

Stimmen der Moral oder reine Entertainer?

Rollenselbstverständnis, Werthaltungen und moralische Verantwortung von Satiriker:innen in Deutschland.

Von Anna Wagner, Cordula Nitsch und Dennis Lichtenstein

*Anna Wagner, M.A.,
und Dr. Cordula Nitsch
sind Wissenschaftliche*

*Mitarbeiterinnen
am Institut für
Medien, Wissen und
Kommunikation der
Universität Augsburg.*

*PD Dr. Dennis
Lichtenstein ist
Postdoc am Institut
für Vergleichende
Medien- und
Kommunikations-
forschung an der
Österreichischen Aka-
demie der Wissen-
schaften in Wien
und der Universität
Klagenfurt.*

Abstract Satiriker:innen bringen als prominente Figuren der Medienöffentlichkeit spezifische (politische) Positionen und ethisch-moralische Werthaltungen in öffentliche Diskurse ein. Ihnen wird daher eine besondere Verantwortung als „moralische Zeigefinger“ der Gesellschaft zugeschrieben. Inwieweit professionelle Satiriker:innen diese Zuschreibungen teilen und welche Rollenselbstverständnisse und Wertvorstellungen ihrer Arbeit zugrundeliegen, ist insbesondere in Deutschland bislang kaum erforscht worden. Im Beitrag präsentieren wir die Ergebnisse einer Interviewstudie mit 13 Satiriker:innen in Deutschland, die sich diesen Fragen annimmt.

Dank wachsender Publikumsnachfrage und Resonanz auch in den journalistischen Medien sind Satireformate in den letzten zehn Jahren zu einem wichtigen Element der Medienöffentlichkeit in Deutschland avanciert (vgl. Dörner/ Porzelt 2016, S. 339). Als medienübergreifender Kommunikationsstil, der Kritik und Unterhaltung vereint, hat Satire zum Ziel, auf humoristische Weise gesellschaftliche und politische Missstände zu kritisieren. Sie gilt insbesondere in ihrer professionell produzierten Form als vertrauenswürdige Quelle politischer Information, die mitunter sogar in der Lage ist, journalistische Aufgaben (besser) zu erfüllen als traditionelle Formen des Journalismus (vgl. Baym 2005).

Doch nicht nur die Inhalte medialer Satire stehen zunehmend im Fokus öffentlicher Debatten, sondern auch die Satireproduzierenden – die Satiriker:innen. Einerseits tragen sie zu polarisierenden Diskussionen bei und sind selbst nicht immer unumstrittene Figuren des öffentlichen Lebens. Sichtbar wurde dies zuletzt an Jan Böhmermanns Ankündigung im Jahr 2019,

für den SPD-Vorsitz zu kandidieren, oder an Florian Schröders Diskussionen mit Vertretern der „Querdenker“-Bewegung sowie an den wiederholten Skandalisierungen von Aussagen in den Programmen von Dieter Nuhr und Lisa Eckhart. Andererseits wird ihnen als „soziokritische Autoritäten“ (Behrmann 2002) eine besondere Rolle in der Öffentlichkeit zugeschrieben. So bringen Satiriker:innen mittels satirischer Kritik spezifische (politische) Positionen und ethisch-moralische Werthaltungen in öffentliche Diskurse ein, die dann wiederum medial aufgegriffen und diskutiert werden können (vgl. Porzelt 2013). Als *Meinungsführer* und *Wachhunde* in der Gesellschaft können sie somit öffentliche Themen und Debatten mitprägen (vgl. z. B. Crittenden et al. 2011; Reilly 2010). Mit der öffentlichen Aufmerksamkeit und den unterschiedlichen Rollen im öffentlichen Diskurs gehen spezifische Erwartungen einher, die vonseiten der Medien, aber auch vonseiten des Publikums an die Satiriker:innen herangetragen werden. Dazu gehören die Erwartungen, als kritische Mahner:innen und *moralische Zeigefinger* der Gesellschaft aufzutreten und journalistisch-investigativ zu arbeiten sowie die Zuschreibung einer Kontroll- und Kritikfunktion gegenüber der Politik und anderen Institutionen (vgl. z. B. Baym 2005; McClennen/Maisel 2014). Diese gesellschaftlichen Erwartungen und damit verbundenen Verantwortungsattributionen werden von den Satiriker:innen selbst aber immer wieder zurückgewiesen, zuletzt in einem längeren Statement von Jan Böhmermann im „Neo Magazin Royale“ vom 5. Dezember 2019.

