



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Freudentränen!

Film, Fernsehen und Internet

Ein Vergleich der unterschiedlichen Konsumsituationen und die möglichen
Auswirkungen auf das Lachen der Rezipienten

Verfasserin

Claudia Schabata

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuerin:

Dr. Mag. Michaela Wünsch

Danksagung

Zuallererst möchte ich mich bei all jenen bedanken, die zu der Fertigstellung dieser Diplomarbeit beigetragen haben. Durch zahlreiche Gespräche eröffneten sich mir immer wieder neue Blickwinkel, die mir bei der Beantwortung der Forschungsfrage geholfen haben.

Mein besonderer Dank gilt meinen Eltern Mag. Barbara Schabata und Woody Schabata. Sie haben mich auf all meinen Lebenswegen tatkräftig unterstützt, und ohne sie wäre mein Studium, und in weitere Folge diese Diplomarbeit, nicht möglich gewesen.

Weiters möchte ich meinen Freunden und meiner Familie, insbesondere Petra Schabata, meiner Großmutter Gertrude Schabata und meinem Bruder, Max Schabata herzlich danken. Durch sie wurde mir ständiger Rückhalt zuteil.

Besonderer Dank gilt auch Dr. Mag. Michaela Wunsch, die mich trotz der räumlichen Entfernung stets mit gutem Rat bei der Erarbeitung dieser Diplomarbeit betreut hat.

Mein herzlicher Dank gilt auch Mag. Ulrike Leitner, die mir bei manch grammatikalischen und syntaktischen Schwierigkeiten mit ihrer fachlichen Kompetenz stets eine Hilfe war.

Jeder Tag, an dem du nicht lächelst ist, ein verlorener Tag!
(Charlie Chaplin)

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Philosophie des Komischen und des Lachens	3
2.2. Die Welt des Komischen	17
2.2.1 Das „Rezept“ des Komischen	23
3. Das Lachen	29
3.1. Der lachende Mensch	29
3.2. Wenn der Körper spricht	31
3.3. Zum Lachen angeregt	33
3.4. Eine Soziologie des Lachens	35
4. Das Komische und die Medien	39
4.1. Der Grotteskfilm	40
4.2. „Comedy“ rund um die Uhr	53
4.2.1 Das Lachen aus der Dose - „canned laughter“	60
4.2.2 Bewusst gewählt - Die Nachfrage bestimmt das Programm	61
4.3. „Web- Comedy“ - jederzeit und überall	65
5. Der lachende Rezipient	68
5.1. Vom Kollektiv zum Individuum	70
5.2. Die Bedeutungen des Kinolachens	77
6. Resümee	87
7. Literaturverzeichnis	89
Anhang	95
Abstract	95
Curriculum Vitae	96

1. Einleitung

Emotionen sind ein zentraler Bestandteil unseres Alltags, kaum ein Handeln führen wir ohne sie aus, beinahe jedes Ereignis verbinden wir mit subjektiven Gefühlen. Ebenso alltäglich begleiten uns in der heutigen Zeit Medienformate wie Film, Fernsehen und Internet. So überrascht es wenig, dass diese beiden alltäglichen Bestandteile auch in gewisser Beziehung zueinander stehen.

Der Medienkonsum hat meist weit mehr Auswirkungen auf den Rezipienten, als die reine Unterhaltung. Medien besitzen unter anderem auch die Fähigkeit Emotionen bei den Rezipienten zu rühren.¹ Die medialen Emotionen rückten jedoch erst recht spät in die Aufmerksamkeit der Film- und Medienwissenschaft. In den letzten Jahren erkannte man jedoch ihre Bedeutung und beschäftigte sich vermehrt mit der Affektbildung während der Film- und Medienrezeption. Die meisten wissenschaftlichen Analysen bezüglich der Medienrezeption beziehen sich eher auf die negativen Emotionen wie Traurigkeit, Ärger, Furcht oder auch Ekel.² Die folgende Diplomarbeit möchte dem entgegenwirken und sich auf die positive Gefühlsäußerung des Lachens beziehen, die bei der Film- und Medienkonsum entstehen kann.

Will man nun der Bedeutung des Lachens und dessen Auslöser in unserer heutigen Gesellschaft näher auf den Grund gehen, trifft man sehr schnell auf die zahlreichen Theorien über Komik und Humor. Bereits in der Antike haben sich Philosophen angefangen von Aristoteles bis hin zu heutigen Zeitgenossen Gedanken zu der Gefühlsäußerung des Lachens gemacht. Im Laufe der Zeit, vor allem im 20. Jahrhundert widmeten sich immer mehr Wissenschaftler der Humorforschung. Dies zeigt das große Interesse an diesem Thema, jedoch bringt es auch eine Fülle an vorhandenen Theorien mit sich. Das Komische scheint einen großen Stellenwert innerhalb einer Gesellschaft zu haben und so wundert es kaum, dass sich auch der Film und andere audiovisuelle Medien humoristischer Inhalte bedienen. In den meisten Fällen, erwartet das Komische ein Lachen als Antwort. Dieser menschliche Ausdruck weist eine ähnliche Vielfalt wie das Wesen des Komischen auf.

Das Lachen, in all seinen Facetten beschäftigt nicht nur Philosophen und Wissenschaftler, sondern auch Mediziner und vor allem Psychologen.³ Was bringt

¹ Vgl.: Hediger: Gefühlte Distanz. S. 43.

² Vgl.: Schwender; Schwab: Medienrezeption. S. 71.

³ Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 14.

uns Menschen zum Lachen, und vor allem was passiert in unserem, Körper wenn wir etwas lustig finden und mit lachen darauf reagieren.

Das gesunde herzhaft lachen braucht meist ein Gegenüber um sich auch als solches entfalten zu können.

Diese theoretischen und teils psychologischen Erkenntnisse, sollen dabei helfen die Frage, wie uns Film, Fernsehen und Internetmedien zum lachen bringen, besser beantworten zu können. Besonderes Augenmerk liegt in weiterer Folge auf dem Rezipientenlachen, und dessen Bedeutung während des Film- und Medienkonsums. Wenn es sich bei dem Lachen tatsächlich um ein gesellschaftliches Phänomen handelt, ist anzunehmen, dass auch die unterschiedlichen Konsumsituationen, wie man sie bei Kino, Fernsehen oder Internet differenzieren kann, Einfluss auf das Lacherlebnis haben können. Wie sehr wird man von anderen Rezipienten beim Lachen beeinflusst? Und können diese auch Einfluss auf die Intensität des Humorempfindens haben?

Nach dem Versuch eine Grunddefinition über das Komische, den Humor und des Lachens wieder zu geben, soll ein Zusammenhang zwischen diesen Theorien und der Film- und Medienwissenschaft hergestellt werden. In welcher Form zeigt sich Humor und das Komische in der medialen Welt? Wie versuchen Film, Fernsehen und Internet ihre Konsumenten zu unterhalten und in weiterer Folge zum Lachen anzuregen? Ist ihnen das gelungen, ist das Lachen ein verlässlicher Indikator für den humoristischen Gehalt der medialen Darstellung?

Denn Lachen ist nicht gleich lachen, und nur weil gelacht wird, bedeutet dies nicht, dass es komisch ist!

Die vorliegende Diplomarbeit stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Folgende Theorien stützen sich auf ausgewählte Literatur und deren Analysen. In der gesamten Diplomarbeit sind sämtliche Zuschreibungen als geschlechtsneutral zu verstehen.

2. Philosophie des Komischen und des Lachens

„Die Komödie ist die Tochter des Lachens“, meinte schon Aristoteles im Zusammenhang mit dem menschlichen Humor. Witz, Scherz, Ironie und auch der Humor gehören alle zum Wesen des Komischen. Um diesen Bereich in nachfolgenden Kapiteln näher bestimmen zu können, wird vorerst versucht, einen historisch kollationierenden Vergleich herzustellen. Erste Theorien über das Lachen reichen bis in die Götterschriften zurück, jedoch ist anzunehmen, dass es hier mehr um das Gelächter der Götter ging, welches in keinem Zusammenhang mit dem Lachen als Reaktion auf bestimmte Ereignisse oder als Gefühlsäußerung steht. In der Antike entwickelten sich erste philosophische Theorien, die das Lachen mit dem Komischen und dem Lächerlichen in Verbindung gebracht haben. Anders als heute betrachten diese es jedoch als eine negative Eigenschaft des Menschen, da es hier meist um den Begriff des Auslachens von Dritten geht. Analysen suchte man vor allem innerhalb der komischen Dichtung. Bevor die Komödie jedoch als eigenständige Dichtform angesehen wurde, war sie Teil der Tragödie. So formte sie innerhalb der Tragödien das sogenannte Satyrspiel. In dieser Form gab es die Komödie womöglich bereits im fünften Jahrhundert oder früher. Im Grunde waren diese Satyrspiele dazu da, der Tragödie etwas an Tragik und Anspannung zu nehmen, sozusagen den Ernst des Spieles etwas auflockern.⁴

Die Lust am Hässlichen

Bereits konkreter werden die Theorien zum Komischen in der Zeit um Platon. In seinem Philebos- Dialog (48-50) über die Lust und Unlust beschäftigt er sich auch mit dem Ursprung und der Bedeutung des Lachens. Bei der Komödie, so Platon, kommt es zu einer Mischung von Lust und Unlust.⁵ Das Komische, und somit auch das Lachen, sind die Folge eines Fehlverhaltens des Menschen. Dieses Fehlverhalten sieht Platon in der Fehleinschätzung der eigenen Person, das Aussehen und den Verstand betreffend. Eine Selbstüberschätzung kann schnell lächerlich werden. Dieses „moralische Übel“ könne der Mensch jedoch durch sein höchstes Gut, die Vernunft, beheben.

Die Fehleinschätzung kann Neid bei den Mitmenschen erwecken, da sie dem anderen das Gute bzw. etwas Besseres nicht gönnen. Somit entwickelt sich die Lust

⁴ Vgl.: Berger: Erlösendes Lachen. S. 21.

⁵ Platon: Philebos. S. 99. (48)

am Missgeschick oder Unglück, in diesem Fall der Selbstüberschätzung, des anderen, der dadurch lächerlich wirkt. Diese Lust äußert sich im Gelächter und der Freude am Scheitern der Mitmenschen, sei es Freund oder Feind.⁶ Da das Gefühl des Neides als „Unlust der Seele“ angesehen werden kann, das Gefühl am Lächerlichen jedoch mit Lust gekoppelt ist, kommt es folglich beim Lachen zu einer Mischung von Lust und Unlust.⁷

Um darüber lachen zu können, bedarf es einer distanzierten Betrachtung. Diese Distanz kann allerdings nur gegeben sein, wenn keinerlei Bedrohung vorherrscht. Sowohl das Komische als auch das Lachen sind bei Platon an einen sozialen Status gebunden und können diesen definieren bzw. werten.⁸

Ende des 16. Jahrhunderts übernimmt der englische Philosoph Thomas Hobbes die Gedanken von Platon und sieht in dem Lachen den Ausdruck des Triumphs über die Fehler und Schwächen der anderen. Er ist der Meinung, dass man dadurch dem Überlegenheitsgefühl Ausdruck verleihe.⁹

Weit weniger moralisierend begegnen wir dem Komischen und dem Lachen bei Aristoteles. Ähnlich wie Platon hebt auch er den engen Zusammenhang mit dem Lächerlichen, und somit dem Hässlichen, hervor. Allerdings untersucht Aristoteles die Wirkung des „Fehlers“, wohingegen Platon sich mehr der Ursache des „Übels“ widmet.¹⁰

In der zweiten Hälfte seiner Poetik beschäftigt sich Aristoteles ausführlicher mit dem Wesen des Komischen und Lächerlichen. Diese Schriften sind jedoch verloren gegangen, dennoch lassen sich auch in dem ersten Teil Theorien über die Komödie finden.¹¹ Wesentliches Merkmal der Dichtkunst im Allgemeinen, und somit auch der Komödie, ist die Nachahmung. Die Fertigkeit derselbigen sei dem Menschen angeboren, insbesondere die Fähigkeit, durch Nachahmung etwas zu lernen, unterscheide den Menschen von den restlichen Lebewesen.¹² In diesem Zusammenhang beschreibt Aristoteles den kathartischen (reinigenden) Effekt des Lachens. So schreibt er der Komödie die Aufgabe zu, „durch Lust und Lachen die

⁶ Platon: Philebos. S. 100. (48)

⁷ Vgl.: Ebenda. S. 103ff. (50)

⁸ Kablitz: Lachen und Komik als Gegenstand frühzeitlicher Theoriebildung. S. 125ff.

⁹ Vgl.: Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 57.

¹⁰ Vgl.: Kablitz: Lachen und Komik als Gegenstand frühzeitlicher Theoriebildung. S. 126.

¹¹ Aristoteles: Poetik. S. 146.

¹² Vgl.: Ebenda. S.11.

Reinigung von [...] Affekten zu bewirken. Die Komödie ist die Tochter des Lachens.“¹³

Aristoteles formuliert den Kern der Komödie durch ihre Abhängigkeit von der Tragödie. Er definiert sie als eine Umkehrung der allgemeingültigen Bestimmung der Tragödie.¹⁴ Den bedeutenden Unterschied zwischen der tragischen und der komischen Dichtkunst sieht Aristoteles in der Methode der Nachahmung. So stellt er fest, dass sich die Komödie die schlechteren, die Tragödie die besseren Menschen als Vorbild sucht.¹⁵ Das Komische basiert auch bei Aristoteles auf einem Fehler, dessen Auswirkungen jedoch folgenlos bleiben. Dem gegenüber steht die Tragödie, die meist in keinem Verhältnis zu der Schwere ihrer Folgen steht. „Während das in seinen Konsequenzen unmäßige und nicht mehr zu steuernde Versagen Erschrecken und Betroffenheit auslöst, reizt die folgenlose Fehlhandlung zum Lachen.“¹⁶

Dieses Lachen wird bei Immanuel Kant als eine Entlastung definiert. Damit das Lachen ausgelöst werden kann, muss der Verstand etwas Widersinnigem begegnen, etwas, an dem er „kein Wohlgefallen“ finden kann. Es entstehe aus „der plötzlichen Verwandlung einer gespannten Erwartung in nichts. Eben diese Verwandlung, die für den Verstand gewiß nicht erfreulich ist, erfreut doch indirekt auf einen Augenblick sehr lebhaft.“¹⁷

Es werden Erwartungen erzeugt, die dann nicht erfüllt werden. Durch diese unerwartete Wendung kommt es zu einer An- und Abspannung, die wiederum aufheiternd wirkt.¹⁸ Es kommt zu einer Inkongruenz zwischen dem, was ich sehe, und dem, was ich erwarte.

Auf genau diese Ungereimtheiten, führt auch der deutsche Philosoph Schopenhauer den Ursprung des Lachens zurück. Es entstehe „aus der plötzlichen wahrgenommenen Inkongruenz zwischen dem Gedanken und dem Angeschauten“.¹⁹ Die Erwartungen, die wir durch unser Vorwissen haben, stimmen nicht mit dem eigentlichen Geschehnis überein und wirken so komisch oder sogar lächerlich.

¹³ Aristoteles zit. Nach: Titze; Eschenbröder: Therapeutischer Humor. S. 42.

¹⁴ Vgl.: Kablitz: Lachen und Komik als Gegenstand frühzeitlicher Theoriebildung. S. 126.

¹⁵ Vgl.: Aristoteles: Poetik. S. 9.

¹⁶ Kablitz: Lachen und Komik als Gegenstand frühzeitlicher Theoriebildung. S. 128.

¹⁷ Kant: Kritik der Urteilskraft. S. 190.

¹⁸ Ebenda. S. 192.

¹⁹ Schopenhauer: Theorie des gesammelten Verstehens, Denkens und Erkennens. S. 411.

Jean Paul geht davon aus, dass wir diese Situationen eben nur durch unsere „richtigen Gedanken“ (unsere Erfahrung) komisch finden können, da wir das Widersinnige nur anhand dieser auch als solches erkennen.²⁰

„Der Mensch als Tier, das lachen macht“²¹

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde das Komische erstmals in engen Zusammenhang mit dem Menschlichen und dem Gesellschaftlichen gebracht. Das Buch des französischen Philosophen Henri Bergson über die Bedeutung und vor allem die Entstehung des Lachens (*le rire*) und seiner Beziehung zum Humor hat die theoretischen Ansichten bis heute stark geprägt. Bergson geht auf die wesentlichen Merkmale ein, die Menschen über etwas lachen machen. Er geht davon aus, dass es außerhalb der „menschlichen Sphäre“ keine Komik gibt.²² Ereignisse und Dinge werden erst dann komisch, erkennt man in ihnen menschliche Wesenszüge oder werden sie vom Menschen benützt. So würde man kaum über einen Gegenstand wie einen Hut lachen, solange er nicht von jemanden getragen wird.²³ Etwas Statisches, wie ein Felsen, erzeuge wohl kaum Gelächter, erkennen wir aber darin menschliche Züge, wie die eines Gesichtes, wird es uns belustigen. Dasselbe gelte auch für Tiere, so lachen wir nur über diese, wenn wir an ihnen etwas erkennen, was an den Menschen erinnert.²⁴

Bergson ist einer der ersten Theoretiker, der dem Lachen eine gesellschaftliche und soziale Funktion zuschreibt. „Es ist kein artikulierter, scharfer, deutlich begrenzter Laut; sondern etwas, was wie mit einer Explosion einsetzt“²⁵ und durch die Gruppe weiter getragen wird. Es bedarf offenbar eines Echos. In Gesellschaft lachen wir meist lauter und herzhafter. Nicht umsonst sagt man, dass Lachen ansteckend sei. Dieses Phänomen kennt man aus dem Theater - je voller der Saal, umso lauter wird gelacht.²⁶

²⁰ Paul: Vorschule der Ästhetik: zitiert nach Schopenhauer: S. 410.

²¹ Henri Bergson geht davon aus, dass der Mensch das einzige Lebewesen ist, das die Fähigkeit zu lachen besitzt. Auch wenn wir bei Tieren oft ein Lächeln zu sehen glauben, sei der Mensch jedoch das einzige „Tier“, das lachen kann, aber auch lachen macht.

Bergson: Das Lachen. S. 6.

²² Bergson: Das Lachen. S. 6.

²³ Vgl.: Ebenda. S. 6.

²⁴ Vgl.: Ebenda. S. 8.

²⁵ Ebenda. S. 8.

²⁶ Vgl.: Ebenda. S. 8.

„Es ist unbestreitbar, daß gewisse Verunstaltungen vor anderen den traurigen Vorzug haben, manche Menschen zum Lachen zu bringen.“²⁷

Im Bezug auf den gesellschaftlichen Faktor zeige das Lachen jedoch auch seine negativen Eigenschaften, bilde es stets die Gemeinschaft, die lache, die sogenannte „Hetzerschaft“²⁸ gegen das Komische, oder denjenigen der komisch wirke.

Hier lassen sich Ansichten von Aristoteles wiederfinden, der das Lachen eher zu den negativen Eigenschaften des Menschen zählte. Im Bezug auf das Hässliche und Lächerliche wird meist ein Mangel bzw. fehlerhaftes Verhalten belächelt. Hier stellt sich auch Bergson die Frage, inwieweit das moralisch zu hinterfragen sei. Auf der anderen Seite habe das Lachen genau dadurch eine kontrollierende Funktion. Es hält die Menschen in Schach, da sie diesem Auslachen nicht ausgesetzt werden wollen und sich folglich bedachter in die gesellschaftlichen Normen eingliedern zu versuchen. Allerdings sei das „Komischsein“ ein nicht bewusster Akt und so nur im geringen Maße von dem Belachten kontrollierbar.²⁹

Das Komische könne jedoch nicht nur gesellschaftlich verbinden, sondern auch trennen. So fällt es, besonders in Bezug auf den Wortwitz, oft schwer, diesen in eine andere Sprache oder auch Kultur zu übersetzen, da dieser dabei seinen komischen Wert verlieren könnte.³⁰

Dies hängt zum einen damit zusammen, dass bestimmte Wörter nicht getreu übersetzbar sind, und zum anderen, dass in den verschiedenen Kulturen womöglich auch der Bezug zum Ursprung des Komischen nicht nachvollziehbar ist. Die Kenntnis über diesen Ursprung hat jedoch generell Auswirkungen auf die Intensität des Lachens.³¹

Den essentiellen Bestandteil des Komischen sieht Bergson jedoch in dem Mechanischen, in dem Automatismus des Menschen. Die „mechanische Starrheit“³² empfinden wir als komisch. Sie unterbricht den täglichspontanen Ablauf. In diesem Fall diene das Lachen als Korrektur für diesen Automatismus. „Das Starre ist humoristisch, und das Lachen versucht, es aufzulockern.“³³ Spätere, vor allem soziologische Ansichten über das Komische, widersprechen Bergson genau in diesem Punkt. So meint zum Beispiel der Soziologe Anton C. Zijderveld, dass es

²⁷ Bergson: Das Lachen. S. 19.

²⁸ Ebenda. S 8.

²⁹ Vgl.: Ebenda. S. 15.

³⁰ Vgl.: Ebenda. S.10.

³¹ Vgl.: Ebenda. S. 12.

³² Ebenda. S. 9.

³³ Ebenda. S. 21.

sich genau umgekehrt verhält. Der Alltag, die Alltagstrukturen sind vorgegeben und mechanisch strukturiert. Treffen wir nun auf einen komischen Moment, wird genau dieser Automatismus unterbrochen:

„Through humor, this sociological order is for a while - it lasts till the laughter has ended - put in disarray, in disorder. Contingencies and surprises of sorts are introduced for the duration of the humorous interaction. In sum, humor or comedy is not „mécanisation de la vie“, but in the contrary, a vitalization of what happens to be socio- culturally mechanical.“³⁴

Ein weiterer wichtiger Punkt bei Bergson ist die „Gefühllosigkeit“ des Komischen. Die oben erwähnte Auflockerung durch das Lachen könne somit nur eintreten, wenn der komische Moment frei von Emotionen sei. Erregungen wie Mitleid oder Liebe seien der größte Feind des Lachens.³⁵ Es scheint, als müsste man für diesen Augenblick einen gewissen Abstand zu dem zu belachenden Subjekt bekommen, denn in demselben Moment in dem wir mit jemandem, der zum Beispiel unabsichtlich stürzt, Mitleid empfinden, verliert das Ereignis seine komische Wirkung. Genau diese „angeborene Ungelenkigkeit der Sinne und des Geistes“ ermöglichen komischen Elementen wie der Nachahmung, der Überraschung und der Wiederholung stattzufinden.³⁶

Das Starre und Mechanische verleihe unserem Körper etwas Fremdes und mache uns somit nachahmbar. Durch diesen Akt wird der Automatismus von einer anderen Person sichtbar gemacht und wirkt komisch.³⁷

Diesen Mechanismus finden wir auch bei der Wiederholung wieder, weshalb diese auch zum Lachen anrege. Bergson erklärt dies mit dem Beispiel eines Redners: Bei einer Rede steht das Narrative der Gebärde gegenüber. Entdecken wir nun bei den Gesten eine unnatürliche Häufigkeit von Wiederholungen, werden wir „ganz von selber lachen.“³⁸ Dies hänge damit zusammen, dass wir durch die stetigen Wiederholungen nun keinen natürlichen, sondern einen automatischen Ablauf vor uns sehen, einen funktionierenden Mechanismus³⁹, wie er es nennt.

³⁴ Zijderveld zitiert nach Fietz: Soziologie des Lachens. S. 39.

³⁵ Bergson: Das Lachen. S 7.

³⁶ Vgl.: Ebenda. S. 25.

³⁷ Vgl.: Ebenda. S. 26.

³⁸ Ebenda. S. 25.

³⁹ Bergson: Das Lachen. S. 25.

Die Gebärden des Redners haben an sich nichts Humoristisches, doch durch ihre Wiederholung empfinden wir sie als komisch, Bergson geht sogar weiter und meint wir empfinden sie als lächerlich.⁴⁰

Durch diese mechanischen Wiederholungen wird die Aufmerksamkeit auf die physische Natur des Menschen gelenkt, obwohl der wesentliche Bestandteil eigentlich die geistige sein sollte. Durch diese Umlenkung kommt es zur Belustigung der Zuhörer.⁴¹ Auch unerwartete Bewegungen oder Regungen des Redners würden uns lachen machen. Hier wird die Aufmerksamkeit auf den Körper gelegt, und genau darin sieht Bergson das Aufkommen des Komischen - wenn die „Sorge um den Körper“ plötzlich aufkommt.⁴² Würden wir nun zwei Redner zur selben Zeit beobachten, bei denen wir eine starke Ähnlichkeit erkennen, wäre die Belustigung umso größer. Dies führt Bergson auf den Effekt der Ähnlichkeit zurück. Diese Ähnlichkeiten wirken allerdings nur dann lustig, wenn wiederum die Kenntnis über die ursprüngliche Situation vorhanden ist. Genau dieser Aspekt verleiht dem Komischen oft subjektive Ansichten, da zwei verschiedene Personen zum gleichen Ereignis eine völlig unterschiedliche Intensität an Komik empfinden können.

Bergson schließt sich nicht der Meinung vieler seiner Vorgänger an, dass das Komische immer eine Widerspenstigkeit, eine „sichtbare Absurdität“ mit sich bringen muss. Seiner Meinung nach beachten diese Theorien das Lächerliche des Komischen nicht. Er geht davon aus, dass das Absurde nicht Ursache, sondern Wirkung des Komischen ist.⁴³ Als Bergson'sche Faustregel könnte man jedoch festhalten: „Ungeselligkeit der dargestellten Person und Fühllosigkeit des Zuschauers sind die beiden wesentlichen Bedingungen“ für das Komische.⁴⁴

Ein lebendiger Bereich wie das Komische und das Lachen scheinen durch eine ernste Wissenschaft, wie der Philosophie, schwer fassbar zu sein. Bergson findet in dem letzten Absatz seines Buches einen passenden Vergleich:

„Die zurückfließende Flut lässt diesen Schaum [des Meerwassers] auf dem Sande des Ufers zurück. Ein Kind, das in der Nähe spielt, kommt und sammelt sich eine Hand voll und wundert sich, wenn es im nächsten Augenblick nur wenige Wassertropfen in der hohlen Hand hat, die aber viel salziger, viel bitterer sind als das Wasser der Welle, die den Schaum mit sich

⁴⁰ Vgl.: Bergson: Das Lachen. S. 26.

⁴¹ Vgl.: Ebenda. S. 37.

⁴² Vgl.: Ebenda. S. 38.

⁴³ Vgl.: Ebenda. S. 122.

⁴⁴ Ebenda. S. 98.

führte. Das Lachen entsteht ganz so wie dieser Schaum. Es meldet alle leichten Revolten aus der Oberfläche des sozialen Lebens. Es zeichnet im Nu die beweglichen Figuren dieser Erschütterung nach. Und auch salzhaltig ist es, und es schäumt und ist lustig wie Schaum. Und der Philosoph, der ein paar Tropfen sammelt, um zu kosten, mag wohl bisweilen in einer kleinen Menge dieses Stoffes sein gut Teil Bitterkeit finden.“⁴⁵

Psychische Sparsamkeit

„Der Witz ist anscheinend die einzige geistige Hervorbringung, die von der Analyse zerstört wird. Man kann ein Gedicht Zeile für Zeile, Wort für Wort, oder eine Symphonie Phrase für Phrase und Note für Note studieren und als Ganzes danach noch mehr genießen als vorher. Ein Witz auf der Schlachtbank der Analyse aber ist ein ruiniertes Witz.“⁴⁶

Trotz dieser Erkenntnis macht auch Freud einen Versuch, das Wesen des Lachens näher zu analysieren. Parallel zu seinem Werk über die Traumdeutung versucht er in seinem Buch „Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten“, die Funktion des Witzes und des daraus resultierenden Lachens genauer zu bestimmen. Freud unterscheidet zwischen Witz, Humor und Komik. Seine Analysen über das Lachen, bezieht er jedoch auf solches als Reaktion auf den Witz.

Primär sieht Freud in dem Lachen eine Ersparnis psychischen Aufwands. Der Witz bietet die Möglichkeit, Dinge auszusprechen, die nach gesellschaftlichen Konventionen nicht ausgesprochen werden dürfen bzw. man es nicht wagt, diese auszusprechen. Die bewusste Unterdrückung dieser „Dinge“ erfordert, laut Freud, einen psychischen Aufwand. Der Witz bietet nun die Möglichkeit, sich genau diesen Aufwand ersparen zu können, da er uns gestattet, das Lächerliche „am Feind zu verwenden, das wir entgegenstehender Hindernisse wegen nicht laut oder nicht bewußt vorbringen durften. [Der Witz] wird also wiederum Einschränkungen umgehen und unzugänglich gewordenen Lustquellen eröffnen.“⁴⁷

Freud unterscheidet den harmlosen (das Spiel mit Sinn und Unsinn) und den tendenziösen Witz (der verborgene sexuelle oder aggressive Impulse zum Ausdruck bringt)⁴⁸. Vor allem im Bezug auf den letztgenannten werde Lust aufgebaut. Die Unterdrückung und Verdrängung werden aufgehoben und erzeugen dadurch neue

⁴⁵ Bergson: Das Lachen. S. 134.

⁴⁶ Freud: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. S. 17.

⁴⁷ Ebenda. S. 117.

⁴⁸ Schneider: Der Witz und seine Beziehung zur Psychoanalyse. S. 15 -16.

Lust. Da der Witz lachen macht, könne man von einem erlösenden Lachen sprechen, das eben diese Unterdrückung aufhebe. Durch diesen Moment kommt es zur Befreiung und somit auch zur Ersparnis psychischen Aufwands diesen Unterdrückungen oder auch Hemmungen standzuhalten.⁴⁹

Der Wunsch, gewisse „verbotene“ Dinge aussprechen zu wollen, entsteht, wie könnte es bei Freud anders sein, aufgrund eines Triebes. Der Witz ermöglicht uns nun, diesen zu befriedigen indem man die „Hindernisse“ umgehen kann.⁵⁰ Im Gegensatz zum Traum beschreibt es nämlich das Wesen des Witzes, bewusst mit diesen „Verboten“ zu spielen. Er „weicht der Hemmung nicht aus, sondern er besteht darauf, das Spiel mit dem Wort oder dem Unsinn unverändert zu erhalten, beschränkt sich aber auf die Auswahl von Fällen, in denen dieses Spiel oder dieser Unsinn doch gleichzeitig zulässig (Scherz) oder sinnreich (Witz) erscheinen kann[...].“⁵¹ Dies sei die höchste seelische Leistung als soziale Form der Lustgewinnung.⁵² Wobei Freud hier einen deutlichen Unterschied macht zwischen dem Witzerzähler und dem Zuhörer. Das befreiende Lachen, und somit die psychische Ersparnis, wird nur dem Zuhörer zuteil. Der „Schöpfer“⁵³ hat Aufwand betrieben und konnte sich somit den psychischen Aufwand nicht ersparen. Der Hörer muss die Worte nur aufnehmen, diese aber nicht selbst „bilden“.⁵⁴

In diesem Zusammenhang erkennt Freud die ansteckende Wirkung des Lachens. So stellt er fest, dass selbst wenn dem Erzähler keine Ersparnis zu teil wird, er doch durch das Gelächter des Zuhörers „angesteckt“ wird, womöglich nicht in der gleichen Intensität mitlacht, aber trotzdem in Gelächter ausbricht.⁵⁵

Voraussetzung sowohl für die psychische Ersparnis als auch die Lustgewinnung ist jedoch die Verständlichkeit des Witzes. Denn betrachte man vor allem den ironischen Witz, bei dem der Widerspruch meist nicht deutlich ausgesprochen wird, bestehe eine große Gefahr, dass die Ironie nicht verstanden bzw. nicht als solche erkannt wird. Sie sollte nur dort angewendet werden, wo eine mögliche „Entstellung“ im Unterbewusstsein durch den „Empfänger“ selbständig wieder rückgängig

⁴⁹ Freud: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. S. 151.

