger Sinn für Humor hatten. (Schmidts Experimente konnten diese Resultate nicht bestätigen.)