Während die Inhalte und Wirkungen satirischer Medienformate in der letzten Dekade auch in den Fokus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Auseinandersetzung gerückt sind (vgl. z. B. Boukes et al. 2015; Lee/Jang 2017; Lichtenstein/Nitsch 2018; Nitsch/Lichtenstein 2013, 2019), gibt es bislang kaum Forschungen zu den Satiriker:innen selbst. Erst Untersuchungen zur Kommunikatorperspektive können jedoch Aufschluss zu Wirkungsabsichten und Ambitionen der medialen Satire geben. Insbesondere das Rollenselbstverständnis von Satiriker:innen, ihre ethisch-moralischen Wertvorstellungen und potentiellen Verantwortungskonzepte sind dabei von Relevanz; hierzu liegen bislang aber kaum empirische Erkenntnisse vor. In unserem Beitrag adressieren wir diese Forschungslücke und analysieren die ethisch-moralischen Werthaltungen sowie die Vorstellungen der eigenen Rolle und gesellschaftlichen Verantwortung auf Basis von 13 qualitativen Interviews mit Satiriker:innen in Deutschland.

Satire als moralische Instanz? Charakteristika und Funktionen in der Öffentlichkeit

Satire begegnet uns als Hybridprodukt aus Kritik und Unterhaltung heute in den unterschiedlichsten Medien in vielfältigen Formen und Formaten: In professionell produzierten, massenmedialen TV-Sendungen, Satirezeitungen und -zeitschriften, aber zunehmend auch online (insbesondere in Sozialen Medien z. B. in Form von Memes oder Satire-Videos), werden gesellschaftliche Debatten satirisch kommentiert und Machtstrukturen satirisch in Frage gestellt (vgl. Gray et al. 2009; McClennen/Maisel 2014). Gängige Definitionen bringen Satire dabei meist und in wechselnder Kombination mit den Attributen Kritik bzw. Angriff, Spiel, Komik, Wertung oder Normbezug in Verbindung (vgl. Day 2011; Kleinen-von Königslöw 2014; Test 1991). Nach Brummack (1971) ist Satire aus drei zentralen Komponenten aufgebaut: (1) einem Angriff bzw. einer Kritik, (2) einer Form der Indirektheit, das heißt einer sprachlich-darstellerischen und in der Regel komischen Aufbereitung sowie (3) einem Normbezug bzw. einer Normrückbindung, bei der sich die Satire auf ein gegenwärtig nicht erreichtes, aber erstrebenswertes Ideal bezieht. Insbesondere das konstituierende Merkmal der Normrückbindung verweist darauf, dass Satire mit expliziten Haltungen zu politischen und gesellschaftsrelevanten Themen verknüpft und durch normative, oft moralische, Vorstellungen und Ideale geprägt ist:

„Satire hat eine Normrückbindung, weil sie sich – explizit oder implizit – immer auf ein vorhandenes oder utopisches Ideal bezieht und existierende – oder drohende – Zustände und Exzesse anprangert. Häufig ist der satirische Angriff (verdeckt) moralisch. Ziel ist es, den Rezipienten zu kritischer Reflexion und induktiver Erkenntnis zu bringen“ (Behrmann 2002, S. 9).