⁵⁰ Ebenda. S. 115.

⁵¹ Ebenda. S. 185.

⁵² Vgl.: Ebenda. S. 192.

⁵³ Ebenda. S. 161.

⁵⁴ Vgl.: Ebenda. S. 160 -161.

⁵⁵ Vgl.: Ebenda. S. 169.

gemacht werden kann. Sollte dies nicht der Fall sein, würde der Witz seine Verständlichkeit verlieren und könne so womöglich nicht richtig aufgefasst werden.⁵⁶

Auch für Michail Bachtin, der oft als der Begründer der Lachkultur bezeichnet wird, hat das Lachen eine befreiende Funktion. Er beschreibt dieses menschliche Phänomen im Zusammenhang mit dem Grotesken und dem Karnevalistischen.

Er schreibt dem Lachen einen Universalismus zu, welcher sich „in den brauchtümlichen, sich zur Schau stellenden Formen des Karnevals und den damit zusammenhängenden Parodien“ zeige.⁵⁷ Das Lachen habe in seiner Form auch einen engen Zusammenhang mit der Freiheit, die sich allerdings auf die Festtage des Karnevals beschränkt.⁵⁸

„Diese feiertägliche Befreiung des Lachens und des Leibes kontrastierte schroff mit der vergangenen oder bevorstehenden Fastenperiode. [...] Für kurze Zeit trat das Leben aus seiner üblichen, gesetzlichen festgelegten und geheiligten Bahn und betrat den Bereich der utopischen Freiheit.“⁵⁹

In eben diesem Austreten aus dem Alltag, zeige sich das befreiende Gefühl durch das Lachen, welches allerdings nach Bachtin auf die wenigen Tage im Jahr beschränkt sei. Es würde sich nur in „nichtoffiziellen“ Momenten ereignen und stünde fernab von der Ernsthaftigkeit, die den Alltag bestimmt. „Das Lachen verfügt keine Verbote und Einschränkungen. Macht, Gewalt, Autorität sprechen niemals die Sprache des Lachens.“⁶⁰ Trete nun das Lachen beim Menschen auf, kann es ihm ein angenehmes, furchtloses Gefühl verleihen, welches er außerhalb der brauchtümlichen Zeit nur selten erlebe.

Außer Kontrolle

Theorien über das Lachen als mimischen Ausdruck und Spiegel des menschlichen Wesens findet man bei Helmuth Plessner und seinen Studien über das Lachen und

⁵⁶ Vgl.: Freud: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. S 192.

⁵⁷ Bachtin: Literatur und Karneval. S. 32.

⁵⁸ Vgl.: Ebenda. S. 33.

⁵⁹ Ebenda. S. 33.

⁶⁰ Ebenda. S. 35.

Weinen.⁶¹ Die bisher erwähnten Schriften haben sich eher mit dem Lachen als Reaktion auf etwas Komisches bezogen. Plessner hingegen betrachtet es erstmals als eine psychische Ausdrucksform, die nicht nur im Bezug auf Komik, sondern auch auf Freude und das Kitzeln auftreten kann. Denn auch das Kitzeln erregt die inneren Reize und führt so zu einem Lachen.⁶² Auch die zahlreichen Formen der Freude und Fröhlichkeit können Lachen beim Menschen auslösen. Es kommt hier zwar auch zu einer Äußerungsaktion, die allerdings nicht zwingend in Verbindung mit Humor oder etwas Lustigem gebracht werden könne. (Wie man sieht, umfasst das Lachen eine weite Spanne, die es in folgenden Kapiteln noch gilt näher zu bestimmen.)

Plessner stellt das Lachen stets dem Weinen gegenüber und versucht, es so auch anhand der Unterschiede näher bestimmen zu können. In all den oben genannten Fällen kommt es sowohl beim Lachen als auch beim Weinen zu einem „Verlust der Beherrschung und einem Zerbrechen der Ausgewogenheit zwischen Mensch und psychischer Existenz.“⁶³ Denselben Vorgang könne man bei körperlichen Reaktionen wie dem Erröten, Erblassen, Erbrechen etc. beobachten. Es handelt sich um einen vegetativen Prozess, der willkürlichen Einflüssen weitgehend entzogen ist. Innerhalb dieser Reaktionen sei das Lachen jedoch am einfachsten auszulösen.⁶⁴

Auch Plessner führt sowohl das Lachen als auch das Weinen auf eine Widersinnigkeit zurück, allerdings spricht er von einer Ungereimtheit der psychischen Existenz. Es kommt hier, wie schon Schopenhauer erkannt hat, zu einer Ungereimtheit zwischen dem, was man weiß und versteht, und dem Zustand, in dem man sich befindet. Der Mensch findet hier keinen passenden Zugang zu der Situation.⁶⁵ Mit Lachen oder Weinen reagiert er für ihn passend auf diese Situation. Es kommt also zu einer psychischen Ausdrucksweise, die sich entweder in Lachen oder Weinen zeigt.

Man verliert die Beherrschung, und es kann zu keiner sachlichen Betrachtung der Situation kommen.⁶⁶ Wobei sich hier wieder der wesentliche Unterschied zwischen Lachen und Weinen zeigt, da letztgenanntes stark mit Emotionen verbunden ist, das

⁶¹ Plessner: Lachen und Weinen: eine Untersuchung nach den Grenzen menschlichen Verhaltens. Arnheim. 1941.

⁶² Vgl.: Ebenda. S. 53.

⁶³ Ebenda. S. 73.

⁶⁴ Vgl.: Ebenda. S. 24.

⁶⁵ Ebenda. S. 166.

⁶⁶ Vgl.: Ebenda. S. 23.

Komische und der Witz sich aber an den „Menschen von Verstand und Geist“ wenden.⁶⁷

Es müsste, wie schon Bergson festgestellt hat, frei von Emotion sein. Plessner spricht sogar von der „Gefühlskälte des Lachens.“⁶⁸ Im Bezug auf den Verstand ließe sich jedoch erkennen, dass, je anspruchsloser eine Gesellschaft sei, desto leichter werde man sie zum Lachen bringen.⁶⁹ Auch die Definition des Komischen, ändere sich im Laufe der Geschichte, da es innerhalb der einzelnen Generationen einen stetigen Wechsel des Normbewusstseins gibt. Wie bereits erwähnt ist aber genau die Definition dieser Norm essentiell, um auch das Komische in diese eingliedern zu können bzw. als solche zu definieren. Durch die Allgemeingültigkeit dieser Norm dient das Lachen als elementare Reaktion auf einen Missbrauch derselbigen.⁷⁰ Plessner stellt Bergsons These, dass alles Komische an die menschliche Sphäre gebunden ist, in Frage. Er meint, dass „der komische Konflikt nicht an die menschliche Sphäre gebunden [ist], sondern [er] kann überall da hervorbrechen, wo eine Norm [...] verletzt wird.“⁷¹ Aus dem Rahmen fallend, anstößig sein, widersprechend, doppelsinnig – das alles sind wesentliche Bestandteile des Komischen. Man trifft auf etwas, das sich schwer eingliedern lässt und was man sich nicht zurechtlegen kann. „Deshalb neigt die Dummheit viel mehr zum Lachen als die Intelligenz. Je enger der Horizont, desto ärmer die Möglichkeiten des Verstehens, desto rascher an der Grenze der Sinnlosigkeit.“⁷² Durch das Lachen als Äußerungsform wird somit auch eine Gefahr der psychischen Existenz signalisiert, die jedoch im gleichen Moment wieder beschwichtigt wird. Denn die eigentliche Quelle des Lachens und des Komischen liege in der Leichtigkeit der Situationen. Sie diene nicht als Auslöser, sondern gebe den notwendigen Rahmen, innerhalb dessen der Mensch zu Scherzen aufgelegt sei.⁷³ Diese Eigenschaft ziehen das Lachen und das Komische seit Beginn der Forschung mit sich - es muss Folgenlosigkeit vorherrschen. Bergson sah genau in diesem Punkt die „ästhetische Natur“⁷⁴ der Komik. Da wir sie in jenen Momenten antreffen, die frei von jeder Sorge sind, in denen keine Existenzängste vorherrschen und die Konsequenzen folgenlos bleiben.

⁶⁷ Plessner: Lachen und Weinen. S. 29.

⁶⁸ Vgl.: Ebenda. S. 125.

⁶⁹ Vgl.: Ebenda. S. 81.

⁷⁰ Vgl.: Ebenda. S. 99 -100.

⁷¹ Ebenda. S. 98.

⁷² Ebenda. S. 103.

⁷³ Vgl.: Ebenda. S. 81.

⁷⁴ Bergson: Das Lachen. S. 17.

Die Dispositionstheorie

Im Laufe der Zeit beschäftigten sich auch Film- und Medienwissenschaftler mit dem Wesen des Komischen und des Lachens. Die Komödie wird zu einem wichtigen Bestandteil der Film- und Medienwissenschaft. Im Bezug auf das Lachen sind vor allem die Motivationen der Rezipienten, komische Inhalte zu konsumieren, interessant.

So wundert es kaum, dass sich auch die Film und Medienwissenschaft näher mit dem Genre der Komödie auseinander gesetzt hat. Medienpsychologe Dolf Zillmann erklärt sich das Phänomen des Humors und der Komik mittels der Dispositionstheorie.⁷⁵ Er geht davon aus, dass die Wirkung von Humor und Komik stark an unsere Einstellung bzw. Gesinnung gekoppelt ist. Zillmann unterscheidet hier zwischen der Einstellung dem Opfer (victim) und dem Sieger (victor) gegenüber.⁷⁶ Hier kommt es jedoch auf die Tendenz der Gesinnung an. Je intensiver die negative „affective disposition“ einer degradierten Person oder Situation ist, desto intensiver erleben wir Freude. Nimmt das positive Gefühl solch einer Person gegenüber zu, verringert sich die Freude und geht meist in Mitleid über.

Gegenüber dem „victor“ verhält es sich demnach genau umgekehrt: je positiver die Gesinnung gegenüber der geminderten Handlungsträger, desto stärker wird Freude und Unterhaltung, über diese empfunden.⁷⁷

Die höchste Form der Unterhaltung erleben wir also bei der Demütigung oder Geringschätzung eines unbeliebten „victim“ durch einen positiv auffallenden „victor“.⁷⁸

Es finden sich hier erneut Ansätze von Platon, da es auch bei ihm darum geht, sich über Menschen zu amüsieren, die sich womöglich größer geben, als sie sind, und in eben dieser Darstellung scheitern. Dieses Scheitern zu beobachten bringt Unterhaltung und regt die Betrachter zum Lachen an. Durch ihre oft dargebotenen „Überheblichkeit“ werden sie zu „disliked persons“⁷⁹ und durch die Entwicklung einer negativen Gesinnung (Disposition) ihnen gegenüber ist es laut Zillmann möglich, sich über diese zu amüsieren und in weitere Folge auch darüber zu lachen.⁸⁰

⁷⁵ Zillmann: Media Entertainment. Humor and Comedy. S. 37-58.

⁷⁶ Ebenda. S. 40.

⁷⁷ Ebenda. S. 40.

⁷⁸ Ebenda. S. 40.

⁷⁹ Ebenda. S. 40.

⁸⁰ Vgl.: Ebenda. S. 40.

Auch Zillmann sieht jedoch den Effekt und die Intensität der Komik im Betrachter selbst. Ihm muss eine bestimmte Leichtigkeit zugrunde liegen, damit er die Inhalte nicht zu ernst nimmt, da sonst keine Unterhaltung möglich sei.⁸¹

In dem Moment, in dem man über jemand anderen lacht, stelle man sich über diese Person oder Situation. Es sei demnach fraglich, warum Menschen erst andere durch ihr „Verlachen“ abwerten müssen, um sich selbst aufzuwerten.⁸² Zillmann führt dieses Phänomen auf die Schadenfreude und das Überlegenheitsgefühl zurück, welche beide einen wesentlichen Teil zu der menschlichen Unterhaltung beitragen.

Ein Faktor, damit dies so auch funktionieren kann, ist womöglich der Neid. Dieser zeige sich vor allem gegenüber scheinbar „überlegenen“ Personen oder Situationen. Humor und Komik, so Zillmann, machen es jedoch möglich, diese „Überlegenheit“ wieder zu bremsen. Der menschliche Neid sei somit unter anderem dafür verantwortlich, dass wir uns an Missgeschicken anderer so amüsieren können.⁸³ Diese Ansichten werden im Bezug auf das Fernsehen und das Internet wieder interessant.

⁸¹ Vgl.: Zillmann: Media Entertainment. Humor and Comedy. S. 41.

⁸² Vg.: Ebenda. S. 43.

⁸³ Vgl.: Ebenda. S. 45.

2.2. Die Welt des Komischen

„Whatever you say about comedy, the opposite is also true“

(Rowan Atkinson)

Die Komik und der Humor wurden im Laufe der Jahre zu einem interdisziplinären Gegenstand (siehe Kapitel 1). Gerade diese Tatsache hat die Analysen über das Komische und seine Elemente mehr vielfältiger als deutlich eingrenzbar gemacht. So versucht jede Disziplin, die Komik und den Humor für sich zu erklären, was eine eindeutige Definition nach wie vor schwierig macht.

In der großen Anzahl an Theorien werden die Begriffe von Humor, Komik oder auch dem Lachen oft als Synonyme verwendet. Nach und nach hat sich jedoch der *Humor* zu einem Hyperonym für die gesamte Welt des Komischen entwickelt, sodass er quer durch alle Forschungsdisziplinen als Oberbegriff verwendet wird.

Bei genauerer Betrachtung, was denn eigentlich das Komische sei, lässt sich feststellen, dass sowohl der Humor als auch die Komik nur Teile von diesem sind und sich hier den Platz noch mit anderen komischen Formen wie dem Witz, Ironie oder auch Spaß teilen. Auch wenn es hier zahlreiche Mischformen gibt und individuelle Kategorisierungen, konnten einige Merkmale festgestellt werden, die einen komischen Effekt erzeugen. Das folgende Kapitel versucht sich in einer Grunddefinition der Welt des Komischen und dessen Charakterisierung.

Wolfgang Schmidt-Hidding hat versucht, in seinen Schriften über Humor und Witz das Feld des Komischen zu strukturieren. Die vier Eckpfeiler sieht Schmidt-Hidding in dem Witz als der Kraft des Verstandes, dem Humor, der Kraft des Gemüts, dem Spaß als Kraft der Lebenslust und Vitalsphäre und dem Spott, der Kraft der moralischen Kritik und der Spottlust.⁸⁴ Innerhalb dieses Grundgerüsts bewege sich in weiterer Folge die Ironie, die Satire, die Komik und der Scherz. Dies ist nur eine Form der Unterteilung innerhalb der Welt des Komischen, und hier sind zahlreiche hybride Formen möglich. Es handelt sich um schwer abgrenzbare Bereiche, die nicht selten ineinander überfließen.

Schmidt-Hidding hat die Wörter anhand ihrer Häufigkeit geordnet. Er hat die Wortlaute rund um das Komische sowohl in der englischen als auch in der deutschen Sprache verglichen. Seine Analysen ergaben, dass die Welt des Komischen im englischen Sprachgebrauch vielfältiger ist als im Deutschen. So

⁸⁴ Vgl.: grafische Darstellung in: Schmidt-Hidding: Humor und Witz. S. 48.

konnte er feststellen, dass im Deutschen meist nur der Humor, die Komik und der Witz im Zusammenhang mit dem Komischen genannt werden.⁸⁵ Vor allem deutlich wird der Unterschied bei dem Wort Humor, welches von dem englischen *humor* übernommen wurde. Hier bezeichnet es jedoch das gesamte Wesen des Komischen und kann sowohl mit Gemütslage als auch mit dem Begriff Komik ins Deutsche übersetzt werden.⁸⁶ Im Deutschen bezeichnet es das Verständnis und die Fähigkeit komische Inhalte als solche zu erkennen, und bezieht sich mehr auf die Gemütslage des Menschen als auf die Komik an sich.⁸⁷

Humor kommt aus dem Lateinischen und kann hier mit Flüssigkeit übersetzt werden. Die Verbindung zu der Gemütslage des Menschen rührt noch aus der Antike. Damals war man der Meinung, dass dessen Stimmung auf das Mischungsverhältnis seiner Körperflüssigkeiten beruhe. So entstand der Zusammenhang zwischen dem Humor und dem menschlichen Gemütszustand.⁸⁸ Gerade diese enge Verbindung macht jenen Teil des Komischen so schwer definierbar. Er ist stark an das Individuum gebunden und wird so sehr subjektiv bestimmt.

Der Sinn für Humor ist nicht jedermann in gleichem Maße gegeben. Er kann jedoch „erlernt“ und im Grunde als eine positive Fähigkeit des Menschen angesehen werden. Durch den Besitz von Humor können heikle oder bedrohliche Situationen mit Leichtigkeit gemeistert werden. Auch wenn er in vielen Theorien als eine Art Triumph und Überlegenheitsprinzip angesehen wird, kann man den Humor, wenn er in „gesundem“ Maße vorhanden ist, als eine besondere Gabe des Menschen sehen. Durch den Humor entwickelt man auch den Sinn für das Komische. Da dieses Verständnis gleichsam stark an die individuellen kognitiven Fähigkeiten gebunden ist, kann es durchaus passieren, dass durch das unterschiedliche Maß an Humor die Komik auch sehr unterschiedlich definiert wird. So kann ein Witz bei dem einen schallendes Gelächter auslösen, bei dem anderen hingegen nur ein zartes Lächeln. Freud war der Meinung, dass der Humor im Gegensatz zu dem Witz und der Komik nicht nur befreiende, sondern auch erhebende Eigenschaften hat, da er sich mehr auf das Gemüt des Menschen bezieht und weniger auf den Intellekt. „Der Humor ist nicht resigniert, er ist trotzig, er bedeutet nicht nur den Triumph des Ichs, sondern

⁸⁵Vgl.: Schmidt-Hidding: Humor und Witz. S. 47.

⁸⁶www.dict.cc (letzter Zugriff 25.08.2011)

⁸⁷Vgl.: Schmidt-Hidding: Humor und Witz. S. 50.

⁸⁸Vgl.: Der Brockhaus. S. 333.

auch des Lustprinzips, das sich hier gegen die Ungunst der realen Verhältnisse zu behaupten vermag.“⁸⁹

Witz und Komik können zwar auch zu einem Lustgewinn führen, jedoch nicht in der gleichen Form wie der Humor, da sich erstgenannte mehr auf intellektuelle Ebene beziehen.⁹⁰

Humor wirke auf den ersten Blick sehr oberflächlich. Da er meist im Bezug zum Lachen steht, zählen ihn viele Wissenschaften zu einer oberflächlichen und „harmlosen Ausdrucksweise des Menschen.“⁹¹ Die zahlreichen Theorien und die oft nicht eindeutig definierbaren Analysen zeigen jedoch, dass es sich bei dem menschlichen Humor und dem daraus resultierenden Lachen um sehr komplexe menschliche Aspekte handelt. Auf die soziale Funktion von Humor wird in Kapitel 3, im Bezug auf das Lachen, noch näher eingegangen.

Ein Mensch mit einem humorvollen Gemüt ist also in weiterer Folge fähig, die einzelnen Grundzüge der komischen Welt zu verstehen und als solche zu erkennen. Das wohl „berühmteste“ Element der Komik ist der **Witz**, den man auch als das Spiel mit der Sprache bezeichnen kann.

Seinen Ursprung hat er im althochdeutschen „wizzan“ und kann mit Verstand oder Esprit übersetzt werden.⁹² Im heutigen Gebrauch ist der Witz mit Scherz und Unterhaltung verbunden, jedoch zählt er auch heute noch zu den Formen des Komischen, die sich vor allem im Gegensatz zu der Gegenstandskomik an den Verstand richten.⁹³ Auch der Witz hat zum Ziel, dass er bei seinen Zuhörern Lachen auslöst. Meist endet der Witz in einer Pointe, die als Höhepunkt angesehen werden kann. Wie es für die Welt des Komischen charakteristisch ist, steht auch beim Witz die Pointe meist im Widerspruch zu unseren Erwartungen. Es kommt zu etwas Widersinnigem und Überraschenden, dass wiederum bei uns durch das Lachen korrigiert wird.

Als Spiel der Sprache macht es der Witz, wie wir bereits in Kapitel 1 bei Freud gehört haben, möglich, bestimmte Dinge anzusprechen, die man so eventuell nicht wagen würde zu sagen. So wird dem Witz auch oft ein gewisses Maß an Ernst zugesprochen, welcher eben durch die Technik des Witzes spielerisch übermittelt werden kann. Ein gutes Beispiel dafür wären politische Witze, bei denen Politiker

⁸⁹ Freud: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. S. 255.

⁹⁰ Ebenda. S 278.

⁹¹ Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 21.

⁹² Vgl.: Müller: Theorie der Komik. S. 75.

⁹³ Vgl.: Ebenda. S. 76.

oder auch gesamte Staatsstrukturen auf spielerische Art und Weise kritisiert werden. Durch die komische Verpackung wird darüber gelacht, und somit wird die Kritik verharmlost. Erst durch die Beteiligung des Zusehers oder Zuhörers wird dieser Witz dann zu einem erfolgreichen. Erntet er kein Lachen, war die komische Verpackung nicht gut genug, und er kann als einfache Kritik angesehen werden. Vor allem bei tendenziösen Witzen oder auch kulturell bedingten Witzen kann dies oft passieren. Da die komische Wirkung stark von dem Humorverständnis der Zuhörer oder Zuseher abhängig ist, kann es vor allem im Bezug auf kulturelle Witze zu sehr unterschiedlichen Auffassungen kommen. Des Weiteren ist der Witz stark an die Sprache gebunden. Aus diesem Grund ist es oft schwierig, seine komische Wirkung grenzüberschreitend zu erhalten. Bei der Übersetzung kann dessen komische Bedeutung oft verloren gehen, und so sind „viele Witze in andere Sprachen unübertragbar [...], weil sie sich eng auf die Sitten und Ideen einer ganz bestimmten Gesellschaft beziehen.“⁹⁴

Bergson zählt den Witz zu der Kategorie der **Wortkomik**. Innerhalb dieser unterscheidet er jedoch zwischen dem Komischen, das sich der Sprache nur als Ausdruckform bedient (dem Witz), und dem Komischen, das in der Sprache selbst liegt. Letzteres findet man zum Beispiel bei Menschen, die stottern oder einen Sprachfehler haben.⁹⁵

So wie bei seinen allgemeinen Theorien über das Komische und das Lachen sieht Bergson auch bei der Wortkomik einen engen Zusammenhang zwischen der Starrheit und der Wirkung der Komik. „Einen komischen Ausspruch wird man jedes Mal dann erhalten, wenn man einen absurden Gedanken in das Gewand einer stehenden Redensart kleidet.“⁹⁶ Voraussetzung dafür ist jedoch die Kenntnis der ursprünglichen Redensart. Somit zeigt sich der enge Zusammenhang von Wortkomik bzw. dem Witz und Verstand, der über das Lachen oder nicht Lachen als Antwort entscheidet.

Oft wird hier zwischen „seichten“ und „intellektuellen“ Witzen unterschieden. Verschiedenen Gesellschaftsgruppen werden verschiedene Arten von Witzen bzw. ein unterschiedliches Humorverständnis zugeschrieben.

Neben der Wortkomik unterscheidet Bergson noch die **Charakterkomik** und die **Situationskomik**. Bei der erstgenannten geht es vor allem darum, dass wir Mängel

⁹⁴ Bergson: Das Lachen. S. 9.

⁹⁵ Vgl.: Ebenda. S. 70ff.

⁹⁶ Ebenda. S. 76.

von anderen Personen für komisch befinden. Erneut betont er, dass dies aber nur eintreten kann, wenn man frei von jedem Gefühl ist.⁹⁷ Denn die Laster der Menschen können komisch wirken. Man lache hier über einen Charakterfehler, aber nicht zwingend im moralischen Sinn.⁹⁸ Damit diese eine komische Wirkung haben können, sollten sie beim Betrachter keine anderen Gefühle wie Ärger oder Ekel hervorrufen, da im selben Moment die Komik verloren gehen würde.

Vor allem die inszenierte Komik, wie wir sie aus dem Film oder auch dem Theater kennen, muss die Fähigkeit besitzen, diese Komik zu erzeugen, ohne dabei andere Gefühle als Belustigung hervorzurufen.

Charaktereigenschaften wie die Zerstretheit oder die Ungeschicklichkeit haben eine besonders komische Wirkung. Sie erzielen diese Wirkung, indem sie „anstatt unsere Aufmerksamkeit auf die Taten zu konzentrieren, sie vielmehr auf die Gesten lenken.“⁹⁹ Vor allem der frühe Film wusste diese Funktion gezielt einzusetzen. Da hier die Komik vor allem auf der Gegenstands- und Bewegungskomik basiert.

Ziel des Komischen muss es also sein, die Aufmerksamkeit der Betrachter auf die Geste zu lenken. Denn die Taten verhalten sich laut Bergson genau proportional zu dem Gefühl. Eine Lenkung auf diese würde auch unsere Gefühle aktivieren, und diese wären der „Tod“ für das Komische. Denn durch die Konzentration auf die Taten der handelnden Personen entwickeln wir Sympathie oder Abneigung.¹⁰⁰ „Die Geste aber hat etwas Explosives, das unsere Ichempfindung weckt, selbst wenn sie schon fest eingewiegt war, und dadurch verhindert sie, daß wir die Dinge ernst nehmen.“¹⁰¹

Die „Ungeselligkeit und die Fühllosigkeit“¹⁰² der Zuschauer sind also wesentlich, damit Komik auch als solche wahrgenommen werden kann.

Etwas anders verhält es sich bei der Charakterkomik des täglichen Lebens. Damit wir über die kleinen Charakterfehler unserer Mitmenschen lachen können, ist es wesentlich, dass wir ihre Handlungen, ähnlich wie jene im Film, als inszeniertes Spiel betrachten. Bergson geht davon aus, dass diese Ereignisse nur deshalb komisch wirken können, weil sie eben als Schauspiel dienen.

Beiden Formen dieser Charakterkomik liege jedoch noch ein Hintergedanke zugrunde. „Es kommt immer die uneingestandene Absicht hinzu, zu demütigen und

⁹⁷Vgl.: Bergson: Das Lachen. S. 93ff.

⁹⁸Vgl.: Ebenda. S. 92.

⁹⁹Vgl.: Ebenda. S. 96.

¹⁰⁰Vgl.: Ebenda. S. 96-97.

¹⁰¹Ebenda. S. 96-97.

¹⁰²Ebenda. S. 96.

dadurch freilich zu bessern, wenigstens äußerlich.“¹⁰³ Hierbei spielt das Überlegenheitsgefühl des Betrachters eine wesentliche Rolle.

Weitere Ähnlichkeit zum Spiel sieht Bergson in der **Situationskomik**. Auch hier gelte wieder die Voraussetzung, dass man den Fokus auf die Dinglichkeit setzen müsse. Man würde eine komische Wirkung nur dann erzielen, wenn man die materielle Seite der Situation heraus erkennt und dieser die Aufmerksamkeit schenke.¹⁰⁴

„Wenn man eine Situation als komisch definiert, wird ihre Wirkung eine komische sein.“¹⁰⁵ Sie ist, wie der Name schon sagt, stark von der aktuellen Situation, in der sie sich ereignet, abhängig. Aus diesem Grund können Ereignisse außerhalb der jeweiligen Situation schnell ihren komischen Gehalt verlieren. Man kennt dieses Phänomen auch bei Menschen, die sich nicht in der Situation befunden haben und die Geschehnisse nur nacherzählt bekommen. Für jene ist der komische Gehalt oft nicht erkennbar, da ihnen die Kenntnis über die Besonderheiten dieser Situation fehlt. Situationskomik ist oft spontan, sie kündigt sich nur selten an und bricht meist über einen herein. Man werde von ihr überrascht, aus diesem Grund sei sie auch nur schwer wiederholbar. Im Gegensatz zur Wortkomik sei die Situationskomik also sehr flüchtig. Zwar ist die Wortkomik meist auch temporär, allerdings kündige sich diese an und kann auch zum Beispiel im Falle eines Witzes mehrmals wiedergegeben werden und trotzdem jedes Mal noch komisch wirken.¹⁰⁶ Wäre dies nicht der Fall, würde der Beruf des Kabarettisten wohl kaum funktionieren.

Eine weitere Form der Situationskomik wäre es, wenn wir Ereignisse wahrnehmen, die nicht den Erwartungen entsprechen. Es kommt hier zu einer individuellen oder kollektiven Unvollkommenheit, die in weiterer Folge als komisch empfunden wird, aber eine unmittelbare Korrektur verlangt. Dies erfolgt durch das Lachen. Mit dieser Reaktion wird signalisiert, dass die Unvollkommenheit erkannt wurde.¹⁰⁷

So kann es zum Beispiel komisch wirken, wenn wir in bestimmten Situationen „unpassend“ gekleidet sind oder uns nicht der Situation gemäß verhalten. Hier ist das Komische auch stark an die Situation gebunden, da die Kleidung eventuell in einer anderen Situation als passend angesehen werden kann. Die Grenze zum

¹⁰³ Bergson: Das Lachen. S. 91.

¹⁰⁴ Vgl.: Ebenda. 79ff.

¹⁰⁵ Berger: Erlösendes Lachen. S. 80.

¹⁰⁶ Vgl.: Bergson: Das Lachen. S. 60.

¹⁰⁷ Vgl.: Ebenda. S. 60.

Lächerlichen verhält sich hier nur sehr vage. Auch hier liegt die Intensität des Komischen wieder in der Humorempfindung der Betrachter.

Im medialen Raum macht sich die Wirkung der Situationskomik zum Beispiel in der aus dem angloamerikanischen Raum, Sitcom bemerkbar. Ihr Name setzt sich aus „Situation Comedy“ zusammen. Das Wesen dieses Fernsehformats soll in Kapitel 4 näher bestimmt werden.

Die Komik an sich lässt sich also wiederum mehrere Teilbereiche unterteilen und deckt somit den Großteil der Welt des Komischen ab. Wesentliche Elemente findet man vor allem in der Gattung der Komödie. Ihr primäres Ziel ist es zu belustigen.

2.2.1 Das „Rezept“ des Komischen

Trotz der Subjektivität von Humor und dessen Auswirkungen auf komische Ereignisse können einige Charakteristika festgemacht werden, die dem Komischen meist zuteil sind.

Die **Doppelsinnigkeit oder Zweideutigkeit** „basiert auf einem doppelten Wortsinn. An und für sich ist jeder Wortwitz zweideutig, aber im Allgemeinen versteht man unter Zweideutigkeit eine schlüpfrige und anstößige Andeutung.“¹⁰⁸

Diese Doppelsinnigkeit ist wiederum stark mit der **Ideenassoziation** verbunden. Denn nur durch diese ist es auch möglich, Zweideutigkeit zu erkennen. Des Weiteren ist die Ideenassoziation stark an die jeweiligen Situationen gebunden. Der komische Effekt entsteht meist automatisch und sehr spontan. Es handelt sich um Momente, die der Betrachter mit anderen Ereignissen oder Begebenheiten verbindet, die ihn entweder als solche zum Lachen bringen oder nur in Verbindung mit dem aktuellen Geschehen.¹⁰⁹

Die **Überraschung** ist stark an die Erwartungen gekoppelt. Wenn diese Erwartungen nicht eintreffen, ist man überrascht, was in weiterer Folge zur Belustigung führen kann. Dies kann eine Antwort auf eine Frage sein, die man nicht als erwartungsgemäß empfindet. Es kommt hier zu einer Inkongruenz von Erwartung und tatsächlichem Geschehen. Diese Überraschung löst in weiterer

¹⁰⁸ Müller: Theorie der Komik. S. 76.

¹⁰⁹ Vgl.: Ebenda. S. 87.