Indem also Satiriker:innen im Zuge eines satirischen Angriffs auf eine Diskrepanz zwischen Sein und Sollen hinweisen, entwerfen sie implizit oder explizit häufig das Ideal eines *besseren* Zustands, der durch die Durchsetzung spezifischer Werthaltungen erreicht werden kann.

Dieses Beziehen und Artikulieren moralischer Positionen hat dazu geführt, dass Satire eine erzieherische Kraft („educational force“, McClennen/Maisel 2014, S. 31) in der Gesellschaft zugeschrieben wird. Während der Nachrichtenjournalismus in der heutigen „high-choice media environment“ (van Aelst et al.

2017) sein Deutungsmonopol eingebüßt hat, werden Öffentlichkeitsfunktionen als Ergänzung, Gegengewicht oder Kompensat der journalistischen Berichterstattung zunehmend auch von Satireangeboten übernommen: Satirische Medieninhalte übernehmen Informations-, Kritik- und Orientierungsfunktionen, indem sie sich maßgeblich an der Themenagenda der Nachrichtenmedien orientieren, gleichzeitig aber auch (Rand-)Themen aufgreifen, die in den Nachrichtenmedien weniger vertreten sind, zusätzliche Hintergrundinformationen liefern und Position zu gesellschaftlichen und politischen Themen beziehen (vgl. Baym 2005; Baym/Jones 2012). Vor allem das moralisch-kritische Element der Satire kann zur Erfüllung einer Orientierungsfunktion beitragen, da Satire dem Publikum Anleitung zur politischen, aber auch zur ethisch-moralischen Meinungsbildung bietet und häufig auch Lösungen für gesellschaftliche Missstände aufzeigt (vgl. Wagner 2020). Inhaltsanalysen zeigen jedoch, dass sich Satiresendungen in Umfang und Tiefe politischer Informationen sowie in der Vermittlung von Orientierung über sachbezogene Kritik stark unterscheiden (vgl. Emde/Scherer 2016; Lichtenstein/Nitsch 2018).

Satirische Inhalte sind eng mit den Satiriker:innen, ihren Positionen, Werthaltungen und normativen Vorstellungen verknüpft.

Satiriker:innen zwischen Unterhaltung und (moralischem) Anspruch

Satirische Inhalte sind – nicht nur in der Wahrnehmung des Publikums – eng mit den Satiriker:innen, ihren Positionen, Werthaltungen und normativen Vorstellungen, verknüpft (vgl. Crittenden et al. 2011). Insbesondere professionelle Satiriker:innen und Kabarettist:innen vertreten in öffentlichen Diskursen oft klare moralische Positionen und Haltungen, die mitunter (massen-)medial aufgegriffen und damit weiterverbreitet werden. Sichtbar wird dies beispielsweise an der Person des Satirikers Jan Böhmermann, dessen satirische Provokationen regelmäßig öffentliche Debatten nach ethisch angemessenem Handeln aufwerfen.

Gerade weil Satire stark meinungsgeprägt ist und sein muss, sind die spezifischen Rollenverständnisse, ethisch-moralische Werthaltungen und Motivationen der Satiriker:innen von Bedeutung, um die satirischen Medieninhalte und ihre spezifischen Positionierungen verstehen und einordnen zu können – denn diese dürften sich in hohem Maße eben auch in den satirischen Inhalten niederschlagen.

In den Sozialen Medien haben sich die eigenen normativen Rollen- und Verantwortungskonzepte von Satiriker:innen verändert.