Folge meist ein impulsives Lachen aus, durch welches wir eben diese Inkongruenz versuchen zu korrigieren.¹¹⁰

Hier gibt es einen starken Zusammenhang zu dem **Unfreiwilligen**, welches wiederum stark an das Widersinnige gekoppelt ist. Diese Eigenschaften findet man vor allem bei der Charakterkomik wieder. Denn auch hier sind es die kleinen Fehler und Ungereimtheiten der anderen, die dem Betrachter ein paradoxes Vergnügen bereiten.¹¹¹

Bergson fragt hier jedoch, ob das Komische in dem Gegenstand oder in der Person selbst liegt. Liegt das Komische in dem Gegenstand, wird das Komische zwar durch den Menschen verursacht, aber erstens nicht mit Absicht und zweitens meist unfreiwillig. Wenn wir uns zum Beispiel wo anstoßen, ohne dass man sich schwer verletzt, wird meist über den „Tollpatsch“ gelacht. Bergson spricht in diesem Zusammenhang von dem Komischen *akzessorischer* Natur, welches auf der Oberfläche bleibe.¹¹²

Bei der unfreiwilligen Komik zeigt sich erneut die von Bergson bezeichnete „[...] angeborene Ungelenkigkeit der Sinne und des Geistes“¹¹³ durch die man sich oft unpassend verhält und somit komische Momente erzeugt. Unser Körper erinnert an einen reinen Mechanismus, und so werden sowohl Stellung als auch Gebärden und Bewegungen komisch.¹¹⁴

„Da, wo es so der Materie gelingt, die lebendige Außenseite der Seele abzutöten, sie zu verdichten, alle Bewegung festzulegen, aller Grazie zu widerstehen, da gewinnt sie dem Körper eine komische Wirkung. [Das Komische] ist mehr der Steifheit als der Hässlichkeit verwandt.“¹¹⁵

Diesen Mechanismus findet man auch bei den Formen der **Wiederholung** wieder. Die systematische Wiederholung ist meist ein bewusster Akt und bringt in das jeweilige Geschehen eine gewisse rhythmische Ordnung, ohne dabei die Lebendigkeit zu verlieren.¹¹⁶ Durch die immer wiederkehrenden Situationen entsteht eine eigene methodische Dynamik. Bergson beschreibt dies am Beispiel eines immer wiederkehrenden Zusammentreffens zweier Personen. Durch die inszenierte Komödie, auf der Bühne, aber auch im Film, werden die Personen dieser

¹¹⁰ Vgl.: Müller: Theorie der Komik. S. 149.

¹¹¹ Kablitz: Soziologie des Lachens. S. 123.

¹¹² Vgl.: Bergson: Das Lachen. S. 11.

¹¹³ Ebenda. S. 11.

¹¹⁴ Vgl.: Ebenda. S. 23.

¹¹⁵ Ebenda. S. 23.

¹¹⁶ Vgl.: Ebenda. S. 63.

Wiederholung bewusst ausgesetzt. Damit dieses Element des Komischen auch als solches gelten kann, ist das Zusammenspiel von Zuschauer und „Protagonist“ von Bedeutung. Bergson unterscheidet hier die klassische und die moderne Form der Komödie.¹¹⁷ Bei der modernen Form komme es vor allem darauf an, dass die Zuschauer diese Wiederholungen auch als glaubwürdig ansehen. In der klassischen Komödie liegt die Intensität der Wirkung jedoch in den handelnden Personen selbst.¹¹⁸

Bergson versucht, die komische Wirkung der Wiederholung anhand des kindlichen Spiels näher zu erklären. So findet man zum Beispiel bei dem *Springteufel* jene Elemente, die durch ständige Wiederholungen zur Belustigung führen können. System des Spiels ist es, dass man den Teufel wieder und wieder in seine Box zurück schlägt. Gerade der wiederholte Vorgang des ständigen Zuschlagens bereitet die Freude an diesem Spiel. Dasselbe System sieht Bergson in der Komödie. Auch hier können wiederholte Handlungen komisch wirken, vor allem wenn die Betroffenen wieder und wieder an den Versuchen scheitern.¹¹⁹ Hier kann sich die Komik sowohl auf körperliche als auch auf sprachliche Wiederholungen beziehen.

Eine weitere Korrelation sieht Bergson in dem System des Schneeballs und dem Komischen, wobei es ihm hier weniger um den Schneeball an sich geht. Vielmehr sieht er die Ähnlichkeit in der Bewegung, des ständigen Weiterrollens und dem schwer Fassbaren. Nicht selten sieht man in komischen Szenen jemanden, der einem Gegenstand nachjagt und ihn einfach nicht zu fassen bekommt- zum Beispiel der Hut, der vom Wind immer wieder weggeblasen wird, oder auch der Geldschein, der sich bei jedem Schritt, den man auf ihn zu machen, noch ein Stück weiter entfernt.¹²⁰

Ähnliche Eigenschaften fände man in der **Transposition**¹²¹: „Man wird immer eine komische Wirkung erzielen, wenn man einen Gedanken aus seiner ursprünglichen Fassung in einen anderen Ton transponiert.“¹²² Die Transposition habe zahlreiche Abstufungen, die sich von den plattesten Späßen bis hin zu den höchsten Formen des Humors bewegen. Oft ergibt sich aus diesem Element auch die Parodie. Ursprünglich fand man besonderen Gefallen daran, vor allem verkrüppelte

¹¹⁷ Bergson: Das Lachen S. 63.ff.

¹¹⁸ Vgl.: Ebenda. S. 64.

¹¹⁹ Vgl.: Ebenda. S. 48.ff

¹²⁰ Vgl.: Ebenda. S 55.ff.

¹²¹ Ebenda. S. 82.

¹²² Ebenda. S. 83.

Menschen nachzuahmen. „Jede Abnormität kann komisch werden, die von einem Menschen mit normalen Gliedern allenfalls nachgeahmt werden könnte.“¹²³ Die **Nachahmung** von anderen Personen, findet auch in der heutigen Medienlandschaft noch großen Anklang. So werden sowohl in Film als auch im Fernsehen oder Internet einzelne Personen oder auch ganze Filme transponiert und somit häufig mit einem lächerlichen Charakter versehen.

Eine weitere Form der Transposition findet man in der **Umkehrung** oder der „verkehrten Welt“¹²⁴, wie Bergson es auch nennt. Kurz gesagt könnte man sich darunter den „betrogenen Betrüger“¹²⁵ vorstellen.

Vor allem bei Kinderfilmen findet man dieses Phänomen oft, wenn auf einmal die Räuber die Gejagten werden und von einem Fettnäpfchen ins nächste rutschen, oder bei Trickfilmen, wenn Tiere plötzlich die Welt regieren und Menschen nur die Nebendarsteller sind. In Bezug auf die Umkehrung lassen sich Platons Ansätze wieder finden. Denn gerade bei höher gestellten Personen oder jenen, die es glauben zu sein, empfindet man es als besonders komisch, wenn diese in ein lächerliches Licht gerückt werden. So bestätigt sich erneut, dass menschliche Schwächen eben eine der Quellen des Komischen sind.

Dieses Überlegenheitsgefühl kann bei den Rezipienten aber auch durch eine **Überlagerung** oder auch **Verwechslung** hervorgerufen werden. Bergson spricht hier von einer Überlagerung oder auch Interferenz von zwei unterschiedlichen Reihen. „Eine Situation ist immer dann komisch, wenn sie gleichzeitig zwei völlig unabhängigen Reihen von Ereignissen angehört und so einen doppelten Sinn hat.“¹²⁶ Gerade bei der Verwechslung tritt das Gefühl der Überlegenheit durch den Wissensvorsprung des Zuschauers ein. Er kennt die eigentliche Situation und ist so fähig, die Überlagerung der beiden Ereignisse als solche zu erkennen. Die Mischung aus der Kenntnis über die Unwissenheit der an der Verwechslung teilnehmenden Personen und der Fähigkeit, die „falsche“ Situation zu erkennen, kann Lachen auslösen. Da ihm im Vorhinein meist schon das gesamte Bild gezeigt wurde, ist der Zuschauer den Protagonisten einen Schritt voraus. Er kann nun zwischen dem möglichen und dem wirklichen Sinn wechseln. So sieht er das falsche Spiel, also die Verwechslung, kennt aber genauso das „richtige“. „[...] dieses

¹²³ Bergson: Das Lachen. S. 19.

¹²⁴ Ebenda. S. 64.

¹²⁵ Ebenda. S. 64.

¹²⁶ Ebenda. S. 66.

Balancieren zwischen zwei entgegen gesetzten Interpretationen tritt in dem Vergnügen, das eine Verwechslung macht, erst zutage.“¹²⁷ Die Verwechslung können wir also nur als komisch empfinden, wenn wir die eigentliche Situation kennen.

„Zum Lachen bringt es uns deshalb, weil es uns die Interferenz zweier unabhängiger Reihen offenbar macht, und diese Interferenz ist die wahre Quelle komischer Wirkung.“¹²⁸

Eine weitere Form wäre es, wenn eine vergangene auf eine präsenre Reihe trifft, wenn also zwei Ereignisse in der menschlichen Phantasie verbunden werden, die aber zu unterschiedlichen Zeitpunkten stattgefunden haben. Es kommt zu einer Überlappung allerdings, zu keiner Verwechslung. Trotzdem empfindet man dies als gleichermaßen komisch. „Die immer komisch wirkende Übertragung von Altem in Modernes schreibt sich von der gleichen Vorstellung her.“¹²⁹

Als letzte „Rezeptur“ soll noch kurz die **Übertreibung**¹³⁰ genannt werden. Sie sei immer komisch und könne zu einem weiteren Verfahren der Transposition gezählt werden. Übertreibungen gehen meist stark mit dem Lächerlichen einher. Übermäßige und unnötige Bewegungen werden meist als komisch angesehen.

Die Eigenschaften der Übertreibung findet man sowohl in der Sprache als auch in der Mimik. Auch hier stößt das Gesehene wieder auf Inkongruenz zu den Erwartungen; da man übermäßige Gesten nicht als passend empfindet oder eben nicht erwartet, können sie komisch wirken. Dieses Element des Komischen findet man vor allem im Stummfilm. Da hier das Komische noch nicht in die Dialoge oder Handlung gelegt wurde, spielte man vor allem mit übertriebenen Körperbewegungen, um einen komischen Effekt zu erzeugen. „Das Gegenteilige und Unnormale und Gegenständliche ist also das Komische.“¹³¹

Vergleicht man die Komödie mit dem kindlichen Spiel, ist es also wichtig, dass sich alle Beteiligten darüber im Klaren sind, dass es sich um einen komischen Moment handelt, damit Komik entstehen kann. Entscheidungsträger ist meist der Betrachter. Erkennt dieser es nicht als komischen Moment, kann man nicht von einer humorvollen Situation sprechen. Natürlich gibt es die Situation, in denen gerade das

¹²⁷ Bergson: Das Lachen. S. 66.

¹²⁸ Ebenda. S. 67.

¹²⁹ Ebenda. S. 68.

¹³⁰ Ebenda. S. 85.

¹³¹ Müller: Theorie der Komik. S. 149.

nicht Erkennen zur Belustigung der anderen beiträgt. Vor allem im Bezug auf die Ironie kann es oft passieren, dass diese nicht von allen Beteiligten auch als solche erkannt wird. Das Lachen bekommt hier den Charakter des Auslachens, der sich durch die Schadenfreude äußert. Es wird eben über dieses nicht Erkennen des komischen Inhalts gelacht. Der Humor könnte auch als moralische Instanz angesehen werden, die über die Wirkung des Komischen und dem möglichen Lachen als Reaktion auf eben dieses entscheidet.

Im Allgemeinen zielen alle Teilbereiche der komischen Welt in individueller Weise darauf ab, deren Beobachter oder auch Teilnehmer zu belustigen. Der Wunsch, eben diese Belustigung zu bekommen, ist ein altbekanntes gesellschaftliches Phänomen. Früher waren es die Jahrmärkte, heute sind es Medienformate, die sich in ihrer Vielfalt kaum noch eingrenzen lassen.

So wundert es nicht, dass auch das Kino und dessen spätere Nachfolger sich das „Rezept des Komischen“ zunutzen gemacht haben, um dem stetigen Wunsch nach Unterhaltung gerecht zu werden.

Wenn das Komische seine gewünschte Wirkung erzielt, löst es beim Betrachter Lachen aus. Wie schon bei Plessner erwähnt, handelt es sich hierbei um eine emotionale Reaktion des Menschen. Die wesentliche Bedeutung des Lachens für das Individuum und sein soziales Umfeld versucht das folgende Kapitel näher zu bestimmen.

3. Das Lachen

Angefangen vom zaghaften Lächeln über das Grinsen, Schmunzeln, Glucksen bis hin zum herzhaften Lachen, starkem Gelächter, Lachkrampf, sich kaputt lachen, sich zerkugeln, sich tot lachen, platzen vor Lachen. Diese Liste könnte man noch lange weiterführen, um zu zeigen, wie facettenreich das Lachen ist. So finden wir auch hier wieder eine Vielzahl von Theorien und Analysen über das Wesen und die Bedeutung des Lachens. Ebenso zahlreich haben sich Theoretiker und Wissenschaftler mit den Auslösern dieser positiven Gefühlsäußerung des Menschen beschäftigt. Als Reaktion auf komische Inhalte, Humor, Witz und alle Bestandteile der Komik wird meist mit einem Lachen reagiert bzw. wird dieses als Reaktion erwartet. Doch ähnlich wie das Wesen des Komischen ist auch das Lachen nicht einfach nur Lachen, sondern bedient sich einer großen Variabilität und ist somit ebenfalls nicht sehr einfach zu definieren. Es zählt zu den emotionalen Reaktionen des Menschen und kann durch mehrere Ereignisse ausgelöst werden. Ebenso wie seine Erscheinungsform sind auch die Ursachen für das Lachen sehr vielfältig. Im folgenden Kapitel wird auch kurz auf die körperlichen Reize und gesonderte Erscheinungsformen des Lachens eingegangen. Besonderes Augenmerk liegt jedoch auf den kognitiven Reizen, die durch komische Inhalte hervorgerufen werden können, und dem Lachen als gesellschaftlichem Phänomen.

3.1. Der lachende Mensch



Abb. 1

Das Lachen sei, im Gegensatz zum Humor eine angeborene Fähigkeit des Menschen. Sie ist dem Menschen einzigartig und womöglich das wichtigste Merkmal, das uns von Tieren unterscheidet.¹³²

¹³² Vgl.: Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 27.

Erste Wesenszüge des Lachens finde man bereits bei Säuglingen. Jedoch beziehe sich dieses Lächeln eher auf den Wiedererkennungswert von Stimmen oder Gesichtern wie dem der Mutter. Durch das Lachen soll den Säuglingen wiederum ein positives Gefühl vermittelt werden. Es symbolisiere bereits in dieser Phase und auch in den folgenden Monaten die Harmlosigkeit mancher Situationen. Hier wird dem Kind durch das Lachen gezeigt, dass keine Bedrohung vorherrscht.¹³³ Diese Eigenschaft des Lachens trägt sich bis in das Erwachsenenalter weiter. Sobald Kleinkinder eine Definition für die Norm haben, ist anzunehmen, dass sie auch ein Verständnis für inkongruente Ereignisse bekommen. Das bedeutet, dass sie Dinge oder Situationen, die von dieser Norm abweichen, bereits als Vergnügen empfinden. Dieses beziehe sich in dieser Altersstufe jedoch noch auf die falsche Benennung von Dingen, das absichtliche Fallenlassen von Dingen, absichtlich falsch ausgesprochene Worte und Ähnliches.¹³⁴ Zwischen dem dritten und vierten Lebensjahr enthält dieses Vergnügen an inkongruenten Ereignissen noch mehrere Abstufungen. Ab diesem Alter bereiten auch Witze und Geräusche, die sich auf den Verdauungsvorgang des Menschen beziehen, Kindern großes Vergnügen und rege diese zum Lachen an. Etwa im siebten Lebensalter ist die sprachliche Entwicklung bei Kindern soweit, dass sie auch Wortspiele verstehen können.¹³⁵ Somit scheint Lachen eine Eigenschaft des Menschen zu sein, die er von Geburt an beherrscht, auch wenn sich deren Bedeutung und Intensität im Laufe des Lebens ändert. Dieser Meinung war auch Naturwissenschaftler Charles Darwin. Er war einer der ersten, der sich im Zuge seiner Studien über den Ausdruck von Emotionen bei Mensch und Tier näher mit dem Lachen beschäftigt hat.¹³⁶

Er ging davon aus, dass Gefühlsäußerungen wie Lachen oder Weinen zum Erbgut des Menschen gehören und nicht erst erlernt werden müssen. Das Lachen stehe jedem Menschen, egal welcher Kultur angehörig, zur Verfügung und sei so auch grenzüberschreitend als solches erkennbar.

Darwin zählte mit dieser Ansicht mit Sicherheit zu den innovativsten Naturforschern seiner Zeit. Auch spätere neurowissenschaftliche Untersuchungen greifen auf die ersten Darwin'schen Theorien zurück. Diese Beobachtungen der körperlichen Reaktion während dem Lachen werden im folgenden Abschnitt genauer beschrieben.

¹³³ Vgl.: Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 27ff.

¹³⁴ Vgl.: Ebenda. S. 27ff.

¹³⁵ Vgl.: Ebenda. S. 28ff.

¹³⁶ Darwin, Charles: The expression of emotion in man and animals. Francis Darwin [Hrsg]. London: John Murray 1901.

3.2. Wenn der Körper spricht ¹³⁷

Durch kognitive und körperliche Reize werden gewisse Hirnregionen aktiviert. Das Lachen kann als Reaktion auf diese gesehen werden, es ist also in diesem Moment die Ausdrucksweise des Menschen, allerdings erfolgt diese vorwiegend durch den Körper und weniger über die Sprache. Man könnte durchaus sagen, dass wir durch das Lachen unseren Körper sprechen lassen. „Lachen ist das Stolpern des Körpers und das Stottern der Sprache“, welches meist mit den Lauten Ha-Ha-Ha oder Hi-Hi-Hi einher geht.¹³⁸

Die körperliche Reaktion zeige sich in tiefen und ruckartigen Atemkontraktionen. Der Mund wird geöffnet und die Mundwinkel stark nach unten gezogen, gleichzeitig bestehe jedoch die Tendenz, diese nach oben zu ziehen. „Der ganze Mundbereich wird dabei ausschließlich durch die großen zygomatischen Muskeln beherrscht.[...]“¹³⁹ Das sei jene Muskulatur des Jochbeins, die den typischen Lachausdruck formt. Ebenso wird die Augenmuskulatur beansprucht, indem die Augen meist zusammen gekniffen werden. Durch das Hochziehen der Wangen bilden sich Falten unter den Augen. Die Nase wird ebenfalls nach oben gezogen, und die Nasenflügel bewegen sich. Bei starkem Lachen füllen sich die Augen mit Tränen. Man werfe den Körper, vor allem den Kopf, stark nach hinten. Es komme zu vibratorischen, krampfartigen Bewegungen der Atemmuskulatur. Durch das starke Ein- und Ausatmen wird das Zwerchfell aktiviert. Dadurch kann es bei einem „Lachanfall“ auch zur starken Anspannung der Bauchmuskulatur kommen und in weiterer Folge zur regelrechten Muskelkrämpfen im Bereich des Zwerchfells. Durch die Anregung der Muskelpartien erhöhe sich der Herzrhythmus. „Die Muskulatur der Arterien entspannt sich, so daß das Gefäßvolumen erhöht wird. [...] Ebenso öffnen sich die Bronchien durch das Spiel der glatten Muskulatur weiter, so daß die Durchlüftung der Lunge gefördert wird.“ Durch die starken Atmungskontraktionen komme es in weiterer Folge zu einer Sauerstoffanreicherung im Blut, die wiederum „für die Verbrennungsvorgänge in unserem Körper von großer Bedeutung ist.“

Anfang der 1950er Jahre konnten Neurobiologen erstmals die Hirnregion, die beim Lachen aktiviert wird, näher bestimmen. Man fand heraus, dass es sich dabei um das limbische System handelt, der gleiche Bereich im Gehirn, der auch für Wut und Aggression zuständig ist. Das herzhafteste Lachen „kann nicht erzwungen werden. Es

¹³⁷ Gesamter Abschnitt bezieht sich auf: Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 18-21.

¹³⁸ Hüttinger: Die Kunst des Lachens. 1996. S. 42.

¹³⁹ Darwin, Charles: zitiert nach Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor: S. 18.

entsteht bei Lebensfreude und Glücksempfinden ohne Zutun des Willens auf Grund einer Aktivierung eines Teils des sogenannten limbischen Systems [...].¹⁴⁰ Über sogenannte Neurotransmitter wird diese Art von Gefühlsreaktionen übertragen und löst im selben Moment entweder eine Steigerung oder Minderung bestimmter Hormone, wie Endorphine, aus. Der bekannte Spruch, dass Lachen gesund sei, lässt sich zumindest von der neurobiologischen Seite durchaus bestätigen. Es ist nachweisbar, dass es durch Lachen zu einer gesteigerten Hormonproduktion im Körper kommt. „Herzhaftes Lachen übt auf das neurovegetative System eine Schockwirkung aus, die das gesamte Herzkreislaufsystem aktiviert.“¹⁴¹ Die Beschleunigung des Herzens und die darauffolgende entspannende Phase hat positive Auswirkungen auf unseren Körper.

Mit dem wachsenden Interesse an dem Lachen und seinen Auswirkungen auf Geist und Körper entstand im Laufe der Jahre eine eigene Wissenschaft - die *Gelotologie*.¹⁴²

Mitbegründer dieser Wissenschaft war der amerikanische Wissenschaftsjournalist Norman Cousins, der Anfang der 1980er Jahre eine schwere Erkrankung der Gelenke und Wirbelsäule erlitt. Aus wissenschaftlichen Zeitschriften entnahm er die Information über die Auswirkung von negativen Gemütszuständen auf den Körpermechanismus. Mit diesem Wissen ging er davon aus, dass auch das Gegenteil der Fall sein muss, also auch positive Gemütsäußerungen Einfluss haben können. So brachte er sich bewusst zum Lachen, indem er sich lustige Filme ansah. Nach 10 Minuten herzhaftem Lachen sollen seine Schmerzen bereits gemildert gewesen sein. Dies ließe sich damit erklären, dass beim Lachen körpereigene Hormone, Katecholamine und Noradrenaline, ausgeschüttet werden. Diese haben wiederum eine entzündungshemmende Wirkung und stärken in weiterer Folge auch die Immunabwehr im Körper.¹⁴³

Die Bildung der sogenannten Immunglobulin-A Antikörper hatte als Erste die amerikanische Psychiaterin Kathleen M. Dillon festgestellt. Nachdem sich ihre Versuchspersonen lustige Filme angesehen haben, konnte sie unmittelbar danach eine erhöhte Anzahl der Immunglobuline erkennen. Diese Antikörper bilden sich im Mundraum und dienen zur Abwehr von Viren und Bakterien.¹⁴⁴

¹⁴⁰ Rüegg: Das Lachen der Völker. (22.01.09) <http://www.fr-online.de/wissenschaft/das-lachen-der-voelker/-/1472788/3251154/-/item/0/-/index.html> (Letzter Zugriff: 25.08.2011)

¹⁴¹ Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 20 ff.

¹⁴² Gelotologie hat seinen Ursprung in dem griechischen Wort *gelos*= *lachen*.

¹⁴³ Vgl.: Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 21.

¹⁴⁴ Vgl.: Ebenda. S. 22.

Mit diesen Ergebnissen lässt sich bestätigen, dass Lachen nicht nur eine positive Wirkung auf unseren Gemütszustand hat, sondern wir auch beim Betrachten von lustigen Inhalten wie jenen im Film oder Fernsehen auch unserem Organismus etwas Gutes tun. Dies mag auch ein Grund dafür sein, dass sich Formate wie komödiantische Filme und Fernsehserien in unserer Gesellschaft solch großer Beliebtheit erfreuen können.

3.3. Zum Lachen angeregt

Die Elemente des Komischen als Auslöser für das Lachen wurden bereits im vorigen Kapitel definiert. Ob Witz, Komik oder Humor dieses auch als Reaktion bekommen, hängt wiederum von unterschiedlichen Faktoren ab. Die Aktivierung der Lachregionen im Gehirn erfolgt sowohl durch kognitive als auch durch körperliche Reize. Die Intensität dieser ist von Mensch zu Mensch verschieden und kann sowohl aus neurowissenschaftlicher als auch aus soziologischer Sicht näher bestimmt werden.

Erste psychologische Theorien über die Auslöser des Lachens kamen von dem deutschen Psychiater Ewald Hecker. In seinen Analysen über die Physiologie und Psychologie des Lachens untersucht er die Ähnlichkeiten der Reaktionen auf kognitive und körperliche Reize.

Hecker zählt das Lachen zu den Reflexbewegungen, ähnlich wie das Husten oder Niesen, die durch einen Reiz ausgelöst werden. Dieser Reiz kann nun mehrere Ursachen haben: Freude, Kitzel oder kognitive Reize wie das Komische. Im Bezug auf den Kitzel sieht er das Lachen als eine „zweckmäßige Reflexbewegung“, welche die Aufgabe erfüllt, „die durch den Kitzel verursachten negativen Druckschwankungen im Gehirn durch eine entsprechende Drucksteigerung zu kompensieren.“¹⁴⁵ Diese Drucksteigerung im Hirn wird durch die Reizung ausgelöst und durch das Lachen wieder abgebaut.

Im Zuge seiner Untersuchungen kam Hecker zu dem Schluss, dass es sowohl bei dem Lachen durch körperliche als auch durch kognitive Reize zu einer deutlichen Erweiterung der Pupillen kommt.¹⁴⁶ Durch diese Beobachtungen ging er davon aus, dass bei beiden Reizindikatoren die gleichen Hirnregionen aktiviert werden. Darin sah er die besondere Eigenheit des Komischen, dass es diesem möglich ist, durch einfache Anregung unseres Gemüts die gleichen Auswirkungen im Körper zu

¹⁴⁵ Hecker: Physiologie und Psychologie des Lachens. S. 15.

¹⁴⁶ Ebenda. S. 16.

erzielen wie Reize die über die Hautnerven gehen.¹⁴⁷ Ende des 19. Jahrhunderts, hatte Hecker noch nicht die nötige Maschinerie um diesen Effekt genauer bestimmen zu können. Seine Annahmen beziehen sich allein auf die Tatsache, dass durch beide Reize die Pupillen deutlich erweitert werden.

Die Spiegelneuronen

„Lachen ist ansteckend, weil es genauso wie das gesprochene Wort eine Antwort verlangt: Die Antwort auf das Lachen kann natürlich nur das Mitlachen sein.“¹⁴⁸

Im Laufe der Jahre suchte die Natur- und Sozialwissenschaft weiter nach möglichen Ursachen für das Lachen und testete weitere Areale im Gehirn. Im Zuge dieser Untersuchungen fand man heraus, dass ein bestimmter Teil der Hirnrinde, „der prämotorische Cortex“, für die Planung von Bewegungsabläufen wie beispielsweise dem Lachen zuständig ist.¹⁴⁹ In diesem Bereich des Gehirns befinden sich auch die sogenannten „*Spiegelneuronen*“, aufgrund derer man in gewisser Weise belegen kann, dass Lachen ansteckend ist. Der italienische Neurowissenschaftler Giacomo Rizzolletti war einer der Ersten, der diese Nervenzellen entdeckt hat. Es lässt sich feststellen, dass der Mensch aufgrund der Spiegelneuronen fähig ist, Emotionen empathisch wahrzunehmen.¹⁵⁰ Durch die Aktivität dieser Nervenzellen ist es uns möglich, Gefühle nicht nur durch aktive Reize zu entwickeln, sondern auch durch das reine Betrachten dieser Emotionen an unseren Mitmenschen.

Sehen wir also jemanden lachen, sei es im direkten Kontakt, auf einer Fotografie oder auf der Leinwand im Kino, machen es diese Spiegelneuronen möglich, dass wir auch zum Lachen angeregt werden.

In den USA wollten Neurowissenschaftler wissen, ob Spiegelneuronen nur durch visuelle oder auch durch akustische Reize aktiviert werden können. Untersucht wurde dies mittels eines Magnetresonanz- Tomographen, durch den die Aktivitäten im Gehirn gemessen werden konnten. Den freiwilligen Versuchspersonen wurden menschliche Äußerungen wie Triumph, Spaß, Angst und Ekel akustisch vorgespielt.

¹⁴⁷ Vgl.: Hecker: Physiologie und Psychologie des Lachens. S. 6.

¹⁴⁸ Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 61.

¹⁴⁹ Vgl.: Stern.de: Gehörte Lacher stecken an. (13.12.06)

<http://www.stern.de/wissen/mensch/hirnforschung-gehorte-lacher-stecken-an-578512.html> (letzter Zugriff: 25.08.11)

¹⁵⁰ Rüegg: Das Lachen der Völker. (22.01.09) <http://www.fr-online.de/wissenschaft/das-lachen-der-voelker/-/1472788/3251154/-/item/0/-/index.html> (Letzter Zugriff: 21.7.2011)

Es konnte bei allen Hörbeispielen eine Aktivität im Gehirn gemessen werden. Besonders stark war diese Aktivität jedoch bei positiven Gefühlsäußerungen wie Spaß oder Freude. So kamen die Forscher zu dem Schluss, dass positive Emotionsgeräusche ansteckender seien, als die von Angst oder Ekel.¹⁵¹ Demnach kann das Lachen sowohl durch akustische als auch durch visuelle Reize ausgelöst werden. Betrachtet man in Folge die unterschiedlichen Konsumsituationen in denen Film und Medien lachen beim Rezipienten erzeugen, kommt eben dieser „ansteckende“ Faktor erneut zu tragen. (Näheres in Kapitel 5)

3.4. Eine Soziologie des Lachens

In vielen Theorien werden Humor und Lachen oft gleichgesetzt und mit einander in eine gewisse Abhängigkeit gestellt. Zwar zielen Komik und Humor meist darauf ab, Lachen als Antwort zu erhalten, jedoch treten beide Formen auch gesondert auf. Lachen zählt, wie bereits erwähnt, zu den emotionalen Ausdrucksweisen des Menschen und kann somit auch eine Reaktion auf Freude, Entspannung, aber auch emotionale Verwirrtheit sein. In Folge eines Schockerlebnisses, wie dem Verlust eines Mitmenschen oder der Übermittlung einer tragischen Nachricht, kommt es nicht selten zu einem irrationalen Lachen.¹⁵² Hier dient das Lachen als Energieabfuhr des unangenehmen Gefühls und kann nicht als eine Reaktion auf Komik gesehen werden. Eine weitere Form des Lachens, fernab von jedem positiven Gefühl, findet man bei Lachkrankheiten. So hat man Ende der 1950er Jahre eine Nervenkrankheit entdeckt, bei der Menschen nicht mehr aufhören können zu lachen. Dies mag vielleicht angenehm klingen, jedoch führt diese Störung des Nervensystems meist zum Tod.¹⁵³ Diese Formen des Lachens werden hier jedoch nicht weiter behandelt.

Lachen verschafft dem Menschen grundsätzlich ein angenehmes befreiendes Gefühl, sei es als irrationale oder positive Reizreaktion. Sämtliche Reize, die den Menschen in einen belustigenden Gemütszustand versetzen, haben eine erheiternde Wirkung und regen zum Lächeln oder auch Lachen an. Dieser Zustand der Erheiterung ist jedoch meist nur von kurzer Dauer.¹⁵⁴

¹⁵¹ Vgl.: Stern.de: Gehörte Lacher stecken an.(13.12.06)

<http://www.stern.de/wissen/mensch/hirnforschung-gehoerte-lacher-stecken-an-578512.html>
(letzter Zugang: 25.08.2011)

¹⁵² Vgl.: Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 183.

¹⁵³ Vgl.: Foerst, Reiner: Wie der Lachreiz entsteht. S. 13.

¹⁵⁴ Vgl.: Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 16.

„Lachen ist demnach kein zuverlässiger Indikator für den Grad an Lustigkeit. Man muss das amüsierte Lachen vom sozialen Lachen unterscheiden, Mitlachen von Auslachen, empörtes Lachen, Verlegenheitslachen vom schallenden Amusementsgelächter [...]“.¹⁵⁵ Seine Bedeutung ist stark von sozialen und gesellschaftlichen Faktoren abhängig. In welcher Intensität das Lachen auftritt, vor allem als Reaktion auf humoristische Inhalte, hängt davon ab, in welchen gesellschaftlichen Kreisen diese auftreten. Alter, Nationalität, kulturelle Überzeugungen, soziale Umstände, persönliche Erfahrungen, aber auch die aktuelle Situation beeinflussen das Lachen in seiner Erscheinungsform und Bedeutung.

Da sowohl die Komik als auch der Humor das Lachen als Antwort erwarten, symbolisiert man damit, dass man das Ereignis als komisch empfindet, und bestätigt somit seinen humoristischen Gehalt. Belustigt die Situation den Zuhörer oder Beobachter nicht automatisch, kann es hier als Höflichkeitsakt angesehen werden, um dem „Komödianten“ die Blamage einer verpatzen Pointe zu ersparen.

Gleichermaßen kann das Lachen aber auch bewusst weggelassen werden und so eine abweisende Wirkung auf das Gesagte haben. Durch das nicht Lachen nimmt man dem humoristischen Inhalt seinen eigentlichen Effekt. Lachen und nicht Lachen sind somit immer mit einer sozialen Bedeutung verbunden.¹⁵⁶

Der Soziologe Anton C. Zijderveld hat Ende der 1970er Jahre den Versuch gemacht, Humor und Lachen in einen gesellschaftlichen Kontext zu stellen. So ist er der Meinung, dass Lachen in einer Gruppe nicht nur verbindend, sondern im gleichen Zuge auch trennend wirken kann. Denn das Lachen bildet meist zwei Gruppen - die einen, die lachen und die anderen, die außerhalb dieser lachenden Gruppe stehen. Dies muss nicht zwingend bedeuten, dass die Außenstehenden auch gleich die Ausgelachten sind, aber nichtsdestotrotz gehören sie nicht der lachenden Gruppe an. Mit dieser Funktion kann dem Lachen eine bestimmte Form der Macht zugeschrieben werden.

Die Physiologie des Lachens scheint in allen Kulturen und deren Gesellschaften als solche auch erkennbar zu sein. Die Stellung innerhalb einer Gesellschaft ist jedoch sehr von der Kultur abhängig. Beim Lachen verliert der Mensch in gewisser Weise die Beherrschung. In gewisser Weise wird damit stets signalisiert, dass man die aktuelle Situation nicht besonders ernst nimmt. Es gibt einen bestimmten Rahmen,

¹⁵⁵ Kotthoff: Das Lachen über sich selbst. S. 60.

¹⁵⁶ Vgl.: Ebenda. S. 61ff.

indem sich sowohl Humor als auch Lachen bewegen können. Dieser Rahmen ist jedoch, bis auf ein paar Konventionen, individuell und gesellschaftlich variabel und definierbar.

Die Komik und der Humor, sei es im Alltag oder in der medialen Welt, spielen laut Zijderveld mit genau diesen gesellschaftlichen Konventionen und Sinngehalten. Dieser Sinn sei eine traditionelle und äußerst soziale Qualität, die das menschliche Zusammenleben erst möglich macht.¹⁵⁷ In welchem Ausmaß sich dieses humoristische „Spiel“ ereignet, hängt jedoch von der sozialen „Werteskala“¹⁵⁸ ab. Für viele Menschen ist es nach wie vor schwer, der Gefühlsäußerung des Lachens, in der Öffentlichkeit freien Lauf zu lassen. Nicht überall wird ein herzhaftes Lachen auch als angebracht angesehen.



Abb. 2: Laurel & Hardy, Szene aus Fra Diavolo

Folglich sind der Humor und das Lachen sowohl von der Situation als auch von der jeweiligen Definition der Beteiligten abhängig.¹⁵⁹

Dies bedeutet, dass auch die Intensität des Humors und somit auch des Lachens stets von der sozialen und kulturellen Umgebung, in der er vorkommt, anhängig ist.¹⁶⁰ Die Wertung unterliegt dem „Publikum“, das sowohl den Effekt als auch den Erfolg von komischen Inhalten bestimmt.¹⁶¹

Wenn diese grundlegenden Rahmenbedingungen definiert sind, kann das Lachen, aber auch der Humor wichtige soziale Eigenschaften erfüllen. Neben den Auswirkungen auf Körper und Geist kann das Lachen auch als soziales Ausdrucksmittel zur zwischenmenschlichen Interaktion dienen. „Ein Humorerlebnis erfüllt immer dann eine Gruppen stärkende Funktion, wenn bestimmte Charakteristika der Gruppe bzw. einzelner Gruppenmitglieder in positiver Weise

¹⁵⁷ Vgl.: Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 22.

¹⁵⁸ Ebenda. S. 23.

¹⁵⁹ Vgl.: Ebenda. S. 46.

¹⁶⁰ Ebenda. S. 23.

¹⁶¹ Vgl.: Ebenda: S. 45ff.

beurteilt werden. Die gruppeninterne Kommunikation wird damit ebenso gefördert wie die Entwicklung sozialer Beziehungen. Ein normativer Konsens wird hergestellt, der zur Identitätsfindung beiträgt und der die soziale Distanz reduziert.“¹⁶²

Nicht nur die aktuelle gesellschaftliche Umgebung sondern auch das Geschlecht kann Einfluss auf die Intensität des Lachens haben. So weiß man, dass Männer und Frauen manchmal ein unterschiedliches Humorverständnis haben. Männer versuchen häufiger als Frauen witzig zu sein. Zwar ergaben einige Untersuchungen¹⁶³, dass Männer bevorzugt Witze machen, eine wirkliche Ursache dafür konnte jedoch nicht genannt werden.¹⁶⁴ Männer und Frauen würden sich im Bezug auf das Humorverhalten an die kulturellen Erwartungen anpassen.

Dem Lachen sind also weit mehr Funktionen zuzuschreiben, als nur zu signalisieren, dass man einen Witz als komisch empfindet. Innerhalb einer Gesellschaft bzw. auch innerhalb einer Gruppe kann dieses Lachen sowohl verbindend als auch trennend wirken. Und mit der Entscheidung für oder gegen das Lachen zeigt man oft auch seine Stellung zu der Gruppe bzw. zu den Ereignissen.

Die sozialen Eigenschaften des Lachens reichen von gesellschaftlich erheiternd über gesellschaftskritisierend bis hin zu einer aggressiven feindlichen Ausdrucksform.¹⁶⁵

Über Humor lässt sich streiten! Das Auftreten und die Intensität des Lachens sind von so vielen subjektiven Faktoren abhängig, dass es sich nicht in *eine* Definition drängen lässt. Es ist ein gesellschaftliches Phänomen, das die Gruppe, in der es vorkommt, auf bestimmte Weise charakterisiert.

In Gesellschaft lacht es sich leichter. So weiß man, dass lautes Lachen eine ansteckende Wirkung hat. „Wenn sich Menschen alleine über etwas amüsieren, lächeln sie meist oder lachen weniger stark.“¹⁶⁶

Mit diesen Ansichten, sollen die bisherigen interdisziplinären Theorien nun auf die Medien von Film, Fernsehen und Internet und ihre Beziehung zum Lachen angewandt werden. Denn auch hier kann das Lachen oder nicht Lachen Auskunft über die Rezeption bzw. das Konsumverhalten geben.

¹⁶² Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 50.

¹⁶³ Vgl.: Stocking; Zillmann: Humor von Frauen und Männer. S. 230.

¹⁶⁴ Vgl.: Ebenda: S. 230.

¹⁶⁵ Vgl.: Braunschmid: Mehrebenenuntersuchung von Lachen und Weinen. S. 112.

¹⁶⁶ Ebenda. S. 13.

4. Das Komische und die Medien

Auch im Zusammenhang mit dem Film und anderen audiovisuellen Medien wird das Lachen meist in Zusammenhang mit der Komödie bzw. humoristischen Inhalten gebracht. Hier gilt es jedoch zwischen dem Lachen auf der Leinwand bzw. dem Bildschirm und dem Lachen der Konsumenten zu unterscheiden.

Beide haben ihre Wichtigkeit und stehen auch in Verbindung zueinander. So kann das filmisch diegetische Lachen in weiterer Folge auch Einfluss auf das Lachen der Rezipienten haben, da es auch zu der Wirkung der komischen Handlung beitragen kann. Im Falle einer fiktiven Handlung ist es die Kunst der Schauspieler, diese menschliche Emotionsäußerung so natürlich als nur möglich darzustellen, damit sie auf die Zuschauer auch als solche wirken kann. Die Techniken eines Schauspielers, diese getreu wiederzugeben, obliegen jedoch mehr der Schauspieltheorie. Im Folgenden geht es vielmehr um das Lachen der Rezipienten, und wie dieses durch Medien ausgelöst werden kann. Nachdem die Präsenz von komischen Inhalten innerhalb der Medien festgestellt wird, gilt es auch zu hinterfragen, ob die jeweiligen Konsumsituationen unterschiedliche Auswirkungen auf das Lachverhalten der Rezipienten haben.

Dass Lachen nicht automatisch ein Indikator für einen komischen Inhalt sein muss, wurde bereits in Kapitel 3 erwähnt, im Bezug auf die Medien wird dieser Aspekt erneut interessant. Das Lachen bei der Medienrezeption kann als Interaktion zwischen den Konsumenten und den szenischen Ereignissen gesehen werden.

Damit ein Film oder filmische Inhalte auch komisch wirken können und in weiterer Folge seine Rezipienten zum Lachen anregen, bedarf es stets einer sowohl emotionalen als auch kognitiven Aufmerksamkeit, aber auch der Beteiligung der Konsumenten. Ein Film kann erst als komisch definiert werden, wenn er auch Lachen erzeugt.¹⁶⁷ Es verhält sich hier demnach gleich wie bei alltäglichen Situationen, die erst als komisch oder lustig bewertet werden, wenn sie auch jemanden amüsieren oder zum Lachen anregen. Ebenso trifft dies auch auf den Film und die Medien zu. Die Konsumenten müssen sich auch an dem diegetischen Geschehen in Form der Rezeption aktiv beteiligen, damit das Wesen der Unterhaltung auch als solches funktionieren kann.

Folglich hat die filmische Komödie das Ziel, die Zuschauer zu amüsieren und zum Lachen zu bringen. Durch die Entwicklung der Kamera und die sich immer weiter

¹⁶⁷ Vgl.: Mikos: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. S. 64.

entwickelnden Möglichkeiten der medialen Welt, wurden die Möglichkeiten, dies zu tun, beinahe unendlich.

Die filmische Komödie ist ebenso alt wie die Filmgeschichte an sich. Bereits der frühe Film war voll von komischen Inhalten, mit denen das Publikum unterhalten werden sollte. Da auch die Film- und Medienwissenschaft einen deutlichen Wandel seit ihrer Entstehung nachweisen kann, ist anzunehmen, dass sich auch die Rezeption verändert hat bzw. das Konsumverhalten der Rezipienten diesen Wandel mitvollzogen hat. Um mögliche Auswirkungen auf das Lachen der Konsumenten feststellen zu können, muss zu Beginn ein kurzer Überblick über die mediale Komik gegeben werden. Ihre Entstehung gemeinsam mit dem Film, und im Wandel der Zeit, eingebunden in die Verbreitung des Fernsehens und des Internets. Durch die beiden vorigen Kapitel konnte bereits verdeutlicht werden, wie vielfältig die Theorien, aber auch Bedeutungen des Komischen und des Lachens sind. Diese Vielfältigkeit spiegelt sich auch in der Medienwelt und den Konsumenten wieder. Auch hier gilt: Nur weil gelacht wird, muss es nicht zwingend komisch sein. Die folgenden Kapitel versuchen, eben diese Entwicklung der neuesten filmwissenschaftlichen Erkenntnisse über die Film- und Medienrezeption im Bezug auf das Lachen näher zu beschreiben.

4.1. Der Groteskfilm

Der Wunsch nach Unterhaltung und dem Komischen kam nicht erst mit dem Kino auf. Bereits lange Zeit vor dem Film suchten die Menschen nach Belustigung und Unterhaltungsformen. Die Elemente des Komischen waren und sind nach wie vor ein gutes Mittel, um die Zuseher zum Lachen zu bringen. Der Film bzw. die Techniken des Films ermöglichten der Welt des Komischen völlig neue Darstellungsmöglichkeiten. „Ohne Übertreibung lässt sich sagen, dass im Film als Medium eine neue Quelle des Komischen erschlossen wird.“¹⁶⁸ Sehr schnell war man sich dieser Möglichkeiten bewusst und wusste diese auch gut und gezielt einzusetzen. So wundert es kaum, dass bereits der frühe Film voll von Komödien war.

¹⁶⁸ Lindner: Der Groteskfilm. S. 151.



Abb. 3: Quelle: YouTube. Szene aus L'arroseur arrosé. 1896.

Eine der ersten humoristischen Filmszenen stammt von Lumière in „L'arroseur arrosé“ (1896).¹⁶⁹ der berühmte Kampf des Gärtners mit seinem Gartenschlauch, der durch den Fuß eines Jungen plötzlich kein Wasser mehr spuckt. Gerade in dem Moment, als der Gärtner den Schlauch direkt vor sein Gesicht hält, um zu sehen, ob sich etwas in der Öffnung befindet, nimmt der „Lausbub“ seinen Fuß wieder vom Schlauch, und somit spritzt das gesamte Wasser in des Gärtners Gesicht.¹⁷⁰ Bereits diese frühe Szene beinhaltet die wesentlichen Elemente des Komischen: die Überraschung, das Missgeschick des Gärtners und das mögliche Überlegenheitsgefühl beim Betrachter, da er sich sicher und trocken vor der Leinwand befindet.

Der Stummfilm nutzte und experimentierte mit der neuen Technik des Mediums.¹⁷¹ In den 1920er Jahren gab es allgemeine gesellschaftliche Veränderungen. Mechanisierung und Technisierung dominierten den Beginn des 20. Jahrhunderts. Die Stummfilmkomödianten wussten diese Veränderungen und Neuerungen zu thematisieren und mit Hilfe des neuen Mediums ihr Publikum zum Lachen zu bringen.¹⁷²

Die mechanischen Abläufe und Bewegungen, die auch mit der neuen Technisierung aufkamen, wurden filmisch dargestellt, wie auch der „Konflikt“ der Menschen mit den neuen Techniken. „Im Film konnte die Spannung, welche die Technisierung im Leben der Masse erzeugte, durch deren groteske Überspitzung ausagiert werden.“¹⁷³

Komik beinhaltet stets auch eine Form von Kritik, die eben durch das Groteske oder den Witz auf harmlosere Weise dargestellt werden kann.

¹⁶⁹ Brandlmeier: Das Groteske im Kino. S. 232.

¹⁷⁰ Lumières: L'arroseur arrosé. 1896.

<http://www.youtube.com/watch?v=UlbiNuT7EDI&feature=related> (letzter Zugriff: 25.08.11)

¹⁷¹ Vgl.: Jurzik: Der Stoff des Lachens. S. 107.

¹⁷² Vgl.: Ebenda. S. 107.

¹⁷³ Ebenda. S. 107.

Das wohl bekannteste Beispiel dazu ist Charlie Chaplins Film „*The Modern Times*“ (1936), in dem er als der komische Held gegen die Technisierung der Zeit kämpft.

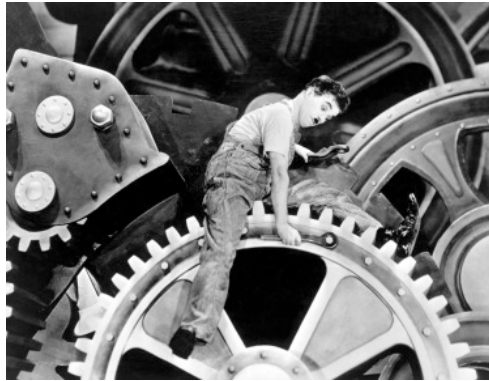


Abb. 4: The Modern Times. 1936.

Die Anfänge der filmischen Komik lebten vor allem vom Slapstick. Da der Film zu Beginn noch ohne Ton war, lag der Fokus hier auf der Bewegungskomik. Tollpatschigkeit und Fehlleistungen bilden hier den Kerninhalt über den sich die Zuseher amüsierten. Dies betrifft sowohl den „kleinen Mann“, dem ständige Missgeschicke widerfahren, aus denen er sich mühselig wieder befreit, als auch Autoritätspersonen, über deren Scheitern oder Fehlleistungen man herzlich lacht.¹⁷⁴ Durch die Kamera- und Kopiertechnik kann der filmische Raum erzeugt werden.¹⁷⁵ Dieser Raum macht möglich, die klassischen Elemente der Komik vereinfacht künstlich zu erzeugen. Wiederholung, Verdoppelung, Verwechslung und Überblendung sind durch die Techniken der Kamera möglich.¹⁷⁶ Personen können gespiegelt werden oder plötzlich in zweifacher Gestalt in einem Raum stehen. Diese Effekte wurden durch die Techniken und Mittel der Montage möglich gemacht. Es können bewusst Kontraste gesetzt werden, die bestimmte Szenen zu einem komischen Ereignis werden lassen. Wenn jemand zum Beispiel abstreitet, einen bestimmten Gegenstand bei sich zu haben, dieser aber im Hintergrund durch die Kamera groß eingeblendet wird. Durch den Zoom der Kamera und bewusst gesetzte Beleuchtung kann die komische Wirkung des Körpers und der Gegenstände deutlich gemacht werden, die dem Verstand womöglich bis dahin noch nicht sichtbar war.¹⁷⁷

¹⁷⁴ Vgl.: Schwender: Medien und Emotionen. S. 219.

¹⁷⁵ Müller: Theorie der Komik. S. 161.

¹⁷⁶ Vgl.: Ebenda. S. 161-164.

¹⁷⁷ Vgl.: Ebenda. S. 163.

Durch die Montage kann auch die Zeit „manipuliert“ werden. Szenen können besonders schnell oder besonders langsam abgespielt werden und so einen komischen Effekt erzeugen.¹⁷⁸

Auch der Ton spielt eine wichtige Rolle bei der Erzeugung filmischer Komik. Vor allem das Unterlegen bestimmter Szenen durch lustige oder fröhliche Musik kann die komische Wirkung verstärken. So kann auch durch das bewusste Einspielen von Geräuschen oder auch Tonmontage eine humoristische Szene perfektioniert werden.¹⁷⁹



Abb. 5&6: Quelle: YouTube. Pluto's Seal Deal 2000.

Der Trick- oder Zeichentrickfilm hat in diesem Zusammenhang beinahe unendliche Möglichkeiten, die Elemente des Komischen gänzlich auszunutzen. Denn hier können Beine lang gezogen werden und Augen herauskullern und im Nu wieder zusammengefügt werden. Übertriebene Körperbewegungen können beim Zeichentrick noch deutlicher dargestellt werden. Die Gesetze der Kräfte haben hier keine Bedeutung. Bei den Zeichentrick und späteren Animationsfilmen kann alles komisch dargestellt werden, ohne dass es Folgen mit sich zieht. Zwar gilt dies auch für den fiktionalen Film, jedoch ist es beim Trickfilm noch irrealer. Durch die animierte Darstellung ist es möglich, dass man hier auch über Grausamkeiten lacht, die man bei Menschen womöglich nicht amüsanant finden würde. Menschen können hier von Autos überrollt werden und im nächsten Moment wieder auf den Beinen stehen. Geschwindigkeit spielt keine Rolle, und die Kleinen haben jede Chance, die großen Mächtigen zu besiegen. Es gibt hier kaum eine Darstellung, die nicht möglich ist. „Durch die graphische Indifferenz alles Gezeichneten konnten sowohl die Gesetze der Schwerkraft als auch die Bewegungsunterschiede zwischen Menschen, Tier, Pflanzen und Maschinen außer Kraft gesetzt werden.“¹⁸⁰ Und eine

¹⁷⁸ Vgl.: Müller: Theorie der Komik. S. 163.

¹⁷⁹ Vgl.: Ebenda. S. 164.

¹⁸⁰ Lindner: Der Groteskfilm. S. 152.

der wichtigsten Voraussetzungen für das Empfinden von Komik wird hier stets eingehalten, für den Betrachter bleiben die Ereignisse stets folgenlos.



Abb. 7: Quelle simpsonpedia.net Homer und Bart.

Eine der erfolgreichsten Trickserien ist mit Sicherheit *The Simpsons*. Die gelbe Familie aus Springfield unterhält ihr Publikum nun schon seit 22 Staffeln. Eine bekannte Szene ist wenn Vater Homer seinem Sohn Bart die Kehle zudrückt. Es ist fraglich ob man im normalen Leben darüber lachen würde, wenn ein Vater seinen Sohn würgt. Bei *The Simpsons* ist dies jedoch fester Bestandteil der Handlungen. Möglicher Grund für eine fehlende Empörung könnte eben das Bewusstsein des Zuschauers sein, dass es sich um bloße Zeichnungen handelt, und der Würgegriff des Vaters somit folgenlos bleibt, da es sich um keine echten Menschen handelt.

Seit Anfang der 1990er Jahre unterhalten Homer und seine Familie die Menschen vor ihren Bildschirmen.¹⁸¹ Ein mögliches „Rezept“ ihres Erfolges könnte die bewusste Doppelsinnigkeit bzw. Zweideutigkeit vieler Gags sein. So beinhalten sie Humor für Groß und Klein und haben somit ein recht weit gespanntes Zielpublikum. Weiters verstehen *The Simpsons* sehr gesellschaftskritisch Inhalte darzustellen, womit sie einen wichtigen Punkt des Wesens des Witzes bzw. der Komik beinhalten.

Komik und somit auch der komische Film macht es möglich, aus der Norm des Alltags zu treten und die bizarrsten Dinge darstellen zu können. Die Komik im Film bricht mit allen Konventionen, es gibt kaum etwas, was nicht erlaubt ist. Komik macht all jene Dinge, die wir im alltäglichen Leben weder sollen noch dürfen. Sie macht sie möglich, und durch den Film, aber auch andere Medien wie das Fernsehen und das Internet, können sich Konsumenten diese „verbotenen“ Dinge ansehen, ohne selbst die Konventionen brechen zu müssen, sich aber trotzdem auf ihre Kosten amüsieren.

¹⁸¹ Vgl.: Simpsonpedia: <http://simpsonpedia.net/index>. (letzter Zugriff 30.08.11)

Aus Sicht eines Praktikers versucht Rowan Atkinson, besser bekannt als Mr. Bean, die Methoden und Techniken eines Komödianten näher zu erläutern. Gemeinsam mit einem College in Oxford hat er eine audiovisuelle „Vorlesung“ über visuelle Komik gehalten.¹⁸² Anhand von zahlreichen Beispielen versucht er zu erklären, dass die physische Komik nicht nur ein Phänomen der Stummfilmzeit war, sondern auch heute noch „lautere Lacher auslöst“ als die verbale Komik. Der Körper sei das wesentliche Element der Bewegungskomik. Im Allgemeinen nennt aber auch Atkinson dieselben „Zutaten“, die bereits in Kapitel 2.3. als das „Rezept“ des Komischen bestimmt wurden. Auch in der filmischen Komik werden Methoden wie die der Nachahmung, Wiederholung oder auch Übertreibung angewandt, um das Publikum zum Lachen zu bringen. „Im Allgemeinen bedient sich der Film der gleichen inhaltlichen Handlungswitze unerwarteter Ereignisse wie das Theater, doch hat er viel größere Möglichkeiten, komisch zu wirken und ist an keine Begrenzung gebunden.“¹⁸³

Demnach bedient sich auch der filmische Komödiant den wesentlichen Elementen des Komischen, um seine Zuseher zu unterhalten. Viele zeitgenössischen Komiker haben große Vorgänger, die die Welt der Filmkomödie mit Sicherheit stark geprägt haben. Allen voraus Charlie Chaplin, The Tramp, oder auch der Meister des Slapsticks genannt. Chaplin verkörperte den Landstreicher, der es pflegt immer wieder in eine Misere zu gelangen. „Seine Missgeschicke sind stets und offensichtlich wohl geplant. [...] Er führt den Tramp als archetypische Figur ein, der zu Beginn des Films am Horizont erscheint und dort wieder zum Schluß verschwindet.“¹⁸⁴ In seine Darstellungen verpackte Chaplin stets auch gesellschaftskritische Züge. Man könnte ihn als darstellende Instanz der Kinder und Ausgebeuteten der Gesellschaft sehen.¹⁸⁵ Er prägte die komische Filmgeschichte mit Klassikern wie *A Women of Paris* (1923), *The Modern Times* (1936), *The Great Dictator* (1940) und noch zahlreichen mehr.

Stan Laurel und Oliver Hardy, verkörpern die klassischen Figuren des tollpatschigen Helden. Auch als Dick und Doof bekannt, wissen sie es gut, von einem Missgeschick ins andere zu geraten. Gewaltszenen und die Zerstörung von

¹⁸² Atkinson, Rowan: *Laughing Matters. Visual Comedy*.
<http://www.youtube.com/watch?v=E9fsn6lQBv4> Teil 1-5 (letzter Zugriff 25.08.11)

¹⁸³ Müller: *Theorie der Komik*. S. 158.

¹⁸⁴ Brandlmeier: *Das Grotteske im Kino*. S. 243.

¹⁸⁵ Vgl.: Brandlmeier: *Das Grotteske im Film*. S. 243.

Gegenständen sind wichtige Elemente bei Laurel und Hardy.¹⁸⁶ Durch die Verkörperung des dummen komischen Helden, schaffen auch sie es jedoch stets wieder unversehrt aus der Patsche zu kommen. Durch sie kann der Zuseher, in klassischer Form das Überlegenheitsgefühl erfahren. Durch ihre sowohl körperliche als auch kognitive dummliche Gestalt, geben sie dem Zuseher die Möglichkeit sich durch das Überlegenheitsgefühl köstlich über sie zu amüsieren.

Ein Schema, das sich durch die frühere Geschichte der Filmkomik zieht. Meist handelt es sich um tollpatschige Figuren, die durch ihre Anziehung von Missgeschicken zum Lachen anregen.

Im deutschsprachigen Bereich war Hans Moser das Pendant zu der Figur des komischen Helden. Er zeichnet sich vor allem durch seine hektische Sprache aus und sein „herumgranteln“¹⁸⁷ „In allen seinen Sketschen heischt er Respekt und seine Komik entzündet sich daran, daß er die Normverletzungen moniert.“¹⁸⁸ Hans Moser und auch noch zahlreiche seiner Nachfolger verstanden es, in Verwechslungsgeschichten zu geraten. Wiederholungen und Überraschung sind hier das wesentliche Element. Der Zuseher hat das Vorwissen über die „richtige“ Handlung und kann sich somit entspannt in der Position des Rezipienten über die Verwechslung amüsieren. So geschehen zum Beispiel mit Hans Moser in *Hallo Dienstmann* (1952), oder mit Marilyn Monroe in *Some Like It Hot* (1959).

Heinz Erhardt, Jerry Lewis, Jacques Tati, Lloriot und noch viele mehr, haben ihre und die heutige Zeit durch komische filmische Darstellungen geprägt. „Sie haben charakteristische komische Figuren entwickelt, die nicht mehr nur als mechanisierte Marionetten Teil einer vom technischen Chaos bestimmten Welt sind, ihre Figuren haben Individualität.“¹⁸⁹

Heute wie damals bestätigen filmische Komödien die Richtigkeit und Zeitlosigkeit früherer Theorien über das Komische.¹⁹⁰ In *Home Alone* (1990) und *Home Alone 2: Lost in New York* (1990) findet man zum Beispiel die Elemente der Umkehrung wieder, oder die von Bergson bezeichnete „verkehrte Welt“¹⁹¹, in der ein kleiner Junge, gegen Banditen kämpft und diese mit zahlreichen Tricks überlistet.

Ähnlich findet man die Umkehrung auch bei Filmen, in denen Tiere auf einmal die Fähigkeit besitzen zu sprechen. So zum Beispiel in der Filmreihe *Dr. Dolittle* oder

¹⁸⁶ Vgl.: Brandlmeier: Das Grotteske im Film. S 246.

¹⁸⁷ Vgl.: Ebenda. S. 250.

¹⁸⁸ Ebenda. S. 250.

¹⁸⁹ Jurzik: Der Stoff des Lachens. S. 108.

¹⁹⁰ Vgl.: Kapitel 2.

¹⁹¹ Bergson. Das Lachen. S. 64.

auch *Zookeeper* (2011) mit Kevin James. Den Erfolg solcher Filmkomödien könnte man erneut versuchen mit Bergson zu erklären. Er geht wie bereits erwähnt davon aus, dass es Komik nur im Zusammenhang mit dem Menschlichen gibt.¹⁹² Filme, wie oben genannte, lassen Tiere sprechen und geben ihnen so menschliche Züge. Da dem Betrachter aber bewusst ist, dass Affen und Löwen keine Beziehungsratschläge erteilen können, kann über diese Inkongruenz gelacht werden.

Im Laufe der Jahre scheint es stetig weniger Tabus zu geben, die noch gebrochen werden können. Die Kluft zwischen „hohem“ und „seichten“ Humor, scheint in der medialen Welt immer größer zu werden. Da sich über Humor streiten lässt, teilen sich womöglich auch im Bezug auf die Filmkomödie die Meinungen. Angefangen von Teenie-Komödien wie *Scary Movie* (1-4), in denen lediglich bereits vorhandene Filme parodiert werden. Mit Nachahmung und Transposition versucht man hier sein Publikum zu amüsieren. Bis hin zu Arthouse Comedy, wie zum Beispiel Filme des amerikanischen Regisseurs Woody Allen, der es versteht mit den Erwartungen und Vorstellungen der Zuschauer zu spielen. Er selbst sieht Komik als einen Verteidigungsmechanismus und weniger als lustiges Ereignis.¹⁹³ Allen versteht es seinen Filmen auch stets einen gesellschaftskritischen Beigeschmack zu geben.¹⁹⁴ In *Midnight in Paris* (2011) spielt er mit den Klischees der vermeintlich romantischen Stadt Paris und den Träumen und Hoffnungen eines Schriftstellers.

Jede Form der Filmkomödie näher zu erläutern bedarf womöglich einer eigenen wissenschaftlichen Arbeit. Es lässt sich jedoch ein Konnex der filmischen Komödie erkennen. Film und Medien wissen es mit den Normen und den Konventionen der Gesellschaft zu spielen. Eben dieses Spiel mit den Erwartungen der Konsumenten trägt zu ihrem humoristischen Gehalt bei. Innerhalb dieses Rahmens sind die Möglichkeiten von Film, Fernsehen und Internet sehr breit gefächert und machen es so möglich, jegliche Form des Humorverständnisses abzudecken. Die Wertung obliegt dem Betrachter. „Wenn es um Kulturangebot geht, um humoristisches [...] Kino, Fernsehshows, dann wird nicht nach sozialen Kontexten und Gebrauchsweisen gefragt, dann geht es einzig um die Bewertung des Komischen als Kunstwerk.“¹⁹⁵ Diese Bewertung hängt jedoch von dem individuellen Humorverständnis der Rezipienten ab. Komik muss sich im Zuschauer vollenden. „Komikerleben ist daher wie das Spannungserleben eine Aktivität des Zuschauers,

¹⁹² Vgl.: Kapitel 2. S. 10.

¹⁹³ Vgl.: Felix: Woody Allen. S. 9.

¹⁹⁴ Vgl.: Ebenda. S. 169.