Kleinere Einblicke in die Lebens-, Vorstellungs- und Berufswelten von Satiriker:innen geben bislang hauptsächlich nicht-wissenschaftliche Quellen wie Biografien (vgl. Lau 2003; Schwikart 2016) und Selbstdarstellungen (vgl. Hildebrandt 1986; Schmitt 2001) sowie journalistische Portraits und Interviews (vgl. z. B. Bärnthaler/Bauer 2018; Thöne 2019; Voigt/Majic 2018). Anders als zu den Rollenkonzepten von Journalist:innen, die seit Jahren intensiv erforscht werden (vgl. z. B. Kepplinger 1979; Köcher 1986; Steindl et al. 2017; Weischenberg et al. 2006), sind wissenschaftliche Untersuchungen zum Rollenselbstverständnis von Satiriker:innen und ihren grundsätzlichen Werthaltungen insbesondere im deutschsprachigen Raum kaum vorhanden. Auch die Frage, inwieweit Satiriker:innen selbst Verantwortung in und für die Gesellschaft übernehmen wollen und inwieweit sie ihre Arbeit potentiell daran ausrichten, ist bislang kaum betrachtet worden. Eine Studie aus dem skandinavischen Raum deutet darauf hin, dass Satiriker:innen traditionelle Werte des Journalismus wie Faktizität und politische Relevanz vertreten, gleichzeitig aber auch Entertainment-Aspekte und Emotionalisierungen als Zielgrößen ihrer Arbeit begreifen (vgl. Koivukoski/Ödmark 2020). Eine Studie von Thomas Knieper (2002) zeigt Ähnliches für die Berufssparte politischer Karikaturist:innen in Deutschland auf.

Mehr über die grundlegenden Vorstellungen und Absichten von professionellen Satiriker:innen zu erfahren, ist nicht zuletzt auch deshalb relevant, da Soziale Medien die satirischen Produktionsweisen, Ausdrucksformen und die beteiligten Akteure entscheidend transformiert haben (vgl. van Zoonen, Vis/Mihelj 2010; Wagner 2020). In diesen neuen Satirelandschaften haben sich nicht nur die Arbeitsweisen professioneller Satiriker:innen verändert, sondern mutmaßlich auch ihre eigenen normativen Rollen- und Verantwortungskonzepte.

Wie Studien aus dem US-amerikanischen Raum zeigen, gehen Satiriker:innen mit diesen veränderten Bedingungen unterschiedlich um und interpretieren insbesondere angesichts des Hinzukommens neuer „Amateur-Satiriker:innen“ in Sozialen Medien auch ihre eigene Rolle verschiedentlich (vgl. Crittenden et al. 2011). Inwiefern dies auch in Deutschland der Fall ist, ist bislang unbekannt.

Um sich dem Rollenselbstverständnis von professionellen Satiriker:innen in Deutschland sowie ihren grundlegenden

Wertvorstellungen und Verantwortungskonzepten wissenschaftlich anzunähern, gehen wir in unserem Beitrag folgenden zwei Forschungsfragen nach:

- ▶ FF1: Welches Satireverständnis leitet die Arbeit der Befragten an und welche Funktionen schreiben sie Satire in der Gesellschaft zu?
- ▶ FF2: Mit welchen grundlegenden ethischen Vorstellungen, Motivationen und Verantwortungskonzepten üben die Satiriker:innen ihren Beruf aus und wie verstehen sie ihre eigene Rolle in Gesellschaft und Öffentlichkeit?

In unserer dritten Forschungsfrage interessieren wir uns dafür, inwieweit die aktuellen medialen und strukturellen Gegebenheiten es den Satiriker:innen überhaupt ermöglichen, diese Vorstellungen zu realisieren und einer potentiellen ethisch-moralischen Verantwortung gerecht zu werden:

- ▶ FF3: Wie nehmen Satiriker:innen Veränderungen im Kontext der Satireproduktion wahr und welche Implikationen haben diese für ihr Rollen- und Verantwortungskonzept?