¹⁹⁵ Maase: Wer findet denn so etwas komisch? S. 876.

die durch bestimmte Plotstrukturen ausgelöst wird.“¹⁹⁶ Es findet ein Spiel mit den Erwartungen und dem Wissen der Zuseher statt, ausgelöst durch eine komische Aktion oder Situation.¹⁹⁷

Die Filmindustrie erkannte rasch die starke Nachfrage nach Komödien und ähnlichen Unterhaltungsfilmern. Gerade in der Filmgeschichte, mache sich die Nationalität und die zeitliche Bedingtheit der Lachkultur stark bemerkbar.¹⁹⁸ Angefangenen von kleinen Gesellschaftsgruppen über Nationalitäten bis hin zu einzelnen Generationen unterscheiden sich diese in ihrer Auffassung von Komik und humoristische Inhalte. So wie das aber auf den Humor und die Komik im Allgemeinen zutrifft, kann es auch zu Unverständlichkeiten innerhalb einer Nation kommen, dies hängt dann wiederum von der Art des filmischen Humors ab. So könne man den französischen Humor deutlich von dem der Deutschen oder Amerikanischen unterscheiden. Diese Unterschiede zeigen sich auch in den Filmen wieder, was zur Folge hat, dass nicht alle Filme überall gleichen Anklang finden, sei es grenzüberschreitend aber auch innerhalb einer Gesellschaft.¹⁹⁹

Nicht nur die Nationalität hat Einfluss auf die Intensität des Lachens beim Konsum von komischen Filmen, auch die Zeit, in der sie gezeigt und produziert werden, haben starken Einfluss darauf. So können früher ernst gemeinte Filme heute eine komische Wirkung auf die Zuseher haben. Die Kleidung, die Art zu reden oder einfach nur die Machart der Filme sind nicht mehr zeitgemäß und können so, meist ungewollt, komisch wirken. Man findet hier als das Element der Überlagerung,²⁰⁰ welches eben durch diese Unangemessenheit eine komische Wirkung erzielt. Dies trifft zum Beispiel auf alte Horrorfilme zu. Da sich aber das Humorverständnis auch im Laufe des Alters ändert, empfinden wir Filme, über die wir uns in jungen Jahren sehr amüsiert haben, womöglich später nicht mehr komisch oder auch umgekehrt.

¹⁹⁶ Mikos: Film- und Fernsehanalyse. S. 139.

¹⁹⁷ Vgl.: Ebenda. S. 140.

¹⁹⁸ Vgl.: Brandlmeier: Das Grotteske im Kino. S. 236.

¹⁹⁹ Vgl.: Ebenda. S. 236.

²⁰⁰ Vgl.: Kapitel 2.3. S.10-11.

Die Freude am komischen „Helden“

Damit der Spielcharakter²⁰¹ innerhalb des Komischen bleibt, muss es eine Identifikationsmöglichkeit für den Betrachter geben. Im Falle des Films wäre diese stets im komischen Helden zu finden.²⁰² Diese Identifikation kann ihre Wirkung nur richtig entfalten, wenn nicht zu viel Empathie des Betrachters ins Spiel kommt. Denn gerade durch die Einführung des komischen Helden im Film hat man eine wiedererkennbare Gestalt erschaffen, mit der sich die Zuseher identifizieren können.²⁰³ „Der Held ist nicht mehr länger bloß ein Objekt der Verlachung, sondern zugleich der Erzeuger komischer Verwicklungen. Bergsons Kennzeichen der Verkehrung des Lebendigen ins Mechanische wird von ihm nicht bloß erlitten, sondern als Mittel, sich körperlich zu behaupten, eingesetzt.“²⁰⁴ Verkörpert wird dieser komische Held meist durch die charakteristischen Eigenschaften des „typischen Durchschnittsbürgers“. Kunst des Schauspielers in diesem Falls ist es, normale Situationen und Begebenheiten eben komisch darzustellen.

Vor allem noch beim Slapstick handelt es sich beim komischen Helden meist um den kleinen Mann, der in gefährliche Situationen gerät. Da er sich nicht an die „Regeln“ hält, gerät er oftmals in Schwierigkeiten. Jedoch gibt es kaum etwas, was den komischen Helden aufhalten oder am Ende erschüttern kann. Schüssen, Explosionen, Raufereien und ähnlichen Ereignissen entkommt er meist unversehrt. Am Ende überlebt er immer.

Diese Effekte sind eben durch die bereits erwähnten Möglichkeiten der Kamera und Schnitttechniken noch einfacher darstellbar geworden.

Der amerikanische Sozialpsychologe George Herbert Mead²⁰⁵ geht davon aus, dass wir erst durch diese Identifikation im Stande sind über bestimmte Ereignisse zu lachen. Wenn wir zum Beispiel jemanden sehen der hinfällt identifizieren wir uns mit demjenigen und können aus diesem Grund auch darüber lachen. Die Beobachtung des Hinfallens an sich erzeugt Spannung in uns. In dem Moment, wo man merkt, dass es sich aber um eine harmlose Situation handelt, entspannen wir uns wieder, und es folgt ein Lachen. Durch das Lachen symbolisieren wir, dass einer Situation kein Ernst zugrunde liegt. Dass im Falle des Mannes, der zu Boden fiel, der Sturz

²⁰¹ Vgl.: Kapitel 2.3.

²⁰² Vgl.: Lindner: Der Grotteskfilm. S. 155.

²⁰³ Vgl.: Ebenda. S. 156.

²⁰⁴ Ebenda. S. 156.

²⁰⁵ Vgl.: Zijderveld: Humor und Gesellschaft. S. 58.

keine weiteren Folgen hat und man die Situation nicht ernst nehmen muss. Die Reaktion des Lachens auf dieses Ereignis bezieht sich also auf die Entspannung der Situation und nicht auf einen humoristischen Inhalt, allerdings wird durch das Lachen die Situation als humoristische definiert.²⁰⁶

Die Identifikation ist demnach auch wesentlich für die Intensität des Humorempfindens bei der Rezeption. Anders als beim ernst genommenen Helden bewundern wir seine Taten jedoch nicht.²⁰⁷ Übermäßige Anstrengungen, Scheitern im Handeln und ähnliche Fehlleistungen, sei es verbal oder visuell, regen den Rezipienten zum Lachen an. Dies wäre in dem Fall „der Ausdruck der lustvoll empfundenen Überlegenheit [...], die wir uns ihm [dem komischen Helden] gegenüber zusprechen.“²⁰⁸

Der Vorgang der Identifikation mit dem komischen Helden entstehe, laut Freud aufgrund eines kathartischen Effekts. Die Helden auf dem Bildschirm oder der Leinwand, erleben und leisten bestimmte Dinge „für“ den Zuseher. Der Konsument kann so die Handlungen entspannt genießen, ohne jeglichen Aufwand selbst zu tätigen.²⁰⁹ Im Falle des komischen Helden handelt dieser entgegen der Erwartungen und begibt sich in komische Situationen. Trotzdem kann es hier zu einer Form der Identifikation kommen, Jauss spricht hier auch von dem Eintreten der Solidarisierung mit dem komischen Helden beim Scheitern seines Handelns.²¹⁰ Durch ihn, können „ästhetische wie moralische Normen thematisiert“²¹¹ und zu Bewusstsein gebracht werden. Im gleichen Zuge werden diese auf komische Art und Weise kritisiert, ohne den Themen dabei Ernsthaftigkeit zu verleihen. „Die Versetzung des Helden in eine komische Situation löst den Bann der admirativen [distanzierten] Identifikation und läßt den lachenden Betrachter einen Moment der Überlegenheit und Unbetroffenheit gegenüber dem ihm sonst überlegenen, betroffenen Helden genießen.“²¹² So können wir uns in *Larry Crowne* (2011) über Tom Hanks und seinen Versuch eines Neustarts im Leben, köstlich amüsieren, ohne die Hürden selbst durchmachen zu müssen.

Durch die gegebene Distanz bei der Rezeption, durch Bildschirm oder Leinwand, kann sich der Beobachter noch mehr an dem Gefühl der Sicherheit erfreuen, dass es sich um einen anderen handelt, dem eben Missgeschicke passieren. Er

²⁰⁶ Vgl.: Zijdeveld: Humor und Gesellschaft. S. 61.

²⁰⁷ Vgl.: Jauss: Über den Grund des Vergnügens am komischen Helden. S. 103.

²⁰⁸ Ebenda. S. 102.

²⁰⁹ Vgl.: Jauss: Über den Grund des Vergnügens am komischen Helden. S. 104.

²¹⁰ Vgl.: Ebenda. S. 105.

²¹¹ Ebenda. S. 105.

²¹² Ebenda. S. 106.

beobachtet diese lediglich.²¹³ Der Zuschauer erfreut sich somit an dem Leiden des anderen, aus eben dieser Freude ergebe sich bei der filmischen Rezeption die Ersparnis des psychischen Aufwands, wie Freud sie beschreibt.²¹⁴

Der groteske Held, wie man ihn aus dem frühen Film kennt, löste in der Regel in kollektives Lachen aus, welches über „Furcht, Zwang und Unterdrückung triumphiert“.²¹⁵

Die Gewissheit, dass dem Betrachter aus den filmischen Ereignissen kein Schaden zugefügt werden kann, erhöhe die Intensität des Humorempfindens und in weiterer Folge auch des Lachens.

Das System der Filmkomödie und der Unterhaltung im Kino funktionierte auch, wenn man ihr am Anfang etwas skeptisch gegenüber stand.²¹⁶ Die Schauspieler konnten ihr Publikum überzeugen. Und so kommt es, dass auch heute noch die Kinokassenschlager die Komödien sind. Die Darstellungsweise hat sich im Laufe der Jahre mit Sicherheit geändert, es „durfte“ mehr gezeigt werden. Die Nachfrage nach Unterhaltung im Kino bzw. durch den Film, ist nach wie vor gegeben.

Dies erforderte schneller und vermehrte Produktionen von Filmkomödien. Den späteren Massenproduktionen, sagt man eine Minderwertigkeit nach. „Produktionen für eine anspruchslose Masse“.²¹⁷

Im Mai 2011 „sprengte“ die Fortsetzung der Hollywood Comedy *The Hangover* (2009) alle Rekorde der Komödienstarts.²¹⁸ „Der beste Start einer Komödie aller Zeiten“²¹⁹ Ein Film über vier Männer, die den Junggesellenabend eines Freundes in Las Vegas feiern möchten. In der besagten Nacht, verlieren sie jedoch den Bräutigam. Geplagt von einigen Blackouts, können die Zuschauer in ca. 100 Minuten, den drei „hangoverd“ Männern auf der Suche nach ihrem Freund, und den Auswirkungen der vorigen Nacht, zusehen und sich über deren Missgeschicke amüsieren. Im zweiten Teil des Erfolgsfilms, *The Hangover Part 2*, wiederholt sich die Geschichte, diesmal jedoch in Thailand. Erneut begleitet man die Freunde bei ihrem Versuch die letzte Nacht zu rekonstruieren.²²⁰ Das Erfolgsrezept der beiden

²¹³ Vgl.: Jauss: Über den Grund des Vergnügens am komischen Helden. S. 103 -104.

²¹⁴ Siehe auch Kapitel 2.

²¹⁵ Vgl.: Jauss. Über den Grund des Vergnügens am komischen Helden. S. 107.

²¹⁶ Vgl.: Brandlmeier: Das Groteske im Kino. S. 235.

²¹⁷ Vgl.: Maase: Wer findet denn so etwas komisch? S. 878.

²¹⁸ Vgl.: Bild.de: <http://www.bild.de/unterhaltung/kino/bradley-cooper/erfolgsgeheimnis-bradley-cooper-in-hangover-2-18166356.bild.html> (letzter Zugriff 30.08.11)

²¹⁹ Ebenda.

²²⁰ Vgl.: Trailer The Hangover Part 2. <http://www.imdb.com/video/imdb/vi2196348185/> (letzter Zugriff 30.08.11)

Filme, liege in dem Humor, der deutlich unter die „Gürtellinie“ treffe. Die Regisseure schafften es, „sich nicht um die Grenze zwischen gutem und schlechten Geschmack zu scheren und trotzdem einen Kinosaal zum Grölen zu bringen.“²²¹ Auch hier mögen sich die Meinungen, über den Gehalt der Komik trennen. Offensichtlich ist jedoch der starke Anklang solcher Filme innerhalb der heutigen Gesellschaft. Bereits am ersten Kinowochenende, brach diese Form der Komik alle bisherigen Comedy Kinostarts, zumindest in den USA.²²² Womöglich spielen auch hier das Überlegenheitsgefühl und die Distanz zur Handlung eine Rolle. Die Rezipienten beobachten die Protagonisten bei ihren leidigen Erlebnissen, ohne selbst unter den Nachwirkungen eines Hangover leiden zu müssen.

Durch Medien wie den Film, das Fernsehen oder Internet kann man das Lachen bewusst hervorrufen bzw. setzt man sich dem Lachen bewusst und vor allem gewollt aus. Man sucht sich bewusst Inhalte aus, die einem zum Lachen bringen. Durch die technischen Fortschritte in Film und Medien wurde es auch stets einfacher, diesem Bedürfnis nachzugehen.

²²¹ Bild.de. <http://www.bild.de/unterhaltung/kino/bradley-cooper/erfolgsgeheimnis-bradley-cooper-in-hangover-2-18166356.bild.html> (letzter Zugriff 30.08.11)

²²² Vgl.: Ebenda.

4.2. „Comedy“ rund um die Uhr

„Comedy is the primary genre of media entertainment“²²³

Wie im vorigen Kapitel aufgezeigt, war die Komödie von Beginn an fester Bestandteil der filmischen Welt. Die stetigen Entwicklungen im Bereich des Films und der später aufkommenden Medien haben dem Gefallen an humoristischen Inhalten jedoch keinen Abbruch getan. Humor ist ein gutes Kommunikationsmittel. Dies wurde auch von den Medien schnell erkannt und in der Programmgestaltung berücksichtigt. So kommt es, dass ca. 40% des Fernsehprogramms nach wie vor Komödien sind, gegenüber Informationssendungen oder Dramen.²²⁴ Humoristische Programme werden in den Medien weit mehr konsumiert als andere Formate.²²⁵ Unterhaltung bekam einen immer größeren Stellenwert. Die „Verpackung“ musste stimmen, dass auch Informationssendungen Anklang bei den Zuschauern fanden. So wundert es nicht, dass auch „ernste“ Formate oftmals versuchen, ihre Sendungen mit humoristischen Pointen etwas aufzulockern.



Abb. 8: Quelle: © Getty Images

Mit der Entwicklung des Fernsehens standen auch der filmischen Komik neue Möglichkeiten offen. Zu Beginn noch nicht geahnt, entwickelte sich das Fernsehen im Laufe seiner Geschichte zum Massenmedium. In den 1950er Jahren erlebte das neue Medium einen regelrechten Aufschwung und brachte die Welt in immer mehr Haushalte.²²⁶ Mit dem Fernsehen änderte sich auch die Konsumsituation der Rezipienten. Obwohl man zu Beginn dem Kino bereits eine Individualisierung zusprach, traf bzw. trifft dies auf das Fernsehen weit mehr zu. Die Apparate werden

²²³ Zillmann: Media Entertainment. S. 49.

²²⁴ Vgl.: Grafik Zillmann: Media Entertainment. S. 50.

²²⁵ Vgl.: Goldstein: Humor and Comedy in Mass Media. S. 321.

²²⁶ Kubitz: Der Traum vom Sehen. S. 30.

in die Haushalte aufgenommen, und anstatt sich ins Kino zu bemühen, genießen viele Menschen die Unterhaltung lieber bequem auf der Couch. Bald war das neue Medium nicht mehr aus dem Alltag wegzudenken. Viele sagen der Mattscheibe nach, sogar zum Familienmitglied geworden zu sein.

„Slapstick- Komödien verhalfen dem frühen Film zu seinen Publikumserfolgen.“²²⁷

Diesen Erfolg wollte man auch bei dem Fernsehen erzielen und es als Massenmedium etablieren. Es sollte so auch an ein Massenpublikum gebracht werden. „Man versuchte, das Publikum von Kino und Theater etwa durch Live-Übertragungen“²²⁸ auch für das Fernsehen begeistern zu können. Schnell erkannte man auch im neuen Medium die Wichtigkeit der Unterhaltung und des Humors, um das Publikum begeistern zu können. „Humor ist ein unverzichtbarer Programmfaktor des Fernsehen, der nicht nur der Unterhaltung dient, sondern auch kritische Funktionen im Rahmen der medialen Kommunikation erfüllt.“²²⁹

Es wurden Aufzeichnungen von zahlreichen Kabaretts oder ähnlichen Unterhaltungsprogrammen in die heimischen Wohnzimmer übertragen. Filme, für die man sonst ins Kino gehen musste, wurden nun in die Wohnzimmer geliefert.²³⁰

Komödien und jegliche Sendungen mit humoristischen Inhalten wurden vermehrt in das Programm integriert. Nach und nach begann man auch im deutschsprachigen Raum, eigene Komikprogramme zu produzieren.²³¹ „Nonsense-Blödeleien bilden einen Gegenpol zum Informationsüberfluss der restlichen Programmangebote.“²³²

Es kam zu einer verstärkten Produktion von humorvollen Sendeformaten. Schnell begab sich das Massenmedium in Richtung kommerzieller Unterhaltungsform.

„Gleichzeitig erfüllt das Fernsehen mit der Integration von Komik in die Medienvermittlung auch wichtige Funktionen für die Zuschauer.“²³³ Durch die humoristischen Sendungen liefert das Fernsehen den Rezipienten die nötige Dosis an Unsinn.²³⁴ Weiters verleihe der Humor dem Lachenden selbst eine eigene Form von Autorität. „Das Wesen des Witzes ist doch: ich muss über jemanden lachen und nehme damit eine erhobene Haltung über diese Person, über dieses Symbol oder über dieses Klischee ein.“²³⁵

²²⁷ Bleicher: Humor im Wandel der Zeit. S. 2.

²²⁸ Ebenda. S. 3.

²²⁹ Ebenda. S. 1.

²³⁰ Vgl.: Ebenda: S. 2-3.

²³¹ Vgl.: Ebenda: S. 3.

²³² Ebenda: S. 5.

²³³ Ebenda. S. 10.

²³⁴ Vgl.: Ebenda. S. 10.

²³⁵ Grabosch, Jörg zitiert nach Bleicher: Humor im Wandel der Zeit. S. 10.

Die Anzahl der Fernsehformate, die der Unterhaltung und „Comedy“ zugeschrieben werden können, hat in den letzten Jahrzehnten massiv zugenommen. In den 1990er Jahren gab es einen regelrechten „Comedy- Boom“.²³⁶ Durch den anhaltenden Erfolg wurde die Produktion komödiantischer Sendungen vielfältig weitergeführt. Die Unterhaltung der Rezipienten wird immer mehr zur Priorität des Mediums bzw. war die Nachfrage nach eben dieser Unterhaltung immer stärker geworden. Medienwissenschaftler sehen in dieser Entwicklung ein sinkendes Niveau, sowohl in den Sendeformaten als auch bei den Rezipienten.²³⁷ Maase sieht in eben dieser „Massenproduktion“ das Aufkommen einer Trivialkultur, die sich innerhalb der Gesellschaft im Laufe der Jahre stetig auszubreiten scheint.²³⁸

Vor allem zu Beginn des Fernsehen ändern sich die dargestellten humoristischen Sendungen, setzt man hier vor allem auf „reale“ Situationen, in denen man oft mit einer versteckten Kamera Leuten eine Falle stellt. In Sendungen wie „Verstehen Sie Spaß“, „Bitte Lächeln“, „Upps - die Pannenshow“²³⁹ und ähnlichem sieht man vermeintlich non-fiktionale Situationen, in denen Menschen in „Fettnäpfchen“ treten. Die freiwillige Zurschaustellung der Menschen, und die Möglichkeiten des Fernsehens, verhelfen solchen Formaten zu einem regelrechten Boom. Der Erfolg dieser Sendungen zeigt, dass die womöglich bereits als veralteten Theorien früher Philosophen, auch heute noch ihre Richtigkeit haben.

²³⁶ Knop: Comedy in Serie. S. 13.

²³⁷ Vgl.: Ebenda. S. 6.

²³⁸ Vgl.: Maase: Wer findet denn so etwas komisch? S. 878.

²³⁹ Schwender: Medien und Emotionen. S. 216.

Die Freude am Schaden der anderen

„Die Lebensfreude basiert zu einem guten Teil auf dem Schaden anderer.“²⁴⁰

Schadenfreude: wie der Name schon sagt, die Freude über den Schaden, jedoch nicht über den eigenen, sondern im Normalfall über den Schaden und die Missgeschicke der anderen Menschen. Dies war seit jeher eine wirksame Funktion des Komischen, jedoch erreicht sie in ihrer Darstellung im Fernsehen und später auch durch das Internet neue Dimensionen. Das Scheitern anderer Menschen scheint große Belustigung bei den Medienkonsumenten auszulösen. Aus diesem Grund findet man im Medienangebot auch zahlreiche Sendeformate, die eben dieser Lust nach Schadenfreude, und daraus folgender Überlegenheit, gerecht werden. Sowohl das Fernsehen als auch das Internet bieten die Möglichkeit, sich selbst zur Schau zu stellen oder auch von anderen ins lächerliche Licht gerückt zu werden.



Abb. 9: Quelle: Tourist Auslachen/Blog Berlin

Das Betrachten von Missgeschicken anderer Leute erzeugt bei den Betrachtern nicht nur ein Überlegenheitsgefühl, eben weil sie nur die Betrachter sind sondern unterhält gleichzeitig. Der Anthropologe Carl Huter hat das schadenfreudige Lachen sogar als einen dummen und rücksichtslosen Ausdruck des Menschen bezeichnet, durch den er seine Neugier zeigt. Durch das Lachen befriedige er eben diese Neugier, allerdings auf eine sehr hässliche Art und Weise.²⁴¹ „Schadenfreude meint nicht lachende Vernunft, sondern sie ist eine Gelächterdynamik, in der das Lachen der einen das Lachen der anderen nach sich zieht.“²⁴²

²⁴⁰ Bien: Schadenfreude. S. 255.

²⁴¹ Vgl.: Carl Huter zitiert nach: Bien: Schadenfreude. S. 254.

²⁴² Bien: Schadenfreude. S. 262.

Durch die vermehrte Produktion setzt man oftmals auch auf billig und vor allem schnell produzierbare Sendeformate. Es scheint als, sei die Unterhaltung der Zuschauer mit dem Erleichterungs- und Überlegenheitsgefühl, welches diese Sendungen auslösen, leicht zufrieden zu stellen.²⁴³ „[...] Es sei für Menschen lustig, die Missgeschicke anderer wahrzunehmen und dabei festzustellen, so dumm oder ungeschickt bin ich nicht bzw. nicht mehr.“²⁴⁴ Diese Eigenschaften des Komischen und in weiterer Folge der Komödie, findet man bereits in den Analysen von Aristoteles.

„Die Komödie ist [...] die Nachahmung von schlechteren Menschen, aber nicht im Hinblick auf jede Art von Schlechtigkeit, sondern nur insoweit, als das Lächerliche am Häßlichen teilhat. Das Lächerliche ist nämlich ein mit Häßlichkeit verbundener Fehler, der indes keinen Schmerz und kein Verderben verursacht, wie ja auch die lächerliche Maske häßlich und verzerrt ist, jedoch ohne den Ausdruck von Schmerz.“²⁴⁵

Somit kann es in weiterer Folge beim Rezipienten zu einem befreienden Lachen kommen, welches durch das Überlegenheitsgefühl ausgelöst wird. Diese Form der Unterhaltung lässt sich zum Beispiel durch das Format des Reality TV stillen. Vor allem auf den kommerziellen Sendern gibt es zahlreiche Sendungen, die aus dem Leben „normaler“ Menschen berichten und die zur Unterhaltung der Rezipienten beitragen. Zillmann bezeichnet dies als „put-down humor“, dessen Grenzen nach unten offen sind.²⁴⁶ Komödien, und humoristische Inhalte seien voll von eben diesem „put-down humor“.

„Man lacht über andere, wenn sie Fehler machen und man der Überzeugung ist, einem selbst könnte so etwas nie passieren.“²⁴⁷ Es komme zu einem Überlegenheitsgefühl, zu dem Triumph über den anderen und der gleichzeitigen Erleichterung, dass man selbst nicht der Betroffene ist. Eben diese Erleichterung äußert sich durch das Lachen. So erhebe sich der Mensch mit dem Lachen über alle kulturellen Tabugrenzen. Genau diese Eigenschaft verleihe dem Lachen nach

²⁴³ Vgl.: Knop: Comedy in Serie. S. 8-9.

²⁴⁴ Schramm; Wirth: Empirische Unterhaltungsforschung. S. 35.

²⁴⁵ Aristoteles: Poetik. S. 17.

²⁴⁶ Schramm; Wirth: Empirische Unterhaltungsforschung. S. 45.

²⁴⁷ Braunschmid: Mehrebenenuntersuchung von Lachen und Weinen. S. 47.

wie vor eine beängstigende Wirkung für die zivilisierte Kultur. Da sich dieses gesellschaftliche Phänomen jeglicher Kontrolle entziehe.²⁴⁸

„Eine Humorsendung ist dadurch gekennzeichnet, dass sie ihr Publikum zum Lachen bringen soll [...].“²⁴⁹ Zu dieser Kategorie zählen Live-Shows, oder Nummernshows, meist mit einem Studiopublikum, Sitcoms, oder Comedy Serien. Wie bereits beim Film war es nun auch dem neuen Medium möglich, durch Komiksendungen gesellschaftliche Tabus anzusprechen und aufzuzeigen und im gleichen Zuge die Rezipienten zu unterhalten.²⁵⁰

Bei der Fernsehkomödie handle es sich „um eine sehr komplexe und nuancenreiche Art der Unterhaltung, [...] die von seichter Komik und infantiler Clownerie über niveaulose Fernsehparodie, fäkal-sprachlich angereichert bis hin zu Dirty Talk reicht, die aber auch Anspruchvolles umfasst.“²⁵¹ Die Grenzen im Fernsehhumor scheinen stetig erweitert zu werden, und es gibt kaum noch Tabugrenzen oder Bereiche des Lebens, die nicht „Opfer“ des Humors werden. „Eben dieser Tabubruch hat sich gewissermaßen zu einem Kriterium entwickelt, durch das sich die aktuelle Comedy zum Beispiel vom Kabarett abgrenzt.“²⁵²

Eines der erfolgreichsten Fernsehformate im Bereich der Komikdarstellung sind die sogenannten Sitcoms. Die Situationskomik, scheint heute die Form der Komik zu sein, die beim Publikum den größten Anklang findet.²⁵³ Dies bedeutet, dass wir uns besonders über Situationen amüsieren, in denen anderen Personen Missgeschicke passieren. Die Begeisterung über diese Form des Komischen und die bereits erwähnte Schadenfreude, scheint eine Erklärung für den großen Erfolg der Sitcoms zu sein.

Die Sitcom hat ihren Ursprung in den USA und Großbritannien, wurde aber sehr rasch auch in den deutschsprachigen Raum exportiert.²⁵⁴

Comedy Sendungen erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Für die Fernsehstationen sind diese auch lukrativ. Meist sind diese Sendungen billig in ihrer Produktion, und werden auch stetig wiederholt, was ihrem Erfolg jedoch keinen

²⁴⁸ Hüttinger: Die Kunst des Lachens. S. 34.

²⁴⁹ Schumacher; Hammer: Humorsendungen im Fernsehen. S. 562.

²⁵⁰ Vgl.: Ebenda. S. 562.

²⁵¹ Ebenda. S. 562.

²⁵² Ebenda. S. 562.

²⁵³ Vgl.: Prokop: Der Medien- Kapitalismus. S. 232.

²⁵⁴ Vgl.: Knop: Comedy in Serie. S. 86.

Abbruch tut.²⁵⁵ „Sitcoms übertreiben, verkürzen und verallgemeinern in einer Weise, wie es in Witzen üblich ist.“²⁵⁶ Durch diese Funktion kann man der Fernsehkomik unendlich große Bandbreite an der Humordarstellung zusprechen.

„Comedy-Angebote, wie sie im heutigen Fernsehprogramm vorzufinden sind, können als massenkulturelle Erscheinung und somit als Teil einer <low culture> angesehen werden[...].“²⁵⁷ Kritiker dieses Genres sprechen oft auch von der „Verblödung“ des heutigen Fernsehprogramms.²⁵⁸ Helmuth Plessner hat bereits im Bezug auf das Lachen bemerkt, dass dumme Menschen besonders leicht zum Lachen zu bringen seien.²⁵⁹ Somit könnte diese Trivialität auch in Indikator für die vermehrte Anspruchslosigkeit innerhalb der Gesellschaft sein.

²⁵⁵ Vgl.: Schumacher; Hammer: Humorsendungen im Fernsehen. S. 563.

²⁵⁶ Schwender: Medien und Emotionen. S. 219.

²⁵⁷ Knop: Comedy in Serie. S. 91.

²⁵⁸ Vgl.: Ebenda.

²⁵⁹ Vgl.: Kapitel 2. S. 18.

4.2.1 Das Lachen aus der Dose - „canned laughter“²⁶⁰

„Die Sitcoms haben den Zweck, ihr Publikum, jene Fern-seher, zum Lachen zu bringen. Das Lachen wird aber ausgelöst (möglicherweise ebenso impulsiv und affektiv, wie man über einen guten Witz lacht) durch einen Witz und seinen Lacher, wobei sich der Witz manchmal nur durch diesen Lacher zu erkennen gibt. Es handelt sich stets um etwas Komisches, von dem zusätzlich, von einer anderen Position aus, gesagt wird: ‚das ist komisch‘.“²⁶¹

Ausgehend von diesem Standpunkt lässt sich sagen, dass Sitcoms, die im Normalfall stets ein Lachen aus der Dose aufweisen, bereits ihre eigene Rezeption beinhalten.²⁶² Sie bestimmen bereits für sich selbst, welche „Gags“ oder Situationen als humoristisch gelten. Robert Pfaller spricht in diesem Zusammenhang von dem Delegieren des Genießens.²⁶³

Zwar delegiert man auf der einen Seite das Genießen, gleichzeitig macht dieses aber das „Mitgenießen“ möglich. „Möglich wird dieser Genuß [...] nur durch die Einführung eines zumindest imaginären anderen, der [...] das Genossene sozusagen vorkosten muß.“²⁶⁴ Dieser andere wird beim Fernsehen eben durch das Konservenlachen eingespielt. Es bildet sich eine „dritte Position.“²⁶⁵ Diese dritte Position bildet der Fernsehzuseher, neben dem Geschehen auf dem Bildschirm, und dem scheinbar neben der Bühne entstehenden Gelächter.

Ursprung hat dieser Gedanke in den Konzepten der Comedy Shows oder Live- bzw. übertragenen Sendungen, in denen ein Publikum vorhanden ist. Hier wird das Studiopublikum auch oft eingeblendet, vor allem wenn gelacht wird, dann wird das lachende Publikum auf dem Bildschirm gezeigt. Bei den Situations Comedies wird das Lachen aus dem Off eingespielt, es wird jedoch vorgegeben, dass auch hier ein Publikum vorhanden ist, eben ein Lachendes.

Nach den neurowissenschaftlichen Studien, die bereits im Bezug auf das Lachen genannt wurden, könnte man nun davon ausgehen, dass auch dieses Lachen aus der Konserve den Zuseher zum Lachen bringen soll, da Lachen ja ansteckend sei. Jedoch sieht das „canned laughing“ nicht unbedingt seinen Zweck darin, den Fernsehrezipienten mit dem Lachen anzustecken, dazu seien die eingespielten

²⁶⁰ Nicklaus: Wenn zwei interagieren, freut sich der dritte. S. 139.

²⁶¹ Ebenda. S. 139.

²⁶² Pfaller: Interpassivität. S. 2.

²⁶³ Pfaller: Interpassivität.

²⁶⁴ Nicklaus: Wenn zwei interagieren, freut sich der dritte. S. 137.

²⁶⁵ Ebenda. S. 138.

Lacher viel zu inszeniert.²⁶⁶ Allerdings gibt das Lachen aus dem Off sehr wohl dem Rezipienten den „Hinweis“, dass es sich um eine komische Szene handelt, und kann somit zum Lachen anregen. Durch das Lachen vor dem Bildschirm begibt sich der Rezipient auf die zweite Ebene, nämlich jene der imaginären Lacher. Wir teilen das Genießen mit einer imaginären Rezipientenmasse. Lacht man nun über das telemediale²⁶⁷ Geschehen, amüsiert man sich so über etwas, das scheinbar auch jemand anderen (die Lacher aus der Konserve) zum Lachen gebracht hat. Nicklaus spricht in diesem Zusammenhang von dem „Vorgenießen“, in dem Pfaller eben das Delegieren des Genießens sieht. Jedoch ist dies nicht so zu verstehen, dass ich jemanden für mich genießen lasse, sondern „sein Genießen ermöglicht das meine, autorisiert mich, genauso zu genießen wie er. Das delegierte Genießen geht dem „eigentlichen“, dem „eigenen“ voraus.“²⁶⁸

4.2.2 Bewusst gewählt - Die Nachfrage bestimmt das Programm

„Die Qualität des Fernsehen bemisst sich [...] nicht nur nach den ästhetischen Standards der Sendungen, sondern danach, ob sie für die Zuschauer Bedeutung erlangen und Sinn machen können.“²⁶⁹ Demnach bestimmt der Rezipient die Qualität der Sendeformate. Die Produktionsfirmen richteten sich nach den Wünschen der Konsumenten, so kam es zu einer Vermehrung der Sendungsproduktionen, vor allem aber Eigenproduktionen der TV-Sender, da diese günstiger waren. Trotz seiner massenmedialen Eigenschaft ist die Intention der Rezipienten, sich ein und demselben Medium bzw. Medienformat zu widmen, individuell bestimmt.

Die Grundlagenforschung, als Teil der Film und Medienwissenschaft, beschäftigt sich unter anderem auch mit den Motiven der Rezipienten, sich bestimmte Genres anzusehen. Die Unterhaltung, die es zum Ziel hat, dem Zuschauer ein gutes Gefühl zu vermitteln, sei demnach eine der bequemsten Arten, die jeweilige Stimmung zu beeinflussen.²⁷⁰

²⁶⁶ Vgl.: Nicklaus: Wenn zwei interagieren, freut sich der dritte. S. 139.

²⁶⁷ Knop: Comedy in Serie. S. 61.

²⁶⁸ Nicklaus: Wenn zwei interagieren, freut sich der dritte. S. 143.

²⁶⁹ Mikos: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. S. 2.

²⁷⁰ Vgl.: Zillmann: Über behagende Unterhaltung. S. 45.

Daraus lässt sich erklären, warum Konsumenten zum Großteil zu Sendeformaten mit humoristischen Inhalten greifen, die sie unterhalten. Die gewisse Leichtigkeit und manchmal auch gegebene Einfachheit dieser Sendungen, lässt die Medienkonsumenten vor allem nach anstrengenden Tagen verstärkt zu Programmen und Filmen greifen, die sie amüsieren und auch zum Lachen anregen.²⁷¹ Zillmann sieht darin ein instinktives Handeln der Rezipienten, welches er mit der „Mood-Management“ Theorie erklärt. Er geht davon aus, dass Konsumenten sich instinktiv Programminhalte aussuchen, die ihre aktuelle Gefühlslage verstärken bzw. in eine gewünschte Richtung lenken.²⁷² So fand man zum Beispiel heraus, dass besonders gestresste Menschen verstärkt zu humoristischen Filmen und Sendungen greifen. Aber auch schlecht gelaunte Menschen neigen dazu, durch Unterhaltungsprogramme ihre Stimmung wieder zu heben.²⁷³ „Je schlechter die Verfassung, um so attraktiver sind Komödien!“²⁷⁴

Vor allem fröhliche Komödien, die es verstehen, alltägliche Probleme zu verharmlosen und lustig darzustellen, scheinen dieses Potential zu haben. Studien zeigten jedoch, dass die Konsumenten die Wahl meist unbewusst getroffen haben, eben abhängig von ihrer aktuellen Stimmung und Gefühlslage.²⁷⁵ Bei gestressten oder auch frustrierten Menschen bieten komische Inhalte eine gelungene Ablenkung. Dies will nicht heißen, dass durch die Rezeption mögliche Probleme gelöst werden.²⁷⁶ Jedoch verleihen die Formate für die Zeit des Konsums ein gewisses Maß an Leichtigkeit und das daraus resultierende Lachen hat, wie bereits mehrmals erwähnt, positive Auswirkungen auf den Körper und verleiht in weiterer Folge auch ein positives Gefühl.

„Ein lustiges Unterhaltungsangebot ist mit positiven Emotionen verbunden. Man ist stolz, etwas zu begreifen oder anderen überlegen zu sein, zudem ist man entspannt.“²⁷⁷ Dieses positive Gefühl lässt darauf schließen, dass sich Konsumenten instinktiv humoristische Inhalte zur Rezeption aussuchen.

Medienpsychologie Dolf Zillmann geht auch in seinen Analysen über die Unterhaltung in den Medien erneut auf die positive Wirkung des Lachens und des Humors auf den Menschen ein. Er führte auch selbst Studien durch, in denen sich

²⁷¹ Vgl.: Zillmann: Media Entertainment. S. 50.

²⁷² Vgl.: Ebenda. S. 51.

²⁷³ Vgl.: Ebenda. S. 51.

²⁷⁴ Zillmann: Über behagende Unterhaltung. S. 47.

²⁷⁵ Vgl.: Ebenda. S. 51.

²⁷⁶ Vgl.: Ebenda. S. 52.

²⁷⁷ Schramm; Wirth: Empirische Unterhaltungsforschung. S. 37.

die schmerzlindernde Funktion des Lachens und der Unterhaltung deutlich feststellen ließ.²⁷⁸ Es sei womöglich diese positive Auswirkung auf den Körper, die den Medienkonsumenten instinktiv zu den Formaten der Unterhaltung greifen lässt.²⁷⁹

„Rezipienten wählen gezielt Humorsendungen aus, von denen sie sich spezifische Wirkung, wie unter anderem das Erleben von Spaß und Freude, versprechen.“²⁸⁰

Diese freie Wahl wird, laut Zillmann, meist instinktiv getroffen. Aber „Rezipienten können [...] (bewusstes) Mood-Management betreiben, indem sie entscheiden, welche Sendung am besten geeignet ist, ihr optimales Erregungsniveau zu erreichen oder auch zu erhalten.“²⁸¹

So konsumiert man meist bewusst humoristische Inhalte in Film oder Medien, um die positive Stimmung zu verstärken oder negative durch die Belustigung durch die Medien zu mildern. So scheint es, dass lustige Geschichten oder Ereignisse „kurzfristig und für eine begrenzte Zeit die Langeweile des eigenen Alltags vertreiben oder Erholung bringen.“²⁸²

Meist haben sie alltägliche Situationen zum Inhalt, welche von den Protagonisten bewältigt werden müssen.

Eine der erfolgreichsten Sitcoms dieser Zeit ist mit Sicherheit *Two And A Half Men* mit Hauptdarsteller Charlie Sheen. Im Grunde handelt es sich bei allen drei Protagonisten um scheiternde Personen. Onkel Charlie, ein Mittvierziger, der sich mit seiner mittelmäßigen Karriere als Musiker rühmt, stets auf der Suche nach Frauen gepaart mit der nötigen Menge an Alkohol. Sein Bruder Allan, der bereits zwei Scheidungen hinter sich hat, und in ständig finanzieller Abhängigkeit seines Bruders steht. Und sein Sohn Jake, der es mit Mühe durch die Schule schafft, und auch sonst nicht gerade mit Intelligenz gesegnet zu sein scheint. Den Kerninhalt bilden hier also drei nicht herausragende Persönlichkeiten, die jedoch mit ihrem täglichen Kampf gegen ihre individuellen Probleme zur Belustigung der Rezipienten dienen. Als Charlie Sheen 2011 aus der Serie ausstieg, die Rolle des Onkel Charlies jedoch in sein reales Leben übernommen hat, wurde sein Verhalten von der Öffentlichkeit eher kritisiert, hat man jedoch in Serie noch darüber gelacht. Hier zeigt sich die Wichtigkeit des fiktiven Charakters, damit solche Ereignisse auch als

²⁷⁸ Vgl.: Zillmann: Über behagende Unterhaltung. S. 52-53.

²⁷⁹ Vgl.: Ebenda. S. 57.

²⁸⁰ Knop: Comedy in Serie S. 66.

²⁸¹ Ebenda. S. 67.

²⁸² Ebenda. S. 44.

komisch empfunden werden. In der realen Welt wurden die Auswirkungen des exzessiven Lebensstils deutlich sichtbar, er blieb also nicht mehr folgenlos.

Der Erfolg von Sendungen wie zum Beispiel *The Big Bang Theory* lässt sich womöglich erneut mit Ansichten von Platon oder Aristoteles erklären. Die Hauptcharaktere in dieser Serie sind vier überaus intelligente Wissenschaftlicher, die jedoch ihr Leben fernab der Norm führen. Eben ihr ständiges Scheitern bei alltäglichen, vor allem zwischenmenschlichen, Situationen, kann womöglich durch die „Lust“ über diese Tollpatschigkeit zur Unterhaltung der Rezipienten führen.²⁸³

Vor allem das nicht erkennen ihres teils unangebrachten Verhaltens, lässt die Protagonisten oft lächerlich wirken. Das wichtigste Element scheint hier die von Bergson definierte Charakterkomik zu sein.

Erneut zeigt sich hier die bereits mehrmals erwähnte Wichtigkeit des Gefühls der Distanz, um ein befreiendes Lacherlebnis beim Rezipienten zu ermöglichen. Hier kann in weiterer Folge die von Bergson stets betonte „Gefühllosigkeit“ eintreten. Durch den gegebenen Abstand zu den Geschehnissen, wäre nach Bergson auch die Intensität der Komik hier stärker.²⁸⁴

Dieses Phänomen lässt sich aber auch mit dem von Aristoteles erwähnten kathartischen Effekt erklären. Dieser habe in weiterer Folge eine wichtige soziale Funktion, da eine handelnde Person, die nicht der Norm entspricht, im Normalfall etwas Bedrohliches an sich hat. Bewegt sich diese Person nun aber im Kreis des Lächerlichen, fällt diese Bedrohung weg, und die soziale Ordnung wird wieder hergestellt. „Deshalb erfüllt die Komödie eine wichtige sozialkorrektive Funktion.“²⁸⁵

²⁸³ Vgl.: Kapitel 2. S. 3-4.

²⁸⁴ Vgl.: Kapitel 2. S. 11.

²⁸⁵ Titze; Eschenröder: Therapeutischer Humor. S. 43.

4.3. „Web- Comedy“ - jederzeit und überall

Seit dem Jahr 2000 zählt auch das Internet, neben dem Fernsehen und dem Radio, zu den Massenmedien.²⁸⁶ „Mit den technischen Innovationen im Bereich der Hardware und der Übertragungstechnologien sind die Möglichkeiten für Privatpersonen, visuell oder bewegten Humor zu erzeugen und damit auch eine größere Öffentlichkeit zu erreichen, gestiegen.“²⁸⁷

Im Bezug auf das Internet sollte man zwischen zwei Formen der humoristischen Inhalte unterscheiden. Zum einen Inhalte, die ursprünglich für ein anderes Medium, wie Kino oder Fernsehen, gedacht waren, und zum anderen eigens für das Internet produzierte Inhalte, die online gestellt werden.²⁸⁸

So wie schon das Fernsehen noch mehr Möglichkeiten bietet, humoristische Inhalte darzustellen und die Rezipienten zum Lachen zu bringen, ist durch das Internet die Möglichkeit fast unendlich geworden. Durch die eigene Produktion und das Hochladen von Inhalten gibt es kaum etwas was nicht erlaubt ist. Einige Kurzfilme bzw. Inhalte wären womöglich im Fernsehen undenkbar, jedoch finden sie im Internet ihren Platz.²⁸⁹

Dies hat dazu geführt, dass es in manchen Ländern auch eine Internet- Zensur gibt, um eben diesen Möglichkeiten doch noch Grenzen zu setzen.

„Hinsichtlich seiner Themen, ist Humor im Internet besonders auf den Wissenshorizont und auf die Rezeptionserwartungen von jugendlichen Zielgruppen zugeschnitten.“²⁹⁰ Junge Menschen nutzen das Internet vermehrt zur Unterhaltung. Zahlreiche Online Plattformen machen es den Mediennutzern nun möglich selbst zu „Komikproduzenten“ zu werden.

Die wohl erfolgreichste Plattform auf diesem Gebiet ist „YouTube“ (www.youtube.com). Hier findet man unter anderem Fragmente einzelner Filme, Musikvideos oder eben „homemade“ Videos. Unter dem Motto „Broadcast Yourself“²⁹¹ haben User die Möglichkeit, private Videos hochzuladen und so der gesamten Onlinewelt zu zeigen. Es erinnert ein wenig an die Fernsehshows wie „Upps - die Pannenshow“, bei der auch Zuseher ihre persönlichen Videos

²⁸⁶ Vgl.: Prokop: Der Medien-Kapitalismus. S. 124.

²⁸⁷ Wehn: Humor im Internet. S. 3.

²⁸⁸ Vgl.: Ebenda. S. 4.

²⁸⁹ Vgl.: Ebenda. S. 11.

²⁹⁰ Ebenda. S. 14.

²⁹¹ www.youtube.com (letzter Zugriff 25.8.11)

einsenden können. Durch Plattformen wie YouTube ist dies jedoch noch einfacher geworden. Der Wunsch nach öffentlicher Präsenz scheint in der Gesellschaft aktuell sehr stark zu sein.

Auch auf YouTube gibt es eine Kategorie „Comedy“²⁹². Beliebt sind hier vor allem kurze Clips aus dem Leben der anderen Menschen, in denen sich diese in gefährliche Situationen begeben, die meist schiefgehen. Nach dem „Gesetz“ der Komik bleiben diese Clips jedoch meist ohne sichtbar schwere Folgen. Nur selten sieht man bei einem Sturz dann auch, ob sich derjenige ernsthaft verletzt hat. (Ausnahme wären hier absichtliche abstoßende Clips, die sich an die MTV-Sendung Jackass anlehnen. Hier sieht man wie sich Menschen verletzen, übergeben oder Ähnliches.)

YouTube listet die Videos nach ihrer Beliebtheit. So zählen hier zum Beispiel Videos, bei dem ein Mann mit einem Gymnastikball auf ein Laufband hüpfet und sich damit überschlägt, zu den Comedy Videos mit den meisten Klicks.²⁹³ Beim Betrachten der Videos hat man die Möglichkeit, diese zu bewerten und zu kommentieren. Durch dieses Kommentieren wird man Teil einer virtuellen Gruppe. Zwar sitzt man meist alleine oder in kleinen Gruppen vor dem Bildschirm, kann sich jedoch weltweit mit einer virtuellen Masse darüber austauschen, wie lustig man den bestimmten Clip findet und wie sehr man darüber gelacht oder auch nicht gelacht hat.

Ob dieser Austausch bei der Rezeption auch Einfluss auf die Intensität des Lachens während des Konsums hat, ist fraglich. Es lässt sich jedoch sagen, dass die Komödie, oder auch Comedy, durch das Internet und seine Möglichkeiten seit dem Web 2.0 wieder eine neue Bedeutung und neue, beinahe unendliche, Darstellungsmöglichkeiten bekommen hat.

Weiters finden sich auch immer mehr sekundär Werke im Web, also Inhalte die ursprünglich für das Kino oder das Fernsehen gedacht waren. Zahlreiche Websites bieten aktuelle oder alte Filme zum Download oder Onlinestream an. Dies erspart den Rezipienten den Weg in die Kinos und ist mit Sicherheit auch kostengünstiger. Die Filmbranche versucht verstärkt, gegen diese Plattformen vorzugehen, da hier eine deutliche Bedrohung für den Kinobetrieb vorherrscht.²⁹⁴

²⁹² www.youtube.com/comedy (letzter Zugriff: 25.08.11)

²⁹³ www.youtube.com Yoga ball/Comedy (letzter Zugriff 17.08.11)

²⁹⁴ Vgl. dazu: Standard.at „Kino.to gesperrt“ (27.05.11)

<http://derstandard.at/1304553096266/Film-Streams-Sperre-von-Kinoto-bei-UPC-in-Kraft-getreten> (letzter Zugriff 25.08.11)

Auch das Fernsehen bekam durch das Internet eine nicht unbedeutende Konkurrenz. Das sogenannte „Web-Fernsehen“ ist immer stärker verbreitet. Beinahe jeder Fersensender hat bereits seine Online-Plattform, „Mediathek“, „TV-Thek“, „Fernsehen on demand“. Das Fernsehen ist nun bereits bis auf wenige Ausnahmen mit 24 Stunden Sendezeit ausgestattet. Web-Fernsehen on demand, schränkt nun auch den Ort des Konsums nicht mehr ein. So wirbt zum Beispiel die Online-Plattform des Österreichischen Rundfunks (ORF) für seine „TV-Thek“.²⁹⁵



Abb. 10: © ORF, Quelle: Horizont.at

Nicht nur die komischen Inhalte finden durch das Internet kaum noch Einschränkung, nun wurde der Ort der Verfügbarkeit stark erweitert. Die möglichen Auswirkungen dieser Konsumveränderung auf den Rezipienten werden in Kapitel 5 näher hinterfragt.

Die Frau auf der obigen Abbildung sieht offensichtlich eine Sendung in der Online TV-Thek auf ihrem Mobiltelefon und amüsiert sich dabei. Die Konsumsituation spiegelt die derzeitige Medienentwicklung wieder: mediale Unterhaltung jederzeit und überall. Vom Medienerleben kann man nach bisher Gesagtem über das Lachen und die Bedeutung des humoristischen Erlebens innerhalb einer Gruppe, davon ausgehen, dass die Intensität in der oben dargestellten Konsumsituation wesentlich geringer ist. Ob es tatsächlich zu solch einem Komikerlebnis kommt, wenn man alleine in einem Kaffeehaus mediale Unterhaltung genießt, sei dahingestellt.

Tatsache ist, dass es einen stetigen Wandel in den Konsumsituationen der medialen Rezeption gibt. Diese Veränderungen scheinen sowohl Philosophen als auch Filmwissenschaftler dazu zu veranlassen, die Bedeutung des filmischen Erlebnissen im Kino innerhalb eines Kollektivs, in Erinnerung zu rufen und zu analysieren. Vor allem für die Affektbildung die in weiterer Folge Reaktionen wie das Lachen hervorruft, scheint diese Form der Rezeption besonders bedeutend zu sein.

²⁹⁵ ORF TV Thek www.tvthek.orf.at (letzter Zugriff 25.08.11)

5. Der lachende Rezipient

Wie der Film und die Medien arbeiten, um ihre Konsumenten zu amüsieren und zum Lachen zu bringen, konnte nun im vorigen Kapitel dargestellt werden. Die meisten komödiantischen Filme oder Sendungen zielen demnach darauf ab, beim Rezipienten Lachen zu erzeugen, und können erst durch eben dieses Lachen auch als humoristisch kategorisiert werden.

Ähnlich wie beim alltäglichen Lachen in interaktiven Situationen, kann auch das Lachen bei der Medienrezeption mehrere Bedeutungen haben als die bloße Kategorisierung eines Films in eine Komödie. Dennoch, zählt es zu einer emotionalen Reaktion des Menschen auf aktuelle Geschehnisse. In diesem Fall sprechen wir von Ereignissen auf der Leinwand im Kino oder am Bildschirm. Das Lachen als Reaktion während der Medienrezeption gibt demnach Auskunft über das aktuelle Empfinden bei dem Konsum und über die aktuelle Situation, in der die Rezeption stattfindet. Nicht überall werden Emotionen gleichsam erzeugt und gezeigt, demnach kann man davon ausgehen, dass sich das Lachen als Gefühlsäußerung auch bei den unterschiedlichen Konsumsituationen unterschiedlich verhält. Mögliche Veränderungen und Unterschiede sollen im folgenden Kapitel näher hinterfragt werden.

Im Grunde sind beim Medienkonsum schon die beiden nötigen Parteien, die man bei einem komischen Ereignis braucht, vorhanden: das Geschehen auf der Leinwand als Auslöser und den Rezipienten als Zuhörer und Antwortgeber.

Die Geschehnisse über die man lacht, scheinen sich seit Platons Analysen nicht wesentlich geändert zu haben. Lediglich haben sich die Darstellungsmöglichkeiten und die Darstellungsweisen im Laufe der Jahre verändert. Seit Beginn des Films, wurde auch hier über die Missgeschicke scheinbar tollpatschiger Menschen gelacht. Über die Missgeschicke und Fehlleistungen andere Menschen lachte man seit eh und je. Film und Medien haben den in die „Zum Glück passiert mir das nicht“-Position versetzt, die ihm ein gutes und vor allem erleichterndes Gefühl verleiht und so zur Belustigung beiträgt und in den meisten Fällen auch schallendes Gelächter erzeugt.

Bei der Medienrezeption bekommt man durch den Bildschirm oder die Leinwand jedoch noch mehr Distanz zu dem betrachteten Ereignis. Das Wissen um diese Distanz könnte vor allem im Bezug auf das Verlachen von Personen oder

Situationen von Bedeutung sein. Finden wir Handlungen oder Situationen zum Lachen und amüsieren uns somit auf Kosten von jemand anderem, gibt der Film aber auch das Fernsehen und Internet den Vorteil, dass es die Verlachteten nicht mitbekommen, und man kann davon ausgehen, dass sich dabei niemand angegriffen oder verletzt fühlt. Lachen wir über jemanden, der sich zum Beispiel unabsichtlich mit dem Hammer auf den Daumen schlägt könnte man denjenigen damit demütigen oder verletzen. Dies kann auch eintreten, wenn jemand unabsichtlich etwas Komisches sagt, was die Zuhörer stark amüsiert. Beim Medienkonsum herrscht noch mehr Objektivität, und keine Gefahr, dass unser Überlegenheitsgefühl von den Betroffenen wahrgenommen wird.

Hier könnte man argumentieren, dass dies nur auf fiktionale filmische und mediale Inhalte zutrifft, wenn man jedoch Plattformen wie YouTube oder auch Reality Fernsehsendungen betrachtet, ist hier anzunehmen, dass die Personen humoristische Inhalte freiwillig an die Öffentlichkeit gerichtet haben. Aber auch hier bieten Leinwand und Bildschirm dem Rezipienten womöglich ein stärkeres Objektivitätsgefühl, welches sich wiederum positiv auf das Lacherlebnis auswirken könnte.

Film, Fernsehen und Internet bieten uns also die Möglichkeit, die scheinbare Lust des Überlegenheitsgefühls zu befriedigen, ohne dabei die „Ausgelachten“ zu verletzen.

Bei dem Medienkonsum gibt es meist nur die Lachenden und selten die Verlachteten. Der Rezipient muss sich hier nur entscheiden ob er mitlacht oder nicht. Mit diesem Wissen kann er unbeschwert mitlachen, ohne jegliche Konsequenzen, weder für ihn noch für den Verlachteten, fürchten zu müssen.

Fiktive Filme und Sendungen bieten uns die Möglichkeit, komische Ereignisse zu betrachten und auch lustig finden zu dürfen, dies tun wir eben durch die notwendige Distanz, die der Humor braucht. Distanz sowohl zu dem Ereignis auf der Leinwand, als auch zu einem selbst.

Erneut begegnen wir mit diesen Annahmen den Freud'schen Ansichten über Humor und Witz. Humoristische Filme und andere mediale Inhalte erlauben es auf der einen Seite, Dinge darzustellen, die womöglich im realen Leben undenkbar wären, und zum anderen als Rezipient über diese zusätzlich noch zu lachen. Ohne jeglichen eigenen Aufwand können sich die Konsumenten so über jegliche Form der Komik amüsieren.

Aus den bisherigen Theorien lässt sich bereits sagen, dass sowohl Humor als auch das Lachen wichtige Funktionen für den Menschen erfüllen. Filme und Serien bieten

eine gute Möglichkeit sich diesem „Vergnügen“ bewusst auszusetzen, und einfach einmal eineinhalb Stunden über jemanden lustig zu machen, der im Grunde genau das erreichen will und dabei nicht verletzt werden kann.

5.1. Vom Kollektiv zum Individuum

„Das Lachen bedarf offenbar des Echos“²⁹⁶, stellte bereits Bergson fest, im Bezug auf das Rezipientenlachen im Theater. Mit Aufkommen des Films und der späteren Medienentwicklung sah man auch hier starke Veränderungen im Publikum.



Abb. 11: © Exactostock / SuperStock

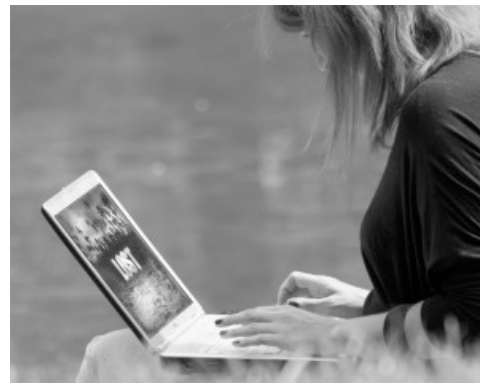


Abb. 12: Quelle: Frugal Zeitgeist

Mit der vermehrten Produktion von Kinofilmen zeichnete sich ein Kinopublikum ab. Man sah hier bereits eine Individualisierung des Publikums. Nach und nach veränderte sich die Konsumsituation und der Kinoraum. Der Fokus lag nun völlig auf dem filmischen Geschehen.²⁹⁷

Jede neue Entwicklung scheint auch Veränderungen innerhalb der Gesellschaft mit sich zu bringen, seien sie positiv oder negativ. So sah man auch bei dem Übergang der Music Hall zum Kino bestimmte Veränderungen für das Publikum.

In den Anfängen des Films, glaubte man kaum, der Kinoraum als eigenständige Kunstform überleben könnte. Zu Beginn diente eher die Technik der Kamera zur Unterhaltung als das Dargestellte an sich.

Neben den gezeigten Inhalten änderte sich aber auch die Konsumsituation der Unterhaltungsindustrie. Anders als bei den Bühnenspektakeln der Music Hall, wo meist der Fokus auf der zwischenmenschlichen Kommunikation lag, zielte das Kino darauf ab, die Aufmerksamkeit des Publikums auf das filmische Geschehen und

²⁹⁶ Bergson: Das Lachen. S. 8.

²⁹⁷ Vgl.: Brandlmeier: Das Grotteske im Kino. S.232.

dessen Technik zu lenken.²⁹⁸ „Der Übergang von der Music Hall zum selbständigen Kinobetrieb [...], setzte vor allem eine Umstrukturierung des Publikums voraus.“²⁹⁹ Durch die Fokussierung auf die Filmvorführungen entwickelte sich das Kinopublikum zu einem „Kollektiv vereinzelter Einzelner.“³⁰⁰ Das Kinopublikum ist jedoch kein geführtes Kollektiv, sondern nur eine Masse für die begrenzte Zeit der Rezeption.

Mit dieser Veränderung sah man auch eine deutliche Veränderung im Lachen des Publikums. „Das Lachen des Publikums war im Kino nicht mehr dasselbe. [...] Das Lachen im Kino hat etwas mit Konditionierung zu tun. Das Kinopublikum besteht aus lauter Reflexologen des kollektiven Unbewußten. Die spontanen Reaktionen des Kinopublikums unterliegen den Gesetzen der Massenpsychologie.“³⁰¹ Dies würde bedeuten, dass wir im Laufe der Betrachtung von komischen Ereignissen bereits darauf konditioniert wurden, über bestimmte Ereignisse zu lachen.

Walter Benjamin spricht in diesem Zusammenhang von dem Kollektivgelächter, das er der Masse im Kino zuschreibt. Das Kinopublikum setzt sich bewusst ständig erneuten psychischen Schocks aus.³⁰² In dieser Fähigkeit des Kinos sieht Benjamin die Möglichkeit einer „psychischen Impfung“.³⁰³ Vor allem nach dem Krieg war es möglich, durch den Film bestimmte Probleme aufzuzeigen, und der Groteskfilm wusste diese komisch darzustellen. Das Publikum konnte also über diese lachen und erfuhr sogleich eben die von Freud genannte psychische Aufwandsersparnis, da es sich nicht persönlich damit auseinandersetzen musste, sondern dies eben vom Kino, damals dem Groteskem Film gezeigt bekamen. Genau in diesem Prozess sieht Benjamin die „Impfung“. Das Publikumlachen wird vom Film künstlich erzeugt und dient so zur Abfuhr von Frustrationen und Energie.

Schnell erkannte man auch bei dem frühen Film schon, dass die Anwesenheit anderer Kinobesucher wesentlichen Einfluss auf die Rezeption hat. Das Kinopublikum nimmt anders teil an dem Leinwandgeschehen als ein Einzelner. „Jeder Kinobesucher weiß, dass Filme im Kino viel lustiger sind als im Fernsehen zu Hause. Das liegt nicht nur an der Größe des Bildes, auf dem man einfach mehr Nebensächlichkeiten wahrnimmt (auf die es bei Komik häufig ankommt), sondern

²⁹⁸ Vgl.: Ebenda. S. 232ff.

²⁹⁹ Brandlmeier: Das Groteske im Kino. S. 233.

³⁰⁰ Ebenda. S. 233.

³⁰¹ Ebenda. S. 233.

³⁰² Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. 1993. Zitiert nach: Lindner: Der Groteskfilm. S. 165.

³⁰³ Ebenda. S. 165.

vor allem an der Menge der Menschen. Im Dunkeln hat man etwas mehr Mut zu lachen, und wenn einer etwas bemerkt, das komisch sein könnte, und lacht, dann stimmen die anderen ein.“³⁰⁴

Das Lachen dient hier als Kommunikation zwischen den Zuschauern. „Lachende Zuschauer versichern sich permanent bei den anderen Mitsehern rück, ob ihre Heiterkeitsausbrüche auch von den anderen geteilt werden.“³⁰⁵ „Zugleich versichert man sich der gemeinsamen Normen, von denen die Mediendarbietung gerade abweicht.“³⁰⁶ Durch das Kino und den Film, wurde dem Lachen ein neuer öffentlicher Raum zugesprochen.³⁰⁷

Die Filmwissenschaft untersucht zwar stetig die Beziehung von Film und Rezipienten, und hier auch die emotionalen Affekte, allerdings nur selten die Beziehung zwischen den Zuschauern zueinander. Filmwissenschaftler Julian Hanich hat versucht, eben diese Beziehung näher zu bestimmen. Er geht davon aus, dass Rezipienten mit dem gemeinsamen Konsumieren filmischer Inhalte „affective audience interrelations“³⁰⁸ eingehen. Das bedeutet, dass man beim gemeinsamen Film- oder Fernsehkonsum nicht nur einfach nebeneinander sitzt und das filmische Geschehen betrachtet, sondern in eben diesem Moment auch eine affektive Beziehung zu den anderen Rezipienten eingeht. Diese Beziehung hat wiederum Einfluss auf den Konsum und die emotionalen Reaktionen, die während des Zusehens hervorgerufen werden können. „Once we watch a film with others we automatically enter a social relationship that fundamentally changes our experience of the film. It is different from watching a film alone.“³⁰⁹ Die Konsumsituation hat also deutlich Einfluss auf die Intensität der Emotionalisierung.

Es bildet sich eine Gruppe, mit der man für die begrenzte Zeit der Rezeption genau dieses Erlebnis teilt. Genau diese Gruppenerfahrung macht den Konsum im Kino anders als den Konsum alleine vor dem Bildschirm.