Empirische Studie: Methodisches Vorgehen

Zur Beantwortung dieser Forschungsfragen haben wir qualitative semistrukturierte Leitfadeninterviews mit Satiriker:innen in Deutschland durchgeführt. Zunächst haben wir 32 professionelle Satiriker:innen telefonisch oder per E-Mail angefragt, die bekannte Satireformate produzieren und/oder denen eine besondere Popularität und Prominenz im Satirebereich zukommt. 13 Satiriker:innen erklärten sich zu einem Interview bereit. Das finale Sample deckt die Bandbreite politischer Satire in Deutschland insgesamt gut ab. Vertreten sind a) politische Kabarettist:innen, die auf Kabarettbühnen und im Fernsehen auftreten, b) Satiriker:innen mit eigenen Satire-Sendungen wie Late Night Shows und Nachrichtensatiren sowie c) Satiriker:innen, die primär satirische Online-Formate betreiben. Neun der 13 Interviews wurden im Zeitraum von April 2018 bis März 2019 persönlich durchgeführt, die vier übrigen erfolgten telefonisch. Die Interviewdauer lag zwischen 30 und 90 Minuten, wobei die meisten Interviews eine bis 1¼ Stunden dauerten. Alle Interviews wurden per Audioaufnahme aufgezeichnet und anschließend mit der Software f4transkript verschriftlicht und pseudonymisiert.

Der semistrukturierte Interviewleitfaden enthielt Fragen nach dem beruflichen Werdegang, dem Rollenselbstverständnis sowie den Motivationen und Zielen der Satiriker:innen, ihrem Satireverständnis, ihren Arbeitsbedingungen und -routinen, zum Publikumsverhältnis und ihrem Verhältnis zum Publikum und zum Journalismus. Wir konzentrieren uns hier besonders auf das Rollenselbstverständnis der Satiriker:innen sowie auf ihre normativen Vorstellungen und moralischen Werthaltungen. Die erhobenen Daten wurden anschließend mit einem Grounded Theory-basierten Codierverfahren, das den Schritten des offenen, axialen und selektiven Codierens folgte, inhaltsanalytisch ausgewertet.

Ergebnisse der empirischen Studie

Die Ergebnisse zeigen, dass die Satiriker:innen sich selbst keineswegs nur als reine Entertainer begreifen, sondern sich mit ihrer Arbeit in einer gesellschaftlichen Verantwortung sehen. So ist das Satireverständnis der befragten Satiriker:innen ebenso wie ihr Rollenselbstverständnis stark normativ orientiert und geprägt von moralischen Werthaltungen und expliziten Positionen.

Satireverständnis und Funktionen von Satire (FF1).

Die Satiriker:innen formulieren (mehr oder weniger) strikte Ansprüche daran, was Satire leisten soll und muss und was Satire nicht (sein) darf. Dazu zählen Forderungen, Satire müsse den „Horizont erweitern“, Sachverhalte „kritisch hinterfragen“, „Haltung entwickeln“ und in Stil und Inhalt moralisch vertretbar sein; gleichzeitig dürfe sie nicht „nach unten treten“, müsse „ideologiefrei“ sein und „gleichmäßig austeilen“. Satire übernimmt nach Ansicht der Satiriker:innen dabei ebenfalls unterschiedliche Öffentlichkeitsfunktionen: Während Satire mitunter als „journalistische Kategorie“ begriffen wird, erkennen die Befragten auch an, dass Satire ohne Journalismus nicht existieren könne und attestieren „eine Wechselwirkung“, d. h. ein Zusammenwirken zwischen informationszentriertem Journalismus und der meinungsstarken Satire. Zudem wird betont, dass Satire Funktionen der „Eliten- und Medienkritik“ übernimmt und zum Ziel hat, Realität „zu dekonstruieren“ und alternative Sichtweisen auf Themen aufzuzeigen. Satire dürfe aber nicht mit Wahrheit verwechselt werden und Humor und Unterhaltung sei trotz

Satire übernimmt Funktionen der „Eliten- und Medienkritik“, die zum Ziel hat, Realität „zu dekonstruieren“ und alternative Sichtweisen aufzuzeigen.

der kritischen und oft politischen Komponente von Satire elementar. Insbesondere auch, da sie helfen „über Humor Dinge zu verstehen, zu verarbeiten, zu verdauen, zu reflektieren“. Dieser Unterhaltungsauftrag der Satire wird teilweise auch – je nach Selbstkonzept – gegenüber dem eigenen normativen Anspruch priorisiert („es sollte schon die Überschrift haben, unterhalten zu wollen“).