Die Konsumsituation hat jedoch in den letzten Jahrzehnten einen massiven Wandel durchlebt. Das Kinoerlebnis hat mehr und mehr Konkurrenz bekommen - angefangen von dem Aufkommen des Fernsehapparats in den privaten Haushalten bis hin zu dem filmischen und medialen Angebot durch das Internet. Heutzutage ist es nichts Seltenes, dass man unterwegs filmische Inhalte konsumiert. Durch die neuen Technologien ist es nun auch möglich Filme unterwegs auf dem Mobiltelefon

³⁰⁴ Stollmann: Theorie des Lachens und der Medien. S. 5.

³⁰⁵ Mikos: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. S. 16.

³⁰⁶ Rathmann: Was gibt's denn da zu lachen? S. 35.

³⁰⁷ Vgl.: Stollmann: Theorie des Lachens und der Medien. S. 5.

³⁰⁸ Hanich: Collective Viewing. S. 1.

³⁰⁹ Ebenda. S 2.

anzusehen, im Zug oder auch im Flugzeug. Es bedarf keiner speziellen Einrichtungen mehr, wie dem Kino. Und wie bereits erwähnt wurde, bietet das Internet rund um die Uhr an jedem Ort mediale Unterhaltung.

Filmwissenschaftler sehen aber gerade in dieser Entwicklung eine nicht besonders positive Änderung in dem Konsumverhalten unserer Gesellschaft. „The theatrical experience has lost its centrality. People watch films alone or as members of a dispersed audience [...]“³¹⁰ Zwar spricht man im Bezug auf das Kino auch von einer anonymen Masse, allerdings ist diese anwesend. Beim Fernsehen und vor allem dem Format der Sitcoms gibt dieses den Rezipienten vor, auch Teil einer Gruppe zu sein, allerdings ist diese nicht anwesend, sondern wird aus dem Off eingespielt. Eben diese stetigen und vor allem sehr raschen Veränderungen haben einige Filmwissenschaftler dazu veranlasst, die Besonderheit am Kinoerlebnis erneut in den Vordergrund zu bringen.

Es scheint, als würde die heutige Gesellschaft die individuelle Rezeption weit mehr bevorzugen als die kollektive. Genau diese Veränderung hat aber laut Filmwissenschaftler Julian Hanich einen mindernden Effekt auf die Bildung der Affekte, die durch filmische Inhalte ausgelöst werden können.³¹¹ Die Intensität der Affektwahrnehmung ist meist viel stärker, wenn wir sie mit anderen erleben, als nur als Individuum. Durch das Bewusstsein von der Anwesenheit der anderen Zuschauer im Kino können diese Emotionen stärker wahrgenommen werden, sowohl positiv als auch negativ.³¹² Vor allem das Gefühl der Freude ist eines jener Emotionen, die meist ein Gegenüber brauchen, um sich wirklich auch als solches entfalten zu können.

Der Kinoraum hat ebenso starken Einfluss auf die Affektwahrnehmung der Zuschauer. Der dunkle Raum, die direkte Sitzposition, mit Fokus auf die Leinwand, der Ton und eben die beleuchtete Leinwand geben dem Zuschauer ein gewisses Maß an Anonymität.³¹³ Trotzdem ist er sich aber bewusst, dass er nicht alleine in dem Saal sitzt. Die Dunkelheit lässt ihn jedoch in der Anonymität. Diese sei in gleichem Maße wichtig, um die Emotionen intensiver wahrnehmen zu können, wie die Anwesenheit der anderen bzw. auch die Tatsache, dass man von den anderen nicht eindeutig erkannt wird. Im Kinoraum liegt der Aufmerksamkeitsfokus des Zuschauers auf der Leinwand und nicht im Zuschauerraum. Durch den dunklen

³¹⁰ Hanich: Collective Viewing. S. 5.

³¹¹ Vgl.: Ebenda. S. 6.

³¹² Vgl.: Ebenda. S. 6.

³¹³ Ebenda. S. 8.

Raum, gibt es im Normalfall keine Ereignisse, die ihm vom filmischen Geschehen ablenken könnten. Auch durch die Lautsprecher können Geräusche im Kino eine intensivere Wirkung erzielen als zu Hause vor dem Fernseher.³¹⁴

Trotz dieser scheinbaren Anonymität haben die Zuschauer einen wichtigen Einfluss aufeinander und interagieren miteinander, auch wenn sie dies tun, ohne sich zu sehen und als Gruppe zu kennen.³¹⁵ Sie befinden sich in einer anderen Kommunikationssituation, als man sie vor dem Bildschirm findet. Im Kino ist die Konzentration oft stärker auf dem filmischen Geschehen, und die Rezeption verläuft meist bewusster und fokussierter. Dies kann auch Auswirkungen auf die Intensität des Filmerlebens haben.³¹⁶ Es kommt hier selten zu einem verbalen Kommunikationsaustausch. Vielmehr verläuft die Interaktion über Emotionsäußerungen wie eben dem Lachen oder dem Schreien. „Die anderen Kinobesucher werden in diesem Moment in einer Gefühlslage erlebt, die der eigenen entspricht. Die eigenen emotionalen Einschätzungen finden eine kommunikative Bestätigung. Das erhöht die Aufmerksamkeit und intensiviert die Beziehung zwischen Filmhandlung und dem einzelnen Betrachter.“³¹⁷

Der dunkle Raum gibt solange ein „privates“ Gefühl, bis jemand aus dem Publikum Laute von sich gibt. Gerade beim Lachen wird die Anwesenheit der anderen Rezipienten im Saal schnell bemerkbar, anders als bei der Emotionsrührung des Weinens zum Beispiel.

Durch das Fernsehen, und das später darauf folgende Internet, wurde dem Lachen wieder ein neuer Raum gegeben. Diesmal jedoch kein öffentlicher, sondern ein privater in den vier Wänden. Es bietet eine ständige Verfügbarkeit und eine Vielfalt an Programmen, welche die Lust am Lachen befriedigen mögen.

„Heute tritt das Publikum selten auf öffentlichen Plätzen auf, es bleibt vereinzelt in den Wohnungen, beim Radiohören, Fernsehen oder Internet.“³¹⁸

In der Medienentwicklung kam es, so nach Medienwissenschaftler Lothar Mikos durchaus zu einer Individualisierung der Rezipienten. Allerdings differenziert er hier den Begriff ein wenig. „Individualisierung meint [...] nicht die Auflösung von

³¹⁴ Vgl.: Schwender : Medien und Emotionen. S. 60.

³¹⁵ Eine detaillierte Analyse der Affektwahrnehmung im Kollektive siehe in: Julian Hanich: Collective Viewing.

³¹⁶ Vgl.: Schwender: Medien und Emotionen. S. 61.

³¹⁷ Ebenda. S. 61.

³¹⁸ Prokop: Der Medien-Kapitalismus. S. 203.

Gesellschaft, sondern stellt einen besonderen Prozeß der Entwicklung von Gesellschaftsformationen [...] dar.“³¹⁹

Auch wenn medialer Konsum umgänglich oft als passiv bezeichnet wird, sieht Medienwissenschaftler Mikos sehr wohl die Aktivität der Medienkonsumenten; im Falle der Fernsehkonsumenten zeige sich in eben dieser Aktivität die Individualisierung. „Die Aktivität des Fernsehpublikums ist gewissermaßen lediglich ein Spezialfall der allgemeinen Aktivität der Individuen [...] einer zunehmend ausdifferenzierten Gesellschaft [...].“³²⁰ Man könnte auch sagen, dass man durch das Fernsehen ein individueller Teil einer anonymen Masse geworden ist. Zwar spricht man auch dem Kino schon eine gewisse Form der Anonymität zu, allerdings ist die Masse hier noch anwesend. Besonders bemerkbar macht sich diese Individualisierung jedoch beim Konsum von Internetformaten.

Des Weiteren ändert sich der Aufmerksamkeitsfokus bei der Konsumsituation von Kino und Fernsehen. Abgesehen davon, dass hier nicht automatisch ein anderes Publikum anwesend ist, kann der Fokus der Rezeption auch durch andere äußere Einflüsse gestört werden. Vor dem Fernseher oder dem Computerbildschirm ist es nicht selten, dass die eben gesehenen Inhalte während der Rezeption kommentiert und analysiert werden. Die Aufmerksamkeit kann durch mehrere Faktoren abgelenkt werden, und somit kann die Intensität des Konsumerlebnisses auch eingeschränkt sein. Im Bezug auf das Lachen würde dies bedeuten, dass man durch die Ablenkung womöglich komische Inhalte überhört, so wäre auch das Lacherlebnis eingeschränkt.

Es seien jedoch gerade Emotionsäußerungen wie das Lachen, die man bevorzugt mit anderen teilt. Hanich spricht in diesem Zusammenhang von einer „we-connection.“ Diese meint im Bezug auf das Lachen, jene die in den „Lachchor“ einsteigen. Die Gruppierung der „we-connection“ kann sich während eines Films stetig ändern. „While some might feel excluded by one type of joke (say sexual innuendo), they might feel included by another (slapstick for example), siding with one group of audience members at one moment and becoming part of a new subgroup at another.“³²¹ Für ein ausgeprägtes Rezeptionserlebnis sei es jedoch von Vorteil, diese Rezeption noch mit anderen teilen zu können. Natürlich mag es auch hier Ausnahmen geben, die bevorzugt alleine vor dem Fernseher lustige Inhalte konsumieren, oder jene, für die es keinen Unterschied macht ob andere anwesend sind oder nicht.

³¹⁹ Mikos: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. S. 6.

³²⁰ Ebenda. S. 7.

³²¹ Hanich: Collective Viewing. S. 15.

An der bisherigen Medienentwicklung lässt sich jedoch erkennen, dass der Fokus der Film- und Medienrezeption nicht auf dem Erlebnis an sich beruht, sondern viel mehr auf der Schnelligkeit und der stetigen Verfügbarkeit der Unterhaltung. Dies bringe eben eine individualisierte Konsumsituation mit sich.

Filmwissenschaftler versuchen jedoch, die Bedeutung des „collective viewing“³²² hervorzuheben und auch auf die wesentliche Interaktion zwischen den Konsumenten hinzuweisen.

Dass das Lachen bei der Rezeption nicht immer nur eine Reaktion auf einen komischen Inhalt sein muss, sondern weit mehr an Bedeutung mit sich bringt, soll die folgende Theorie von Julian Hanich zeigen.

³²² Hanich: Collective Viewing. S. 1.

5.2. Die Bedeutungen des Kinolachens



Abb. 13: Quelle: Paris Review/ Television Historian

In dem Moment, in dem wir uns einen Film mit jemandem ansehen, gehen wir mit dieser Person eine soziale Beziehung ein, die in weiterer Folge auch Auswirkungen auf die Rezeption hat; es beeinflusst die Rezeption im Kollektiv also viel mehr, als wenn man sich alleine vor dem Bildschirm etwas ansieht.³²³

Der deutsche Filmwissenschaftler Julian Hanich kritisiert die bisherigen Theorien, die das Lachen beim Film bzw. im Kino meist nur als Reaktion auf etwas Komisches sehen. Wie im Kapitel 3 bereits versucht wurde zu erläutern, kann das Lachen jedoch verschiedene Bedeutungen haben - bzw. durch seine ambivalenten Funktion auch durch andere Faktoren, als dem Komischen ausgelöst werden. So versucht Hanich den verschiedenen Formen des Kinolachens nachzugehen - unter dem Motto „Es muss nicht immer komisch sein.“³²⁴ Folgender Abschnitt bezieht sich ausschließlich auf dessen Forschungsergebnisse.³²⁵ Hanich geht davon aus, dass es kaum einen anderen Ort gibt, an dem sich das Lachen mit solch einer Vielfältigkeit zeigt wie im Kino. „Durch die Dunkelheit des Saals schallen aggressive, nervöse, degradierende, wertende, besserwisserische, peinlich berührte, angeekelte, irritierte, fröhlich angesteckte und schockierte Lacher. [...] Dabei sind viele Arten des Lachens als Reaktionen auf den Film oft überhaupt nur im sozialen Umfeld des Kinos möglich.“

In Folge hat Hanich 12 Formen des Kinolachens aufgestellt, die er wiederum drei verschiedenen Grundkategorien zuteilt. Seine Analysen beziehen sich

³²³ Vgl.: Hanich: Collective Viewing. S. 1.

³²⁴ Hanich: Es muss nicht immer komisch sein.

<http://www.comedyfilmfestival.de/de/blog/item/118-es-muss-nicht-immer-komisch-sein-zwölf-formen-des-lachens-im-kino.html> (letzter Zugriff 25.08.11)

³²⁵ Gesamten Zitate und Annahmen dieses Abschnitts stammen aus: Hanich: Laugh is in the Air. <http://www.nachdemfilm.de/content/laugh-air> (letzter Zugriff 25.08.11)

vordergründig auf das Kinolachen. Folglich soll jedoch versucht werden, die Ergebnisse von Hanich auch auf die beiden Medien des Fernsehens und Internets anwenden zu können. Hierdurch sollen sich mögliche Übereinstimmungen oder auch Unterschiede des Rezipientenlachens zeigen.

Als erste Form nennt Hanich das „**eruptive**“ Lachen; es ist die bekannte Form des Lachens, als Reaktion auf einen komischen Inhalt. Hier zeige sich das Lachen als „Sprache“ des Körpers auf die widersinnigen Inhalte, die er auf der Leinwand sieht. Diese Form dient als Antwort auf etwas Komisches und ist meist passiv. Sie bricht förmlich über den Körper herein und löst eine erheiternde Empfindung aus. Hanich bezieht sich hier auf die Analysen von Helmuth Plessner³²⁶. Plessner geht gleichsam davon aus, dass wir auf das Komische mit Lachen reagieren, weil wir keinen anderen Weg finden, auf die Geschehnisse zu reagieren. Durch diesen innerlichen Konflikt bricht das Lachen eruptiv über uns herein, da wir keine sprachlichen Elemente finden, um auf das Komische zu reagieren. Im selben Moment degradieren wir den Ernst der Situation, da wir auf sie mit Lachen reagieren.

„Das eruptive Lachen über das Komische ist damit ein Paradebeispiel für eine Lachform, die den Zuschauer auch alleine vor dem Fernseher- oder Computerbildschirm überkommen kann.“ Diese Form des Lachens geschieht meist automatisch.

Es handelt sich hier um das klassische Lachen als Reaktion auf einen komischen Inhalt. Mittels dieses Lachens erfolgt im gleichen Moment auch eine Bewertung des Inhalts. Im Zuge des Lachens vermitteln wir allen anderen im Kino, dass wir das eben Gezeigte als lustig und unterhaltsam empfinden. Diesen sozialen Charakter könne das eruptive Lachen allerdings nur erfüllen, wenn noch andere Menschen anwesend sind. Noch zur gleichen Kategorie zählt Hanich das „*schadenfreudige Degradierungslachen*“. Bei diesem Typus wird der aggressive Gehalt des Lachens deutlich sichtbar. Der Zuschauer erlebt ein plötzliches Überlegenheitsgefühl, das sich durch Lachen über den Schaden einer oder mehrere Figuren zum Ausdruck bringe. Es wird aber dennoch als Reaktion auf einen komischen Inhalt gesehen. Das eruptive Lachen kann sich demnach sowohl im Kino als auch vor dem Fernseher oder dem Computerbildschirm ereignen. Nach dem eben Gesagten ist jedoch anzunehmen, dass es sich im Kollektiv intensiver äußert als alleine. Da auch das eruptive Lachen bereits einen kommunikativen Charakter mit sich bringt, kann

³²⁶ Vgl.: Kapitel 2.

man davon ausgehen, dass man in Gesellschaft noch stärker verdeutlichen möchte, dass man das eben Gesehene als lustig empfindet. Gemeinsam lachend, alleine lächelnd. Diese Form des Lachens ist auch jene, die dem Körper ein angenehmes Gefühl verleiht.

Folgt man den bisherigen Theorien, so kann man sagen, dass sich dieses positive Gefühl im Kollektiv stärker entfalten kann als beim Individuum alleine. Jedoch kann es auch hier Ausnahmen geben. Denkt man an die noch oft vertretene Stellung des Lachens in der Gesellschaft, so kann man davon ausgehen, dass es auch Menschen gibt, die diesem eruptiven Gefühl in der Öffentlichkeit weniger freien Lauf lassen können als alleine. Trotz der scheinbaren Anonymität im Kino könnte es für manche Menschen nach wie vor nicht zu den gesellschaftlichen Konventionen gehören, in der Öffentlichkeit laut zu lachen. Sie könnten diesem Gefühl womöglich alleine vor dem Bildschirm mehr freien Lauf lassen als im Kollektiv. Dies sind jedoch nur Annahmen über mögliche Ausnahmen, da hier keine empirischen Untersuchungen vorliegen.

Im Bezug auf die aktuellen Entwicklung des Medienkonsums durch das Internet, könnte es jedoch zu einer unbewussten Unterdrückung dieses eruptiven Lachens kommen. Wie bereits erwähnt konsumieren immer mehr Menschen Unterhaltung unterwegs, im Zug, im Flugzeug oder auf ihrem Mobiltelefon im Kaffeehaus. Ein lautes Gelächter über humoristische Inhalte wäre hier wohl nicht angebracht, und man kann davon ausgehen, dass es sich hier nur gemindert äußert, als man zum Beispiel über denselben Inhalt im Kino lachen würde. Bringt diese Medienentwicklung demnach auch ein vermindertes Erlebnis des eruptiven und wohltuenden Lachens mit sich?

Eine weitere passive Form des Kinolachens sieht Julian Hanich in dem „**befreienden Distanzierungs-lachen**“. Es handelt sich um eine „Erleichterungsreaktion auf einen plötzlich hereinbrechenden Aspekt des Films.“ Dies trete zum Beispiel bei Horrorfilmen ein. Es kommt zu einem plötzlichen Schockmoment beim Zuschauer. Durch das Lachen tritt jedoch wieder Erleichterung ein. Auch hier kann das Lachen als eine Form der Korrektur angesehen werden. Der Zuschauer kommt mit dem Geschehen nicht gut zurecht, sei es im Bezug auf Schocksituationen oder besonderes ekelerregende Szenen, und versucht, dies durch das Lachen wieder zu korrigieren bzw. zeigt sich durch das Lachen die Erleichterung, dass es sich nur um einen Film handelt, die Situationen demnach nicht ernsthaft gefährlich ist. Die gleichzeitigen Gefühle von Schock und

nachfolgender Erleichterung erregen in dem Körper ein angenehmes Gefühl. Hanich sieht hier auch die enge Verbindung von Horror und Humor bzw. die gern bewusst gesetzte Verbindung, wie man es zum Beispiel bei „Splatter- Filmen“ oder auch den Teenager-Komödien findet, die gerne Humor und Ekel oder Horror in einem verbinden.

Da sich auch diese Form des Lachens vorwiegend auf die filmische Diegese bezieht, kann sie sowohl bei telemedialen Inhalten als auch bei dem Internetkonsum auftreten. Im Bezug auf das Fernsehen würde man hierzu ähnliche Beispiele wie beim Kinofilm finden. Beim Internet könnte dieses Lachen zum Beispiel bei Videoclips eintreten, in denen sich Menschen in besonders gefährliche Situationen begeben. Hier tritt ebenfalls zu Beginn Spannung auf, in dem Moment, in dem man jedoch sieht, dass demjenigen nichts Ernsthaftes passiert ist, kann das befreiende Distanzierungs-lachen eintreten. Das von Hanich erwähnte angenehme Gefühl, welches bei dieser Form des Lachens eintritt, erklärt womöglich die große Beliebtheit solcher Reality Videoclips auf Plattformen wie zum Beispiel YouTube.³²⁷

Stoßt der Zuschauer beim Film auf ein verwirrendes Ereignis, welches er nur schwer zuordnen kann, das für ihn aber keineswegs eine Bedrohung darstellt, äußert sich dies meist in dem „**verunsichertem Irritationslachen**“. Es handelt sich hier um ein gesehenes Ereignis, das kognitiv nur schwer einzuordnen ist. Es löst also Irritation beim Zuschauer aus. Dies verursacht in weiterer Folge Verunsicherung, welche der Rezipient durch das Lachen zu korrigieren versucht. Hanich versucht, diese Ansicht erneut mit Plessner zu belegen, da er auch hier das Lachen als „Krisenantwort“ versteht. Es gibt für den Zuseher keine passende Reaktion, also äußert er diese Irritation durch das Lachen. Ähnlich wie das befreiende Distanzierungs-lachen, beziehe sich auch diese Form auf die filmischen und medialen Ereignisse. Sein Auftreten ist also nicht zwingend von der Anwesenheit anderer Zuseher abhängig und kann sich somit auch alleine vor dem Bildschirm ereignen. Es ist jedoch auch hier anzunehmen, dass es sich in Gesellschaft, sei es im Kino oder in den Wohnzimmern intensiver äußert.

Eine weitere Form des Kinolachens sieht Hanich im „**ironischen Umwidmungslachen**“. Hier liegt das Komische meist nicht in der vom Regisseur bewusst gesetzten Diegese, sondern in der „ironischen Rezeptionshaltung.“ Dieses

³²⁷ Vgl. hierzu YouTube Clips unter der Kategorie „Falls- Funny Stuff“
<http://www.youtube.com/watch?v=fixAbM1EDb4&feature=related> (letzter Zugriff 22.08.11.)

„Be-Lachen“ kann sich auf mehrere Ebenen beziehen. Die Machart des Films, die schauspielerische Leistung - man belächelt den Film an sich. Dies trifft vor allem auf Filme oder einzelnen Szenen zu, die nicht als humorvoll angedacht waren, aber durch das ironische Umwidmungslachen verleihe der Rezipient dem Film einen komischen Gehalt. „Oft sind es gerade jene Momente, in denen sich der Film besonders wichtig nimmt, in denen er seine kümmerlichen Attraktionswerte mit großer Geste zur Schau stellt, die ganz besonders zum Lachen einladen.“ Dieser Typus des Lachens kann zum Beispiel bei alten Horrorfilmen eintreten. Manche wirken oft nicht mehr schockierend, sondern eher belustigend durch die alte Technik. Heute wirken diese Macharten oft komisch. Im Vergleich zu den bisher genannten Formen des Kinolachens kann diese Form jedoch als aktiver Vorgang betrachtet werden. Es wird meist bewusst eingesetzt. Es komme zu einem Perspektivenwechsel des Zuschauers. Dieses Lachen kann sich nur in einem leichten Schmunzeln äußern oder auch in einem lauten höhnischen Lachen. Beide Erscheinungsformen haben jedoch nach Hanich innerhalb des sozialen Rahmens im Kino eine Identitätsstärkende Wirkung.

Auch wenn sich diese Lachform im Kino womöglich stärker ausprägen kann als bei einer kleinen oder Runde einsam vor dem Bildschirm, findet man auch bei der Medienrezeption das ironische Umkehrungslachen. Vielen Fernsehsendungen wird eine besonders schlechte und billige Machart nachgesagt, die bei manchen Rezipienten eine von den Produzenten nicht beabsichtigende Belustigung auslösen kann. Da wir bereits mehrmals erwähnt, auch die meisten Fernsehsendungen mittlerweile über das Internet konsumiert werden können, kann diese Lachform demnach auch bei der Internetrezeption auftreten.

Etwas wertfreier zeige sich das „**erfreute Wiedererkennungslachen**“. Dies bezieht sich auf Handlungen, Personen, Schauplätze, Musik oder einzelne Dialoge, die beim Zuschauer auf Wiedererkennung stoßen. Man verbindet damit subjektive Erlebnisse, die mit der Diegese im Kino in Verbindung gebracht werden. In den meisten Fällen kommt es zu einem erfreulichen Gefühl, und dieses äußert man wiederum in einem Lachen. Ein Lachen als Freude, das Hanich damit erklärt, dass man sich durch den Film „wahrgenommen, anerkannt und beinahe geehrt“ fühlt. Und diese Freude zeige der Rezipient in einem kurzen Auflachen. Auch hier ist womöglich die Anwesenheit anderer Menschen von Belang, weniger ob es sich im Kinoraum, dem Wohnzimmer oder im Park ereignet.

Ähnlich dem ironischen Umkehrungslachen, aber weit aggressiver sei das „**verächtliche Wertungslachen**“. Mit der Äußerung dieses Lachens wird der Film oder eine Szene als „kitschig, geistlos oder missglückt“ bewertet. Man kann auch von dem Verlachen des Films sprechen. Ebenso wie das eruptive Lachen als soziale Kommunikation im Kinosaal dienen kann, habe auch das verächtliche Wertungslachen einen mitteilenden Charakter. Hanich geht davon aus, dass dieses Lachen nur im Kinosaal möglich ist. „Beim verächtlichen Wertungslachen ist die Nähe zur verbalen Kommunikation sehr groß, da der Zuschauer sein Geschmacksurteil auch in einen Ausruf wie ‚So ein Dreck!‘ oder ‚Was für ein Schwachsinn!‘ packen könnte.“ Die Dunkelheit des Kinosaals, gebe dem Rezipienten die Möglichkeit, anonym zu bleiben und so gefahrlos eine Wertung abzugeben. Durch das Lachen, würde dem Rezipienten, im Gegensatz zu der verbalen Kommunikation Anonymität behalten. (Wobei dies auch nicht immer zutrifft, da es auch sehr markante Lacher gibt, die einen Wiedererkennungswert haben.) Jegliche Zwischenrufe, die das Missfallen des Films oder der Szene jedoch benennen, sind im Kino meist nicht erwünscht, also äußert man dies durch das Lachen. Dadurch, würde man die anderen Zuschauer nicht weiter stören, da Zwischenrufe von der Handlung ablenken würden. Auch hier findet man jedoch Ausnahmen, da manche Menschen auch das Lachen als störend empfinden, vor allem bei sehr lauten und auffallenden Lachern. Hier zeigt sich ein etwaiger Vorteil zu dem heimischen Medienkonsum. Zuhause würden Zwischenrufe oder Zwischenkommentare womöglich weniger stören. Auch hier hängt es natürlich davon ab, ob noch andere Rezipienten anwesend sind. Sobald aber eine größere Anzahl an Menschen auch hier vorhanden ist, kann beim Konsum durch das Internet oder das Fernsehen das verächtliche Wertungslachen ebenso kommunikativen Charakter erfüllen wie im Kino.

Ebenfalls als Kommunikationsmittel könne das „**narzisstische Verständnislachen**“ angesehen werden. Durch diese Form des Lachens signalisiert der Rezipient seine Kenntnis bzw. die Fähigkeit, den komischen Inhalt als solchen auch zu erkennen. Dies bezieht sich sowohl auf „einfache“ Elemente des Slapstick als auch anspruchsvolleren Humor, der ein gewissen Vorwissen voraussetzt. Verfügt der Zuschauer über diese Kenntnis, erfolgt im gleichen Moment eine „Genugtuung des Erkennens“. Diese äußert sich durch das Lachen. Es bezieht sich also nicht nur auf den Witz oder den komischen Inhalt sondern vor allem auf die Freude des Zuschauers, dieses auch als solches zu Verstehen. Im Kino wird dadurch den

anderen Rezipienten mitgeteilt, dass der Witz oder gedachte Humor auch als solcher erkannt wurde. „Der Lachende reagiert freudig überrascht, kommuniziert seine Leistung aber gleichzeitig stolz hinein in die Dunkelheit.“ Hier kann es dazu kommen, dass auch „mitgelacht“ wird, obwohl der humoristische Gehalt nicht als solches erkannt wurde. Aber durch das Lachen gibt man vor ihn verstanden zu haben und schließt sich so der lachenden Gruppe an. Dies finde man vor allem bei höherem Humor, aber auch bei fremdsprachigen Filmen, indem man durch das nicht Lachen, nicht zeigen will, dass man es nicht verstanden hat. Ähnlich wie die vorhergegangenen Lachform kann auch dieser Typus nur zur Geltung kommen, wenn auch andere Personen anwesend sind.

Ähnlich zeige sich das **„erkennende Hinweislachen“**. Jedoch beziehe sich diese Form des Lachens weniger auf den komischen Inhalt als, wie die Bezeichnung schon sagt, auf zusätzliche Hinweise. Diese zeigen sich unter anderem in „intertextuellen Anspielungen auf Arthouse-Meisterwerke, auf Genre-Filme, auf Underground- Klassiker, intermediale Verweise zu anderen Künsten, Allusionen auf hochkulturelles Bildungsgut und Populärkultur-Wissen jeglicher Art.“ Dies finden wir vor allem bei Parodien wieder. Der soziale Faktor des Lachens zeigt sich hier besonders stark. Der Zuschauer signalisiere den anderen durch das Lachen, dass sich in dieser Szene etwas Lustiges befinde. Durch ein kurzes Auflachen weist er eben darauf hin. Weiters zeigt der Rezipient auch hier seine Freude über die Fähigkeit des Erkennens. Da es sich aber selten um den komischen Inhalt an sich handelt, zeige er seine Freude über sein allgemeines Wissen, eben die Fähigkeit diese Anspielungen zu erkennen und zu verstehen. Man sieht in diesem Lachen drei unterschiedliche soziale Effekte: die „soziale Distinktion“, also das bewusste abheben von den anderen, aber vor allem unwissenden Zusehern, die „Instruktion“, den Verweis für unwissende Zuseher, dass Anspielungen vorhanden sind, und die „Inklusion“, die Bildung eines Gruppenstärkenden Gefühls mit den anderen wissenden Rezipienten.

Es kommt demnach auf der einen Seite zu einer Machtausübung gegenüber den Unwissenden und auf der anderen Seite zu einem gemeinschaftsbildenden zwischen den wissenden Rezipienten. Weiters könne man in diesen intertextuellen Anspielungen eine Art der Kommunikation zwischen Regisseur und Rezipient sehen, welche sich durch das erkennende Hinweislachen zeigt.

Noch weiter entfernt von dem eigentlichen Geschehen auf der Leinwand, befindet sich das „**beschämte Überlachen**“. Mit Hilfe dieses Typus versuche der Zuschauer eine meist als „peinlich“ angesehene Reaktion wieder zu korrigieren. Dies kann zum Beispiel auf einen lauten Schrei bei einer nicht so schockierenden Szene folgen. Durch das Lachen versucht man die unpassende Reaktion wieder rückgängig zu machen. „In der Scham dient das Lachen als Zauberspruch, das die Welt in ihren unemotionalen Zustand zurückwandeln soll.“ Dieses Lachen ist demnach nur notwendig, wenn sich der Rezipient in Gesellschaft befindet.

Als Antwort auf eben diese „unpassende“ Reaktion der anderen Zuschauer kann das „**aggressive Auslachen**“ folgen.

Dieses Lachen bezieht sich eindeutig auf die anderen Rezipienten und kann demnach nur auftreten, wenn auch andere Zuschauer anwesend sind. Sei es auf die Reaktionen unpassendes Lachen, Weinen oder eben Erschrecken. „Der Verlacher des Films wird gleichzeitig zum Auslacher des Publikums, weil er deren Stille und gerührtes Versunkensein als unpassend und buchstäblich lächerlich empfindet.“ Hier kann sich das Auslachen demnach auch gegen jene Rezipienten richten, die den Film als ernst ansehen, obwohl im eine bestimmte Komik zugrunde liegt.

Eine etwas positivere Reaktion zeige sich im „**amüsierten Nachlachen**“. Auch hier beziehe sich das Lachen nicht auf die diegetischen Vorgänge, sondern äußere sich vielmehr als Antwort auf die Reaktionen der anderen Rezipienten, vor allem aber die Lacher der anderen Rezipienten. Besonders laute oder auch auffällige Lacher regen oft auch zum Lachen an. Mit dieser Antwort drückt man also aus, dass man das Lachen des anderen belustigend findet. Hier sind jedoch die Grenzen zum aggressiven Auslachen sehr vage, zum Beispiel wenn dieses markante Lachen zu oft oder auch an unpassenden Stellen eintritt.