Rollenselbstverständnis (FF2).

Auch das Rollenselbstverständnis der Satiriker:innen ist normativ orientiert und wird von individuellen Wertvorstellungen sowie den eigenen politischen Standpunkten und Motivationen der Satiriker:innen angeleitet. Sie betrachten eine eigene politische Haltung, insbesondere aber auch generelle Werthaltung („Satire braucht Haltung“) als essentiell, um qualitativ hochwertige Satire zu produzieren: Ihr Ziel ist es „zum kritischen Denken aufzurufen“, auf „Missstände, gebrochene Versprechungen oder bestimmte Formen der Heuchelei“ hinzuweisen oder gar „die Demokratie zu schützen“. Dabei werden auch journalistische Ansprüche der Aufklärung und Orientierung formuliert und angestrebt („ich versuche journalistische Tugenden einzubauen“; „im besten Fall hat [...] [der Kabarettist] journalistische Kenntnisse und Fähigkeiten“). Obgleich die Meinungen über die tatsächliche Veränderungskraft der Satire geteilt sind, sind sie sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und potentiellen öffentlichen wie realpolitischen Wirkungen durchaus bewusst („Die Menschen [...] du hast eine gewisse Prominenz, die lieben dich, jeder erkennt dich. Also hab ich doch eine Verantwortung, auch etwas darzustellen, hinter dem ich stehe.“). Die Durchsetzung der Ziele und Intentionen der Satiriker:innen steht dabei in einem Spannungsverhältnis zu vermeintlichen oder tatsächlichen begrenzenden Einflüssen von außen, insbesondere den Bedingungen der Satireproduktion (siehe FF3).

Die Satiriker:innen orientieren sich in unterschiedlichem Maße an den Erwartungen des Publikums und der Medienöffentlichkeit.

Veränderungen in der Satireproduktion (FF3).

Die Satiriker:innen orientieren sich – je nach Betätigungs- und Anstellungsverhältnis – in Arbeitsabläufen und -inhalten in unterschiedlichem Maße an den (imaginierten) Erwartungen des Publikums, der Medienöffentlichkeit aber auch in Form einer internen Ko-Orientierung an Kolleg:innen und medialen Rahmenbedingungen (z.B. Interessen der Sender). Dabei re-

flektieren die Satiriker:innen auch, dass sich Satire wandelt, „je nachdem wie die Öffentlichkeit gerade strukturiert ist“ und ihr Politisierungsgrad nicht zuletzt vom jeweiligen Zeitgeist beeinflusst ist („dadurch, dass wir heute in einer komplett veränderten Weltlage sind [...], wird es automatisch politischer“). Insbesondere die Emergenz von Sozialen Medien wird von erfahrenen Satiriker:innen als einschneidend betrachtet. Sie verändert die Formen und „Spielarten“ von Satire und erzeugt in der eigenen Arbeit einen Anpassungsdruck, der mitunter dazu führt, dass die unterhaltende Komponente gegenüber dem moralisch-kritischen Anspruch in den Vordergrund rückt, um Social-Media-Logiken zu bedienen („wenn man sich dagegen verschließt, wird man auch keinen Blumentopf gewinnen“). Insgesamt werden damit auch die eigene Haltung und der normative Anspruch Teil eines Medienprodukts, das an Publikumserwartungen und -erfolg angepasst ist.

Fazit

Der Beitrag zeigt, dass Satiriker:innen in Deutschland überwiegend einem normativen Verständnis von Satire folgen. Sie bringen spezifische Positionen und ethisch-moralische Wertvorstellungen in ihre Arbeit ein, mit denen sie explizit Haltung zeigen und Orientierung vermitteln wollen. Auch vor dem Hintergrund der Vielfältigkeit und des dynamischen Wandels der deutschen Satirelandschaft stehen normative Ansprüche und gesellschaftliche Verantwortung im Zentrum der satirischen Arbeit. Gleichzeitig betonen die Interviewten die Relevanz von Unterhaltung und humoristischer Aufbereitung – sie sehen ihre Rolle also in der Kombination von Entertainment und moralischer Kritik. Damit nehmen Satiriker:innen den an sie herangetragenen normativen Auftrag teilweise an – grenzen sich aber größtenteils vom Aufgabenbereich des Journalismus ab. Inwieweit es den Satiriker:innen tatsächlich gelingt, ihre (Wert-)Vorstellungen umzusetzen und Zielgrößen zu realisieren, ist eine empirische Frage, die es noch zu klären gilt.

Literatur

- Bärnthaler, Thomas/Bauer, Patrick (2018): „Satire ist Notwehr“. Interview mit Jan Böhmermann und Martin Sonneborn. In: *SZ-Magazin* vom 30.8.
- Baym, Geoffrey (2005): *The Daily Show: Discursive integration and the reinvention of political journalism*. In: *Political Communication*, 22. Jg., H. 3, S. 259–276, <https://doi.org/10.1080/10584600591006492>.
- Baym, Geoffrey/Jones, Jeffrey P. (2012): *News Parody in Global Perspective*:

- Politics, Power, and Resistance. In: Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, 10. Jg., H.1-2, S. 2-13.
- Behrmann, Sven (2002): *Politische Satire im deutschen und französischen Rundfunk*. Stuttgart.
- Boukes, Mark et al. (2015): *At odds: Laughing and thinking? The appreciation, processing, and persuasiveness of political satire*. In: *Journal of Communication*, 65. Jg., H. 5, S. 721-744, <https://doi.org/10.1111/jcom.12173>.
- Brummack, Jürgen (1971): *Zu Begriff und Theorie der Satire*. In: *Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, 45. Jg., Beilage Ausgabe 1, Oktober, S. 275-377, <https://doi.org/10.1007/BF03376186>.
- Crittenden, Victoria L./Hopkins, Lucas M./Simmons, James M. (2011): *Satirists as opinion leaders: Is social media redefining roles?* In: *Journal of Public Affairs*, 11. Jg., H. 3, S.174-180, <https://doi.org/10.1002/pa.400>.
- Day, Amber (2011): *Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate*. Bloomington/Indianapolis.
- Dörner, Andreas/Porzelt, Benedikt (2016): *Politisches Gelächter. Rahmen, Rahmungen und Rollen bei Auftritten politischer Akteure in satirischen Interviews des deutschen Fernsehens*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64. Jg., H. 3, S. 339-358, <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2016-3-339>.
- Emde, Katharina/Scherer, Helmut (2016): *Politische vs. persönliche Kritik: Die Darstellung von Politikern in der Nachrichtensatire „heute-show“*. In: Henn, Philipp/Frieß, Dennis (Hg.): *Politische Online-Kommunikation. Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation*. Berlin, S. 119-139.
- Gray, Jonathan/Jones, Jeffrey P./Thompson, Ethan (2009): *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*. New York/London, <https://doi.org/10.18574/9780814733097>.
- Hildebrandt, Dieter (1986): *Was bleibt mir übrig. Anmerkungen zu (meinen) 30 Jahren Kabarett*. München.
- Kepplinger, Hans Mathias (1979): *Angepaßte Außenseiter. Ergebnisse und Interpretationen der Kommunikatorforschung*. In: Ders. (Hg.): *Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten*. Freiburg im Breisgau/ München, S. 7-28.
- Kleinen-von Königslöw, Katharina (2014): *Politischer Humor in medialen Unterhaltungsangeboten*. In: Dohle, Marco/Vowe, Gerhard (Hg.): *Politische Unterhaltung – Unterhaltende Politik: Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption und Medienwirkungen*. Köln, S. 163-191.
- Knieper, Thomas (2002): *Die politische Karikatur: Eine journalistische Darstellungsform und deren Produzenten*. Köln.
- Köcher, Renate (1986): *Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists*. In: *European Journal of Communication*, 1. Jg., H. 1, S. 43-64.