Dies führt letztlich zu dem „**ansteckenden Mitlachen**“. In Kapitel 3 wurde bereits versucht, anhand der neurologischen Begebenheiten zu beweisen, dass Lachen tatsächlich ansteckend ist. Spiegelneuronen machen diese Form des Lachens möglich, sowohl durch visuelle als auch durch akustische Reize. Dadurch kann es auch im Kinosaal zu einem ansteckenden Lachen kommen. Nicht selten lacht man im Kino oft über Dinge, die zu Hause vor dem Fernseher nur halb so lustig sind. „Durch das ansteckende Lachen kann es ein, dass man vergnügt unter dem

eigenen Niveau lacht.“ Zwar könnte man hier erneut argumentieren, dass dieses auch innerhalb einer Gruppe vor dem Bildschirm eintreten könne, jedoch ist anzunehmen, dass es dies hier in einer geminderten Intensität tut.

Weiters tritt dieses Lachen oft als „Solidarität“ der lachenden Gruppe gegenüber ein, auch wenn man den Gag oder Witz im Grunde gar nicht als lustig empfindet. Dennoch wird man von dem Lachen angesteckt und lacht mit. Im gleichen Zuge entgehe man der Gefahr außerhalb der lachenden Gruppe zu stehen, und signalisiere erneut, dass man den Witz verstanden hat, gleichgültig ob dies der Wahrheit entspricht oder man ihn auch zum Lachen findet.

Vor allem im Mitlachen zeigt das Lachen seine soziale Funktion. Es zeigt bei der Rezeption von Film oder Fernsehinhalten gewissermaßen eine „Solidarität“ den anderen Lachenden gegenüber. Bekommt man zum Beispiel von jemanden einen Clip im Internet gezeigt, bei dem der humoristische Gehalt vorab angekündigt wird, wird von dem Mitrezipienten womöglich ein Lachen als Reaktion erwartet. Dies wäre eine Bestätigung, dass man hierbei ihren Sinn für Humor teilt. Reagiert man bei dem Zusehen nur mit einem Schweigen, signalisiert man, dass man die Komik dabei entweder nicht als solche empfindet oder auch nicht als solche erkennt. Beides könnte für die anderen jedoch beleidigend wirken.

All die unterschiedlichen Formen des Kinolachens ordnet Julian Hanich wiederum in drei verschiedenen Kategorien: Das „*Film-Lachen*“ als deutliche Reaktion auf die filmische Diegese, weiters das „*publikumsgerichtete Film-Lachen*“, welches zwar auch noch seinen Auslöser im filmischen Geschehen findet, aber vielmehr als Reaktion auf das restliche Publikum gesehen werden kann. Und als letzte Kategorie das „*Kino-Lachen*“, das als deutliche Reaktion auf die anderen Rezipienten gesehen werden kann, fernab von dem filmischen Geschehen.

Es wurde versucht zu zeigen, dass die erste Kategorie des „Film-Lachens“ auch auf die Fernseh- und Internetrezeption zutreffen kann. Da sie sich auf die diegetischen Abläufe bezieht, hängt es von der persönlichen Einstellung der Rezipienten ab, ob sie durch die humoristischen Inhalte in schallendes Gelächter ausbrechen oder lediglich zaghaft grinsen.

Die beiden anderen Kategorien erfordern jedoch noch weitere Zuschauer. Zwar ist das filmische Geschehen der eigentliche Auslöser dieser Form des Lachens, allerdings dient es als Kommunikationsmittel mit den anderen anwesenden Personen. Da hier aber keine große Gruppe nötig ist, um dies zu kommunizieren,

können auch die Lachformen in dieser Kategorie beim Fernsehen oder Web-Konsum auftreten. Da die Bedeutung des Kinoraums für die Intensität der Affektbildung jedoch bereits festgestellt werden konnte³²⁸, ist es fraglich, ob das Lachen auch vor dem Bildschirm in der gleichen Intensität auftritt. Durch die große Anzahl an Zuschauern und den dunklen Raum im Kino kann sich das Lachen hier auf ganz andere Art und Weise entfalten. Vor allem durch die Vermehrung der Medienformate und der Möglichkeiten wie heute filmische Inhalte konsumiert werden können, sehen Filmwissenschaftler viel mehr als nur die Bedrohung für die Kinobranche. Das kollektive Erlebnis scheint bei den neuartigen Konsumsituationen immer mehr verloren zu gehen, jedoch hat gerade dieses aber wesentliche Einflüsse auf die Rezeption. In Gesellschaft lacht es sich besser und vor allem intensiver. Man kenne dieses Phänomen bereits aus dem Theater und beim Kino verhält es sich nicht viel anders: je voller der Saal um so lauter wird gelacht.

Weiters unterteilt Hanich alle Formen des Kinolachens noch in jene, die er als passiv und jene, als aktiv bezeichnet. Zu den passiven zählen alle, die den Körper mehr oder weniger „überwältigen“ und eben als körperliche Reaktion auf komische Ereignisse gesehen werden können. Aktiv sind jene, die man zur Mitteilung verwendet, wie zum Beispiel ein Wertungslachen oder aggressives Auslachen. Diese werden aktiv eingesetzt, um den anderen Zusehern zu kommunizieren, wie man sich zum gezeigten Inhalt verhält.

Genau so wie die „Gruppe“ im Kino dazu beitragen kann, dass das Lachen an Intensität gewinnt, kann sich aber durch die öffentliche „Masse“ manchmal die Intensität des Lachens verringern. Dies hängt von der aktuellen Situation und dem sozialen Rahmen in dem man sich befindet ab. Für manche gehört es sich nach wie vor nicht, in der Öffentlichkeit dem Körper freien Lauf zu lassen und wirklich herzhaft los zu „prusten“, auch wenn sie das gerne würden. Solche Menschen können, allein vor dem Fernseher meist viel herzhafter lachen als im Kino. Es gibt also allgemeine Formen, von denen man annehmen kann, dass sie ihre Besonderheit eben nur im Kino ihre Wirkung zeigen können, aber auch hier gilt wieder, dass die gesamte Situation von den aktuellen Umständen und den vor allem den subjektiven Einstellungen abhängig ist.

³²⁸ Vgl.: Kapitel 5.1.

6. Resümee

Lustig ist was lustig ist!
(Woody Allen)

Das Lachen kann als eine körperlich emotionale Reaktion des Menschen angesehen werden. Bis auf wenige Ausnahmen signalisiert der Mensch mit diesem Ausdruck einen erheiternden und freudigen Zustand.

Die Fähigkeit zu lachen sei jedem Menschen zuteil und womöglich ergibt sich eben daraus auch seine individuelle und vor allem subjektiv festgemachte Definition. Ähnlich verhält es sich auch bei Komik und Humor. Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit hat sich einer Grunddefinition beider Phänomene versucht. Allerdings konnte im Rahmen einer Diplomarbeit nur ein Querschnitt der zahlreich vorhandenen Analysen und Theorien gegeben werden.

Etwas eindeutiger lässt sich jedoch die positive Wirkung des Lachens auf den Menschen festmachen. Womöglich trägt sie auch zu dem Erfolg des Komischen und Unterhaltsamen innerhalb der medialen Welt bei. Medien wie Film, Fernsehen und Internet bieten uns täglich humoristische Inhalte, die uns wiederum zum Lachen anregen, und in weiterer Folge demnach auch ein positives Gefühl verleihen. Es scheint als habe sich die mediale Welt der Vielfältigkeit des menschlichen Humors angepasst. Auch wenn der derzeitigen Medienentwicklung ein bestimmtes Maß an Trivialität nachgesagt wird, ist diese Form der Unterhaltung ein scheinbar wichtiger Teil innerhalb unserer Gesellschaft.³²⁹ Deshalb sollte ihr Einfluss auf den Menschen nicht außer Acht gelassen werden. Die Wahl liegt hier beim Konsumenten. In Kapitel 4 und 5 konnte gezeigt werden, dass Formate, die ein freudiges Gefühl hervorrufen und zum Lachen anregen, sich nach wie vor großer Beliebtheit und eines stetigen Wachstums erfreuen. Durch die Medienrezeption werden die Affekte der Zuseher ausgelöst.

Humor und das daraus resultierende Lachen sind sehr subjektiv bestimmte Faktoren. Was man als lustig, amüsierend oder unterhaltend definiert, bleibt im Grunde jedem Menschen überlassen. Auch wenn sich bestimmte Bestandteile am Wesen des Komischen festmachen lassen, obliegt die tatsächliche humoristische Wirkung stets in der Wertung des Betrachters und dessen aktuellen gesellschaftlichen Umfeld. Bei dem Versuch die Bedeutung des Komischen und des

³²⁹ Vgl.: hier S. 54.

Lachens näher zu bestimmen, zeigte sich die Variabilität beider Begriffe. Was für den einen zum brüllen komisch ist, lockt dem anderen nur ein leichtes Schmunzeln aufs Gesicht. Nichtsdestotrotz nehmen unterhaltende Inhalte sowohl im Film als auch in den Medien stets zu und scheinen so einen wichtigen Stellenwert beim Konsumenten zu haben. Das positive Gefühl, dass dem Körper durch das Lachen verlieht wird, könnte eine Grund dafür sein.

Freudige Ereignisse, die meist ein Lachen mit sich bringen, können jedoch intensiver erlebt werden, wenn man sie mit jemandem teilen kann. Das konnten die Analysen dieser Diplomarbeit deutlich belegen. Die derzeitige Medienentwicklung setzt jedoch vor allem auf die neuen Technologien. Ähnlich wie beim frühen Film, wo noch die Technik der Kamera begeisterte, begeistern heute sogenannte Smartphones, die mediale Unterhaltung egal wo und wann bieten. Dies beinhaltet jedoch auch eine Veränderung in der Konsumsituation. Vom kollektiven Kinopublikum zum individuellen Konsumenten. Im Bezug auf das Lachen, kann man davon ausgehen, dass sich dieses beim alleinigen Konsum humoristischer Inhalte, auf einem kleinen Bildschirm, wie dem eines Mobiltelefons, weit weniger intensiv äußert, als in der Gruppe im Kino, vor einer großen Leinwand. Dies mag nicht zwingend bedeuten, dass Fernseh- und Internetinhalte stets alleine konsumiert werden. Aber es zeichnet sich doch eine bestimmte Entwicklung in eine individualisierte Rezeption ab. Die Priorität beim Film- und Medienkonsum scheint nun mehr auf der schnellen und günstigen Verfügbarkeit zu liegen als auf dem Filmerlebnis selbst. Doch bedenkt man die positiven Auswirkungen, die das Lachen sowohl auf Geist als auch Körper hat, wären Erlebnisse, die dieses auslösen von Bedeutung für den Menschen. Die Filmwissenschaft scheint dieser Veränderungen und darauf negativen Entwicklungen für die Rezipienten zu erkennen. So versuchen Filmwissenschaftler wie Julian Hanich, die Bedeutung des gemeinsamen Schauens, und die Beziehung der Rezipienten zueinander vermehrt in den Vordergrund zu stellen. Vor allem im Bezug auf das Internet gibt es hier noch wenige Analysen über die Auswirkungen auf das Rezipientenlachen, oder im allgemeinen auf die Affektbildung. Hier besteht mit Sicherheit noch Bedarf, dies näher zu untersuchen. Lachen ist ein gesellschaftliches Phänomen und kann sich somit innerhalb eines Kollektivs intensiver entfalten und stärkere positive Auswirkungen auf den Menschen haben. Um mit Freud abzuschließen, sollte filmische und mediale Komik aber womöglich besser einfach genossen werden, da sie bei jeglicher Analyse ihren eigentlichen Zweck verlieren könnten.

7. Literaturverzeichnis

Aristoteles: Poetik. Griechisch-Deutsch. Übersetzt von Manfred Fuhrmann [Hrsg.]. Stuttgart: Reclam 1984.

Bachmaier, Helmut [Hrsg.]: Texte zur Theorie der Komik. Stuttgart: Reclam 2005.

Bartsch, Anne [Hrsg.]: Audiovisuelle Emotionen: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote. Köln: Von Halem 2007.

Berger, Peter L.: Erlösendes Lachen: das Komische in der menschlichen Erfahrung. Aus dem Amerikanischen von Joachim Kalka. Berlin [u.a.]: de Gruyter 1998.

Bergson, Henri: Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen. Jena: Diederichs 1914.

Bien, Helmut M.: Im Spiegelkabinett der Schadenfreude. In: Kamper, Dietmar; Wulf Christoph [Hrsg.]: Lachen- Gelächter- Lächeln. Reflexionen in drei Spiegeln. Frankfurt am Main: Syndikat 1986. S. 253- 264.

Bleicher, Joan-Kristin : Humor im Wandel der Zeit: Vortrag ; Manuskript zur Sendung am 20.7.2002, 8.30 Uhr, SÜDWEST-Fernsehen. Baden-Baden : SWR 2002.

Bösch, Frank [Hrsg.]: Die Massen bewegen: Medien und Emotionen in der Moderne. Frankfurt/Main [u.a.]: Campus 2006.

Bosshart, Louis; Hoffmann- Riem, Wolfgang[Hrsg.]: Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger 1994.

Brandlmeier, Thomas: Das Groteske im Kino. In: Kamper, Dietmar; Wulf Christoph [Hrsg.]: Lachen- Gelächter- Lächeln. Reflexionen in drei Spiegeln. Frankfurt am Main: Syndikat 1986. S. 232- 264.

Braunschmid, Angelika: Das Phänomen Humor. Die heilende Wirkung des Lachens wird wieder entdeckt. Dipl. Arbeit. Linz: Johannes- Kepler- Universität Linz 2001.

Braunschmid, Angelika: Mehrebenenuntersuchung von Lachen und Weinen- Gesamthafte Betrachtung ihrer Funktionen für Individuum und Gesellschaft. Linz: Diss. Johannes Kepler Univ. 2002.

Brütsch, Matthias [Hrsg.]: Kinogefühle: Emotionalität und Film. 2. Aufl. Marburg: Schüren 2009.

Darwin, Charles: The expression of emotion in man and animals. Francis Darwin [Hrsg.]. London: John Murray 1901.

Der Brokhaus. In fünfzehn Bänden. Band 6- GU-IR. Leipzig; Mannheim: F.A. Brokhaus 1998. S. 333.

Dolar, Mladen: Die Komödie und ihr Double. In: Pfaller Robert [Hrsg.]: Schluss mit der Komödie! Zur schleichenden Vorherrschaft des Tragischen in unserer Kultur. Wien: Sonderzahl 2005. S. 25-59.

Fallend, Karl [Hrsg.]: Witz und Psychoanalyse: internationale Sichtweisen - Sigmund Freud revisited. Innsbruck; Wien [u.a.]: Studien-Verl. 2006.

Felix, Jürgen: Woody Allen. Komik und Krise. Marburg: Hitzeroth 1992.

Fietz, Lothar [Hrsg.]: Semiotik, Rhetorik und Soziologie des Lachens: vergleichende Studien zum Funktionswandel des Lachens vom Mittelalter zur Gegenwart. Tübingen: Niemeyer 1996.

Foerst, Reiner: Wie der Lachreiz entsteht. Witz und Komik als Auslöser für neurale Aktivität. Norderstedt: Book on Demand GmbH 2006.

Freud, Sigmund: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl. 1992.

Goldstein, Jeffrey H. : Humor and Comedy in Mass Media. In: Bosshart, Louis; Hoffmann- Riem, Wolfgang [Hrsg.]: Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger 1994. S. 320- 332.

Grau, Oliver; Keil Andreas: Mediale Emotionen. Zur Lenkung von Gefühlen durch Bild und Sound. Frankfurt am Main: Fischer 2005.

Haug, Walter: Schwarzes Lachen: Überlegungen zum Lachen an der Grenze zwischen dem Komischen und dem Marabaren. In: Fietz, Lothar [Hrsg.]: Semiotik, Rhetorik und Soziologie des Lachens: vergleichende Studien zum Funktionswandel des Lachens vom Mittelalter zur Gegenwart. Tübingen: Niemeyer 1996. S. 49-64.

Hecker, Ewald: Die Physiologie und Psychologie des Lachens und des Komischen. Ein Beitrag zur experimentellen Psychologie für Naturforscher, Philosophen und gebildete Laien. Berlin: Harrwitz & Gossmann 1873.

Hediger, Vinzenz: Gefühlte Distanz. Zur Modellierung von Emotionen in der Film- und Medientheorie. In: Bösch, Frank; Borutta, Manuel [Hrsg.]: Die Massen bewegen. Medien und Emotionen in der Moderne. Frankfurt am Main: Campus 2006. S. 42-62.

Hüttinger, Stefanie: Die Kunst des Lachens - das Lachen der Kunst. Ein Stottern des Körpers. Frankfurt am Main: Peter Lang 1996.

Jauss, Hans Robert: Über den Grund des Vergnügens am komischen Helden. In: Presendanz, Wolfgang; Warning, Rainer: Das Komische. München: Wilhelm Fink 1976. S. 103-132.

Jurzik, Renate: Der Stoff des Lachens: Studien über Komik. Frankfurt am Main ; New York, NY: Campus-Verl. 1985.

Kablitz, Andreas: Lachen und Komik als Gegenstand frühzeitlicher Theoriebildung. In: Fietz, Lothar [Hrsg.]: Semiotik, Rhetorik und Soziologie des Lachens:

vergleichende Studien zum Funktionswandel des Lachens vom Mittelalter zur Gegenwart. Tübingen: Niemeyer 1996. S. 123- 153.

Kamper, Dietmar; Wulf Christoph [Hrsg]: Lachen- Gelächter- Lächeln. Reflexionen in drei Spiegeln. Frankfurt am Main: Syndikat 1986.

Kant, Immanuel: Kritik der Urteilkraft. Karl Vorländer [Hrsg]. Mit einer Bibliographie von Heiner Klemme. Hamburg: Felix Meiner Verlag 1990.

Klingler, Walter [Hrsg.]: Humor in den Medien. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos-Verl.-Ges. 2003.

Knop, Karin: Comedy in Serie: medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format. Bielefeld: transcript 2007.

Kotthoff, Helga: Das Lachen über sich selbst: In: Mauser, Wolfram; Joachim, Pfeiffer: Lachen. Würzburg: Königshausen & Neumann 2006. S. 57-76.

Kubitz, Peter, Paul: Der Traum vom Sehen. Zeitalter der Televisionen. Amsterdam; Dresden: Verlag der Kunst 1997.

LeDoux, Joseph: Das Netz der Gefühle. Wie Emotionen entstehen. 5. Aufl. München: dtv 2001.

Lindner, Burkhardt: Der Grotteskfilm als Gegenstand der historischen Emotionsforschung. In: Grau, Oliver; Keil Andreas: Mediale Emotionen. Zur Lenkung von Gefühlen durch Bild und Sound. Frankfurt am Main: Fischer 2005. S. 149-170.

Lipps, Theodor: Komik und Humor. Eine Psychologisch- Ästhetische Untersuchung. Hamburg und Leipzig: Verlag von Leopold Voss 189

Maase, Kaspar: Wer findet denn so etwas komisch? Die Massen und ihr Lachen. In: Bohrer, Heinz- Karl; Schell, Kurt: Lachen. Über westliche Zivilisation. Sonderheft Merkur. Heft 09/10. Klett- Cotta 2002. S. 874-885.

Mikos, Lothar: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. Berlin; München: Quintessenz 1994.

Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz [u.a.]: UVK 2003.

Müller, Gottfried: Theorie der Komik: über die komische Wirkung im Theater und im Film. 1. Aufl. Würzburg: Triltsch 1964.

Nicklaus, Hans Georg: Wenn zwei interagieren, freut sich der dritte. Eine Analyse des Konservengelächters in den amerikanischen Sitcoms. In: Pfaller Robert [Hrsg]: Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen. Wien; New York: Springer 200. S: 137- 146.

Pfaller, Robert [Hrsg.]: Schluss mit der Komödie! Zur schleichenden Vorherrschaft des Tragischen in unserer Kultur. Wien: Sonderzahl 2005.

Platon: Philebos. In: Ders.: Sämtliche Dialoge. In Verbindung mit Kurt Hildebrandt. Otto Apelt [Hrsg.]. Hamburg: Feliy Meiner Verlag 1988.

Plessner, Helmuth: Lachen und Weinen: eine Untersuchung nach den Grenzen menschlichen Verhaltens. Arnhem: Van Loghum Slaterus' Uitgeversmaatschappij N.V. 1941.

Prokop, Dieter: Der Medien- Kapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA 2000.

Rathmann, Claudia: Was gibt's denn da zu lachen? Lustige Zeichentrickserien und ihre Rezeption durch Kinder unter besonderer Berücksichtigung der präsentierten Gewalt. Reihe Rezeptionsforschung Band 3. München: Verlag Reinhard Fischer 2004.

Ritter, Joachim: Über das Lachen. In: Ders.: Subjektivität: sechs Aufsätze. Frankfurt am Main: Surkamp 1974. S. 62-92.

Roloff, Bernhard; Seeßlen, Georg: Grundlagen des populären Films. Klassiker der Filmkomik: Geschichte und Mythologie des komischen Films. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1982.

Rusch, Gebhard; Schanze, Helmut; Schwering, Gregor: Theorien der Neuen Medien. Kino- Radio- Fernsehen- Computer. Stuttgart: Fink 2007.

Schmidt-Hidding, Wolfgang: Humor und Witz. In: Ders.: Europäische Schlüsselwörter. München: Max Hueber Verlag 1963. Band I.

Schneider, Peter: Der Witz und seine Beziehung zur Psychoanalyse. Zürich. In: Fallend, Karl [Hrsg.]: Witz und Psychoanalyse: internationale Sichtweisen - Sigmund Freud revisited. Innsbruck; Wien [u.a.]: Studien-Verl. 2006. S. 13-26.

Schopenhauer, Arthur: Theorie des gesammelten Verstehens, Denkens und Erkennens. Volker Spierling [Hrsg.]. München, Zürich: Piper 1986.

Schramm, Holger; Wirth Werner [u.a.]: Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung. Reihe Rezeptionsforschung Band 8. München: Verlag Reinhard Fischer 2006.

Schwender, Clemens: Medien und Emotionen: evolutionspsychologische Bausteine einer Medientheorie. 1. Aufl. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl. 2001.

Schwender, Clemens; Schwab, Frank: Evolutionäre Grundlagen emotionaler und ästhetischer Medienrezeption. In: Bartsch, Anne; Eder, Jens; Fahlenbrach, Kathrin [Hrsg.] : Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote. Köln: Herbert von Halem 2007. S. 60- 84.

Stocking, Holly; Zillmann Dolf: Humor von Frauen und Männern. Einige kleine Unterschiede. In: Kotthoff, Helga[Hrsg.]: Das Gelächter der Geschlechter. Humor und Macht in Gesprächen von Frauen und Männern. 2.Auflage. Konstanz: Univ.-Verl. Konstanz 1996. S- 229- 246.

Titze, Michael; Eschenröder, Christof T.: Therapeutischer Humor: Grundlagen und Anwendungen. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl. 5. Auflage 2007.

Titze, Michael: Humor: Therapie für die Spaßgesellschaft?. Psychologie Heute. Heft 1. 2000.

Vischer, Friedrich Theodor von : Über das Erhabene und Komische: und andere Texte zur Ästhetik. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1967.

Wasem, Erich: Jugend und Filmerleben. München, Basel: Ernst Reinhard Verl. 1957.

Wehn, Karin: Humor im Internet: Vortrag ; Manuskript zur Sendung am 27.7.2002, 6.00 Uhr, SÜDWEST-Fernsehen . - Baden-Baden : SWR , 2002 .

Zijderveld, Anton C.: Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens. Graz [u.a.] : Styria 1976.

Zillmann, Dolf: Über behagende Unterhaltung in unbehagender Medienkultur. In: Bosshart, Louis; Hoffmann- Riem, Wolfgang[Hrsg]: Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger 1994. S. 41- 57.

Internetquellen

Atkinson, Rowan: Laughing Matters. Visual Comedy.

Pt.1. <http://www.youtube.com/watch?v=E9fsn6lQBV4> (letzter Zugriff 25.08.11)

Pt. 2. <http://www.youtube.com/watch?v=r7JGaLgF8HM&feature=related> (letzter Zugriff 25.08.11)

Pt.3. http://www.youtube.com/watch?v=_9k9lWYwrBY&feature=related(letzter Zugriff 25.08.11)

Pt.5. <http://www.youtube.com/watch?v=sYrK0VhMjyl&feature=related>(letzter Zugriff 25.08.11)

Bild.de: Der beste Start einer Komödie aller Zeiten. „Hangover 2“ sprengt Comedy Rekorde. 31.05.2011. <http://www.bild.de/unterhaltung/kino/bradley-cooper/erfolgsgeheimnis-bradley-cooper-in-hangover-2-18166356.bild.html> (letzter Zugriff 30.08.11)

Hanich, Julian: Laugh is in the Air. In: Nach dem Film. Heft 12. 22.10.2010 <http://www.nachdemfilm.de/content/laugh-air> (letzter Zugriff 25.08.11)

Hanich, Julian: Collective Viewing. The Cinema and Affective Audience Interrelations. Einsteinforum: http://www.einsteinforum.de/uploads/media/04_Hanichpdf.pdf (letzter Zugriff: 25.08.11)

Riegler, Birgit: Standard.at „Kino.to gesperrt“ (27.05.11) <http://derstandard.at/1304553096266/Film-Streams-Sperre-von-Kinoto-bei-UPC-in-Kraft-getreten> (letzter Zugriff 25.08.11)

Rüegg, Johann C. Das Lachen der Völker. (22.01.09) <http://www.fr-online.de/wissenschaft/das-lachen-der-voelker/-/1472788/3251154/-/item/0/-/index.html> (Letzter Zugriff: 25.08.2011)

Schumacher, Gerlinde; Hammer Daniela: Humorsendungen im Fernsehen: Angebot, Nutzung, Anforderungen. Media Perspektiven. Heft 12. 2000. <http://www.media-perspektiven.de/1330.html> S. 562- 573. (letzter Zugriff 25.08.11)

Stern.de: Gehörte Lacher stecken an. (13.12.06) <http://www.stern.de/wissen/mensch/hirnforschung-gehoerte-lacher-stecken-an-578512.html> (letzter Zugriff: 25.08.11)

Stollmann, Rainer: Aspekte einer Kritischen Theorie des Lachens und der Medien. Nach dem Film. Heft 12. 22.10.2010. <http://www.nachdemfilm.de/content/aspekte-einer-kritischen-theorie-des-lachens-und-der-medien> (letzter Zugriff 25.08.11)

The Internet Movie Database: The Hangover Part 2. Trailer The Hangover Part 2. <http://www.imdb.com/video/imdb/vi2196348185/> (letzter Zugriff 30.08.11)

YouTube- Broadcast Yourself www.youtube.com (letzter Zugriff: 30.8.11)

YouTube Clips unter der Kategorie „Falls- Funny Stuff“ <http://www.youtube.com/watch?v=fixAbM1EDb4&feature=related> (letzter Zugriff 22.08.11.)

Bildmaterial:

Abb. 1: privates Foto der Verfasserin

Abb. 2: Laurel & Hardy: Fra Diavolo:

<http://www.youtube.com/watch?v=AoVmBpPZgWI> (letzter Zugriff 25.08.11)

Abb. 3: Lumières: L'arroseur arrosé. 1896.

<http://www.youtube.com/watch?v=UlbiNuT7EDI> (letzter Zugriff 25.08.11)

Abb. 4: Charlie Chaplin, Modern Times

<http://www.cinemaartscentre.org/010/010July/Chaplin.html> (letzter Zugriff 25.08.11)

Abb. 5&6: Pluto's Seal Deal. <http://www.youtube.com/watch?v=pKeg9IpBHVY> (letzter Zugriff 25.08.11)

Abb. 7: The Simpsons

http://simpsonspedia.net/index.php?title=Datei:Homer_würgt_Bart.jpg (Letzter Zugriff 30.08.2011)

Abb. 8: Getty Images

Abb. 9: Auslachen. Tourist Auslachen. Berlin Blog.

<http://wishbringer.twoday.net/images/topics/Impressionen/> (letzter Zugriff 25.08.11)

Abb. 10: ORF TvThek: [http://www.horizont.at/service/horizontat-archiv/archivdetail/news/orf-tvtheke-testimonial-](http://www.horizont.at/service/horizontat-archiv/archivdetail/news/orf-tvtheke-testimonial-kampagne.html?cHash=cf7d7c3364eaacae038465dee9f1b836)

[kampagne.html?cHash=cf7d7c3364eaacae038465dee9f1b836](http://www.horizont.at/service/horizontat-archiv/archivdetail/news/orf-tvtheke-testimonial-kampagne.html?cHash=cf7d7c3364eaacae038465dee9f1b836) (letzter Zugriff 30.08.11)

Abb. 11: © Exactostock / SuperStock

Abb. 12: Quelle: Frugal Zeitgeist

Abb. 13: Laughing audience <http://www.theparisreview.org/blog/2010/07/20/canned-laughter-ben-glenn-ii-television-historian/> (letzter Zugriff 30.08.11)

Anhang

Abstract

Media and affect are an essential part of our daily life. Not surprisingly they have a connection to each other. While consuming media we usually get affected by certain emotions, may it be sadness or happiness. This thesis focuses upon a positive affect, which is mostly shown through laughter. Laughter is usually a reaction to comedy or humor, and it is similarly evident in people's response to the media. In order to discuss laughter as a result of the media, it is first necessary to define comedy and its component parts. Theories on this topic go back to ancient times. This shows not only a continued interest but is also leads to varying theories and analyses surrounding it. Visual and oral comedy, are the main elements, within which the media works. In these you can find characteristics like repetition, astonishment or confusion. Adversities and misfortunes of other people can cause the biggest laughter.

Laughter is a collective phenomenon, which gives the human being a positive and good feeling. *Tears of joy* can be caused by hearty laugh, which can also have healthy affects on the body. However to have this intensity it usually needs a counterpart. Media like Film, Television or Internet give people the opportunity to consume contents, which consciously give them this positive affect, or even makes them laugh. From the beginning humor and comedy have been part of the film and media world. The content people laugh at has not substantial change since the analysis of Plato or Aristotle. The way in which they are shown and the option to show them has however changed throughout history. Humor and laughter are strongly bounded to the time and the society, in which they are formed.

Medial and technological changes have also a considerable influence on the consuming situation of Film, Television and Internet. It seems that the reception stems from the collective towards an individualized viewing, which could cause a loss of positive affection and intensity of the laughter experience while media reception.

It should be added, that laughing within a community, could have a variety of meanings and affects other than simply the response to something funny. However to show this variety and its positive affect you need other people.

Curriculum Vitae

Claudia Schabata (c.schabata@gmail.com)

* 13.11.1986 in Wien

Bisherige Ausbildung

- 2011: Abschluss des Studiums der Theater-, Film und Medienwissenschaft an der Universität Wien
- Februar 2010- Juni 2010: Auslandssemester an der Universität Utrecht/Niederlande.
- März 2006: Beginn des Studiums der Theater-, Film und Medienwissenschaft an der Universität Wien.
- Juni 2005: Matura am BG/BRG Peraugymnasium in 9500 Villach

Bisherige Berufserfahrung

- April 2011- bis heute: Elmo Movieworld Filmverleih GmbH. Bereich: Presse &Marketing.
- August 2009/2010: Praktikum bei Infineon Technologies Austria AG, Standort Villach. Bereich: Unternehmenskommunikation
- Juli 2009/2010: Praktikum bei ORF Landesstudio Kärnten. Bereich: PR & Öffentlichkeitsarbeit
- April – Mai 2009: Praktikum im Theater in der Josefstadt. Bereich: Presse, Kommunikation und Marketing.
- November 2007: Hospitanz „Theater der Jugend“ (Wien). Bereich: Organisation und Gästebetreuung.