- Koivukoski, Joonas/ Ödmark, Sara (2020): *Producing Journalistic News Satire: How Nordic Satirists Negotiate a Hybrid Genre*. In: *Journalism Studies*, 32. Jg., H. 5, S. 1-17, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1720522> .
- Lau, Mariam (2003): *Harald Schmidt: Eine Biografie*. Berlin.
- Lee, Hoon/Jang, S. Mo (2017): *Talking About What Provokes Us: Political Satire, Emotions, and Interpersonal Talk*. In: *American Politics Research*, 45. Jg., H. 1, S. 128-154, <https://doi.org/10.1177/1532673X16657805> .
- Lichtenstein, Dennis/Nitsch, Cordula (2018): *Informativ und kritisch? Die Politikdarstellung in deutschen Satiresendungen*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66. Jg., H. 1, S. 5-21, <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2018-1-5> .
- McClellan, Sophia A./Maisel, Remy M. (2014): *Is satire saving our nation? Mockery and American politics*. New York.
- Nitsch, Cordula/Lichtenstein, Dennis (2013): *Politik mal anders: Die Politikdarstellung in „Harald Schmidt“ im Kontrast zur „Tagesschau“*. In: *Publizistik*, 58. Jg., H. 4, S. 38-407, DOI: 10.1007/s11616-013-0188-7 .
- Nitsch, Cordula/Lichtenstein, Dennis (2019): *Satirizing international crises. The depiction of the Ukraine, Greek debt, and migration crises in political satire*. In: *Studies in Communication Sciences*, 19. Jg., H. 1, S. 85-103, <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2019.01.007> .
- Porzelt, Benedikt (2013): *Politik und Komik: „Fake-Politiker“ im Bundestagswahlkampf*. Berlin.
- Reilly, Ian (2010): *Satirical fake news and the politics of the fifth estate* [Dissertation]. University of Guelph, Guelph.
- Schmitt, Oliver M. (2001): *Die schärfsten Kritiker der Elche*. In *Wort und Strich und Bild*. Berlin.
- Steindl, Nina/Lauerer, Corinna/Hanitzsch, Thomas (2017): *Journalismus in Deutschland: Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus*. In: *Publizistik*, 62. Jg., H. 4, S. 401-423.
- Schwikart, Georg (2016): *Hanns Dieter Hüsch. Wie der Kabarettist den lieben Gott zum Schmunzeln brachte*. Berlin.
- Test, George A. (1991): *Satire: Spirit and art*. Tampa.
- Thöne, Eva (2019): „Ich bin ein weißer alter Mann“. Comedian Dieter Nuhr und seine Feinde. In: *Der Spiegel*, H. 28.
- Van Aelst, Peter et al. (2017): *Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?* In: *Annals of the International Communication Association*, 41. Jg., H.1, S. 3-27.
- Van Zoonen, Liesbet/Vis, Farida/Mihelj, Sabina (2010): *Performing citizenship on YouTube: activism, satire and online debate around the anti-Islam video Fitna*. In: *Critical Discourse Studies*, 7. Jg., H. 4, S. 249-262.
- Voigt, Hanning/Majic, Danijel (2015): „Satire ist nicht Wahrheit“. Interview mit Max Uthoff, Claus von Wagner und Dietrich Krauß. In: *Frankfurter Rundschau vom 15.1.*

Wagner, Anna (2020): *Satire und Alltagskommunikation: Kontexte, Konstellationen und Funktionen der Kommunikation zu satirischen Medieninhalten in der mediatisierten Alltagswelt* [Unveröffentlichte Dissertation]. Universität Augsburg, Augsburg.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz.